

DEVELOPME

GS EARNING

EMPLOYEES

HUGO BOSS

**QUARTALSFINANZBERICHT
JANUAR - SEPTEMBER 2008**

ES SALES S

GY STRATEG

FORECAST

**Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren,**

die derzeitige Finanzkrise schlägt immer stärker auf die Realwirtschaft durch und damit auch auf den weltweiten Markt für Luxusgüter. Dementsprechend steht auch HUGO BOSS einem herausfordernden Marktumfeld gegenüber. Vor diesem Hintergrund ist es erfreulich, dass HUGO BOSS den positiven Umsatztrend auch in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008 fortsetzen konnte.

Es hat sich dabei ausgezahlt, dass HUGO BOSS die richtigen Weichen gestellt hat. So profitieren wir von der weltweiten Aufstellung des Konzerns, insbesondere da wir seit einigen Jahren unser Augenmerk auf die weiterhin dynamischen Modemärkte in Asien und Osteuropa gerichtet haben und am dortigen Wachstum spürbar teilhaben können. Auch auf dem amerikanischen Kontinent sehen wir weiteres Wachstumspotential. Der Umsatz im US-Geschäft konnte dabei in den ersten neun Monaten 2008 gegen den allgemeinen Trend zur Konsumzurückhaltung um währungsbereinigt 16% gesteigert werden. Eine langfristig positive Entwicklung auf den internationalen Märkten und dabei insbesondere in den dynamischen Regionen Asien, Osteuropa und Nordamerika mit einem kontinuierlichen Ausbau des Anteils dieser Regionen am Gesamtumsatz bleibt das erklärte Ziel für die nächsten Jahre. Uns ist es dabei wichtig, dass internationales Wachstum und die Präsenz auf unseren traditionellen Absatzmärkten weiterhin Hand in Hand gehen.

Ein beachtlicher Teil des Wachstumspotenzials ergibt sich für die qualitativ hochwertigen Marken von HUGO BOSS in erster Linie in einem ebenso exklusiven Verkaufs- und Vertriebsumfeld. Im Zentrum unserer Wachstumsstrategie steht daher auch der Ausbau des heute schon überaus erfolgreichen Systems unternehmenseigener Shops. HUGO BOSS hat deshalb bereits in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008 seine weltweite Präsenz eigener Geschäfte auf insgesamt 314 ausgebaut. Auch in den kommenden Monaten werden wir unsere firmeneigenen Einzelhandelsaktivitäten weiter forcieren.

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

Aufgrund dieser verantwortungsbewussten Geschäftspolitik konnten wir in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008 trotz eines schwierigen Marktumfelds erneut Zuwächse im Umsatz erzielen. Der Umsatz stieg währungsbereinigt um gut 6% und lag damit bei 1.364 Mio. EUR. Jedoch konnte das Ergebnis aufgrund der Umsatzabschwächung nicht weiter gesteigert werden und so war das EBIT bereinigt um die Sondereffekte 1% rückläufig.

Das Festhalten an der bisher erfolgreichen Wachstumsstrategie und die Abrundung der Stärken mit neuen Initiativen machen HUGO BOSS auch in Zukunft zu einem Unternehmen, das Investoren solide Rahmendaten bietet. In den kommenden Monaten gilt es, diese fundamentale Stärke der HUGO BOSS AG weiter herauszustellen, um auch in herausfordernden Zeiten gut aufgestellt zu sein und damit das Vertrauen der Investoren in HUGO BOSS für die Zukunft zu sichern.

Metzingen, im Oktober 2008

Der Vorstand

Konzernkennzahlen

in Mio. €	Jan. - Sept. 2008	Jan. - Sept. 2007	Veränderung in %	3. Quartal 2008	3. Quartal 2007	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.363,6	1.327,7	3	533,0	534,0	0
Rohertragsmarge (in%) ¹	58,5	57,3	1	57,9	57,2	1
EBIT	199,4	217,7	-8	111,1	124,7	-11
EBIT-Marge (in%) ²	14,6	16,4	-2	20,8	23,4	-3
Konzernergebnis	127,6	153,2	-17	68,5	89,2	-23
Ergebnis je Stammaktie in €	1,85	2,20	-16	0,99	1,28	-23
Ergebnis je Vorzugsaktie in €	1,86	2,24	-17	0,99	1,31	-24

in Mio. €	30. September 2008	31. Dezember 2007	Veränderung in %
Bilanzsumme	1.172,3	1.039,3	13
Net Working Capital ³	473,5	397,4	19
Finanzsaldo ⁴	-619,5	-173,7	>100
Eigenkapital	226,5	546,4	-59
Operativer Mittelzufluß	92,1	117,6	-22
Investitionen	76,6	84,7	-10
Return on Investment (ROI) (in %) ⁵	25,5	31,8	-20
Mitarbeiter	9.728	9.123	7

HUGO BOSS Aktien	Jan. - Sept. 2008	Jan. - Sept. 2007	Veränderung in %
Anzahl Stammaktien	35.860.000	35.860.000	0
Schlusskurs in €	17,1	49,0	-65
Höchstkurs in €	40,4	55,4	-27
Tiefstkurs in €	15,6	38,3	-59
Anzahl Vorzugsaktien	34.540.000	34.540.000	0
Schlusskurs in €	17,0	47,6	-64
Höchstkurs in €	42,6	49,7	-14
Tiefstkurs in €	16,1	34,2	-53
Marktkapitalisierung in Mio. € (30.09)	1.200,3	3.399,8	-65

¹ Rohertrag/Umsatzerlöse.

² EBIT/Umsatzerlöse.

³ Kurzfristiges Nettovermögen.

⁴ Ohne negative Marktwerte aus Finanzderivaten.

⁵ EBIT/durchschnittliches Nettovermögen.

Inhaltsverzeichnis

S. 07-38

	Zwischenlagebericht
S. 07	Der HUGO BOSS Konzern
S. 07	Geschäftstätigkeit
S. 08	Markenübersicht
S. 09	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
S. 09	Entwicklung der Gesamtwirtschaft
S. 10	Branchenentwicklung
S. 12	Konzernumsatz
S. 13	Europa
S. 13	Deutschland
S. 14	Andere europäische Länder
S. 16	Amerika
S. 16	Asien/übrige Regionen
S. 17	Lizenzen
S. 18	Umsatzentwicklung nach Marken
S. 19	Ertragslage
S. 19	Gewinn- und Verlustrechnung
S. 23	Vermögens- und Finanzlage
S. 23	Bilanz
S. 25	Cashflow
S. 27	Investitionen
S. 28	Segmentberichterstattung
S. 28	Herrensegment
S. 28	Damensegment
S. 30	Ausblick
S. 31	HUGO BOSS am Kapitalmarkt
S. 32	Investor Relations und Public Relations
S. 34	Unternehmenssteuerung
S. 34	Internes Steuerungssystem
S. 35	Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren
S. 37	Nachtrags-, Risiko- und Chancenbericht
S. 37	Nachtragsbericht
S. 37	Risiko- und Chancenbericht
S. 38	Zusammenfassende Aussage über die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

S. 39 – 53

Zwischenabschluss

S. 39	Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung
S. 40	Konzernbilanz
S. 41	Entwicklung des Konzerneigenkapitals
S. 43	Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen
S. 44	Kapitalflussrechnung
S. 45	Segmentberichterstattung

S. 47 **Konzernanhang**

S. 54

Weitere Angaben

S. 55 **Finanzkalender und Kontakte**

Der HUGO BOSS Konzern

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, die branchenspezifischen Perspektiven sowie die Steuerung des Konzerns auf Grundlage von finanziellen und nicht-finanziellen Kennzahlen, bilden die Parameter für den Erfolg von HUGO BOSS. Diese Leistungsindikatoren, die die positive Geschäftsentwicklung des Unternehmens nachhaltig und aktiv steuern, sind auf den Seiten 33 ff dargestellt.

Geschäftstätigkeit

Das Modegeschäft von HUGO BOSS setzt sich aus verschiedenen Kollektionen zweier eigenständiger Marken zusammen. Die Kernmarke BOSS und die Trendmarke HUGO bilden dabei zwei Markenwelten mit einer größtmöglichen modischen Vielfalt bei gleich bleibend hoher Qualität. Die Herrenkollektionen sind mit den Linien BOSS Black, BOSS Selection, BOSS Orange, BOSS Green sowie der Marke HUGO auf dem Markt vertreten; der Bereich Womenswear schließt die Linien BOSS Black und BOSS Orange sowie die Marke HUGO ein. Die textilen Kollektionen werden jeweils durch Schuhe und Lederaccessoires abgerundet. Daneben ergänzen Lizenzprodukte wie Düfte und Kosmetik, Uhren und Brillen das Angebot von HUGO BOSS.

Der Erfolg des HUGO BOSS Konzerns basiert dabei auf dem passgenau abgestimmten Miteinander unterschiedlicher Unternehmensbereiche. Ein globales Vertriebsnetz, ausgeprägte Marktnähe, automatisierte Logistikprozesse, hohe Produktkompetenz und qualitativ hochwertige Mode machen HUGO BOSS zu einem professionellen Partner für seine internationalen Kunden. Durch stringente Marketingmaßnahmen sowie das Engagement im Sport- und Kultursponsoring werden die weltweite Bekanntheit und das Image der HUGO BOSS Marken und des Unternehmens gestärkt. Heute sind HUGO BOSS Produkte bereits in über 105 Ländern und an rund 5.900 Points of Sale (Verkaufspunkte) zu erwerben.

MARKENÜBERSICHT DES HUGO BOSS KONZERNS

DIE MARKE BOSS MIT IHREN LINIEN

BOSS
HUGO BOSS

Herrenkollektion
Damenkollektion
Accessoires

BOSS Black

Vielseitige Garderobe für Business, Freizeit und Event. Perfekte Looks, die hohen Qualitätsansprüchen gerecht werden.

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

Herrenkollektion
Accessoires

BOSS Selection

Premium-Level der BOSS Marke. Raffiniertes Design, erlesene Materialien und sorgfältige Schneiderkunst.

BOSS
HUGO BOSS

Herrenkollektion
Damenkollektion
Accessoires

BOSS Orange

Unkonventionelle Freizeitmode mit stylischen Outfits und überraschenden Looks für eine modisch experimentierfreudige Klientel.

BOSS
HUGO BOSS

Herrenkollektion
Accessoires

BOSS Green

Klassische Golfmode mit technischen Details und frischen Designs neu umgesetzt.

DIE MARKE HUGO

HUGO
HUGO BOSS

Herrenkollektion
Damenkollektion
Accessoires

HUGO

Progressive Avantgarde für Trendsetter, geprägt durch klare, grafische Schnitte und minimalistisches Design.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Entwicklung der Gesamtwirtschaft

Die Wachstumsaussichten für die Entwicklung der Weltwirtschaft haben sich bedingt durch die von der US-Immobilienkrise ausgehenden Verunsicherungen an den Finanzmärkten deutlich verringert. Die Zuspitzung des allgemeinen Abwärtstrends auf den internationalen Kapitalmärkten und die noch schwer kalkulierbaren Auswirkungen auf die globale Konjunktur haben die wichtigsten Wirtschaftsforschungsinstitute erneut zu einer Anpassung ihrer Prognosen veranlasst. In seinem jüngsten Gutachten geht der Internationale Währungsfond (IWF) im Oktober nun von einem weltweiten Wachstum von insgesamt 3,9% für das Gesamtjahr 2008 aus.

Mehrere Industrieländer, so das Ergebnis des Oktobergutachtens, seien auf dem Weg in die Rezession, andere stünden kurz davor. In dieser weltwirtschaftlichen Entwicklung spiegeln sich die negativen Konjunkturperspektiven der US-Wirtschaft wider. Geringe Zuwächse im privaten Konsum, rückläufige Investitionen und die angespannte Lage im Immobiliensektor schwächen das Wirtschaftswachstum in den USA deutlich ab. Gleichzeitig reduzierte der IWF auch seine Wachstumsprognosen für Westeuropa drastisch. Während Deutschland noch bis Mitte des Jahres vergleichsweise gute Werte erreichte, hat sich zwischenzeitlich auch hier die Lage spürbar verschlechtert und für das kommende Jahr wird sogar ein Nullwachstum vorausgesagt.

Nach wie vor robust präsentieren sich demgegenüber die Schwellenländer Südostasiens und Osteuropas. An Osteuropa – und dabei insbesondere Russland – geht die globale Finanzkrise zwar nicht spurlos vorbei, den Verlusten am russischen Aktienmarkt stehen jedoch nach wie vor hohe Einnahmen aus dem Ölgeschäft sowie ein nachhaltiges Wachstum der Binnennachfrage gegenüber. Weniger stark werden die Folgen der Finanzkrise dem IWF zufolge in den Schwellenländern Ostasiens zu spüren sein. Für China prognostizieren die Experten des IWF ein solides Wirtschaftswachstum in Höhe von 9,7%.

Branchenentwicklung

Entscheidend für das operative Geschäft von HUGO BOSS ist die Entwicklung des weltweiten Bekleidungs-, Accessoire- und Luxusgütermarktes. Die Auswirkungen der sich verschärfenden Kreditkrise auf die luxusgüterbezogene Realwirtschaft sind jedoch derzeit nur schwer abzuschätzen. Negative Signale wie die schlechter werdende Konsumentenstimmung und damit die drohende Ausgabenzurückhaltung der Kunden könnten sich andererseits durch die erfahrungsgemäß weniger große Schwankungsbreite der Luxusgüterkonjunktur im Vergleich zum Konjunkturzyklus anderer zyklischer Konsumgüter abgemildert niederschlagen. Darüber hinaus profitiert die Branche deutlich von den stark steigenden verfügbaren Einkommen und dem hohen konsumtiven Nachholbedarf der Schwellenländer Asiens und Osteuropas sowie des Mittleren Ostens. Diese Länder werden neben der weltweit wachsenden Zahl an Millionären die Nachfrage nach Konsumgütern im Premiumbereich mit großer Wahrscheinlichkeit weiter steigern und mit ihr die Umsätze der Luxusgüterindustrie. Dennoch wird sich auch der weltweite Luxusgütermarkt von den Folgen der Finanzkrise nicht abkoppeln können und so droht das Geschäftsjahr 2009 für die Luxusbranche zu einem schlechten Jahr zu werden.

Umsatzentwicklung

Umsatz nach Marken

in Mio. €	Jan. - Sep. 2008	Jan. - Sep. 2007	Veränderung in %	Veränderung in % Währungsbereinigt
BOSS	1.238,2	1.212,9	2	6
Menswear	1.065,2	1.046,5	2	5
Womenswear	173,1	166,4	4	6
HUGO	124,5	112,4	11	13
Andere	0,8	2,4	-65	-64
Gesamt	1.363,6	1.327,7	3	6

in Mio. €	3. Quartal 2008	3. Quartal 2007	Veränderung in %	Veränderung in % Währungsbereinigt
BOSS	484,1	488,6	-1	2
Menswear	420,7	422,3	0	3
Womenswear	63,4	66,3	-4	-3
HUGO	48,7	45,0	8	10
Andere	0,2	0,4	-49	-41
Gesamt	533,0	534,0	0	3

Umsatz nach Regionen

in Mio. €	Jan. - Sep. 2008	Jan. - Sep. 2007	Veränderung in %	Veränderung in % Währungsbereinigt
Deutschland	278,7	287,5	-3	-3
Andere europäische Länder	671,1	657,0	2	4
Amerika	229,1	225,0	2	13
Asien/übrige Regionen	153,2	126,1	22	29
Lizenzen	31,5	32,1	-2	-2
Gesamt	1.363,6	1.327,7	3	6

in Mio. €	3. Quartal 2008	3. Quartal 2007	Veränderung in %	Veränderung in % Währungsbereinigt
Deutschland	105,1	110,7	-5	-5
Andere europäische Länder	272,3	275,1	-1	1
Amerika	85,1	83,5	2	11
Asien/übrige Regionen	60,0	51,7	16	22
Lizenzen	10,5	13,0	-19	-19
Gesamt	533,0	534,0	0	3

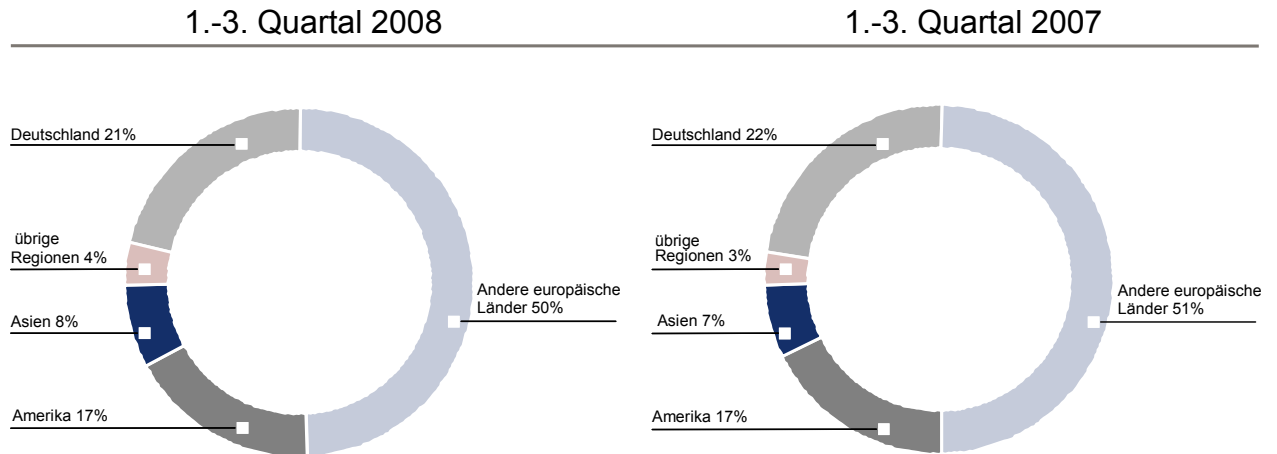
Konzernumsatz

Trotz der unsicheren und weltweit uneinheitlichen konjunkturellen Lage hat sich HUGO BOSS gut behaupten können und seine Geschäftstätigkeit als internationalen Modekonzern in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008 weiter ausgebaut. Aufgrund der Verschärfung der Kreditkrise und der damit einhergehenden Auswirkung auf die Konsumstimmung konnte HUGO BOSS im dritten Quartal jedoch nicht an die dynamische Umsatzentwicklung des Vorquartals anknüpfen. Auf Einzelquartalsbasis blieb der Umsatz in Berichtswährung nahezu unverändert. Nach Abschluss der ersten neun Monate des aktuellen Geschäftsjahres steigerte HUGO BOSS in diesem herausfordernden Marktumfeld den Konzernumsatz um währungsbereinigt gut 6%. Damit lag die Umsatzentwicklung zum Ende des dritten Quartals am unteren Ende der Prognose.

Trotz der kontinuierlichen Aufwertung des US-Dollars seit August, verzeichnete HUGO BOSS wie im ersten Halbjahr auch im dritten Quartal einen negativen Währungseffekt. Dabei wirkte sich insbesondere das Euro-Verhältnis zum US-Dollar sowie zum Britischen Pfund und zum Hongkong Dollar negativ auf den Umsatzausweis in Berichtswährung aus. Aufgrund dieser für den Euro nachteiligen Wechselkurseffekte legte der Umsatz in Konzernwährung in den ersten neun Monaten lediglich um knapp 3% auf 1.364 Mio. EUR zu (Q1-Q3 2007: 1.328 Mio. EUR).

Die insgesamt positive Umsatzentwicklung von HUGO BOSS in den ersten neun Monaten wurde von mehreren Faktoren getragen. So konnte das Unternehmen in besonderem Maße von der dynamischen und in Bezug auf Luxusmarken anhaltend konsumfreundlichen Grundstimmung in den Wachstumsregionen Asien und Osteuropa profitieren. Ferner haben in anderen, schwierigeren Märkten die Wholesale-Kunden angesichts der dortigen Verunsicherung am Modemarkt auf die unverändert hohe Akzeptanz und Attraktivität einer bekannten Marke wie der von HUGO BOSS vertraut. Schließlich trägt der konzerneigene Einzelhandel mit einem Umsatzplus von währungsbereinigt 17% in den ersten neun Monaten dieses Jahres zur Gesamtgeschäftsentwicklung bei. Jedoch war in der zweiten Jahreshälfte bei den Einzelhandelsumsätzen eine Abschwächung bemerkbar.

Umsatz nach Regionen



Europa

Der Umsatz in Europa stieg in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres um währungsbereinigt 2%. In Konzernwährung stieg der Umsatz um 1% auf 950 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 945 Mio. EUR). Auf Einzelquartalsbasis schwächte sich der Umsatz leicht um 1% in lokalen Währungen ab.

Bezogen auf die wichtigsten europäischen Märkte ergibt sich ein uneinheitliches Bild.

Deutschland

Nach einer schwierigen Frühjahrssaison blieben auch die Sommermonate hinter den Umsatzerwartungen zurück. So bescherten im dritten Quartal sowohl die Monate Juli als auch August dem deutschen Modehandel eine negative Umsatzentwicklung in den Warenhäusern. Nach einer kurzen Konsumzunahme Anfang September waren die letzten Wochen des Monats bereits von den dramatischen Ereignissen in der Finanzbranche geprägt. Vor diesem Hintergrund musste auch HUGO BOSS in Deutschland, dem größten Einzelmarkt des Konzerns, in den

ersten neun Monaten eine rückläufige Umsatzentwicklung hinnehmen. Aufgrund der guten Markenakzeptanz der HUGO BOSS Kollektionen konnte das Unternehmen jedoch bessere Ergebnisse erzielen als der Gesamtmarkt. Das schwierigere Konsumumfeld in Deutschland wirkte sich auch auf den konzerneigenen Einzelhandel aus. Die Umsatzzuwächse im firmeneigenen Einzelhandel fielen daher nahezu flach aus. Insgesamt blieb damit der Deutschlandumsatz mit 279 Mio. EUR leicht hinter dem Vorjahreswert zurück (Q1-Q3 2007: 288 Mio. EUR). Für das dritte Quartal isoliert ergibt sich ein Umsatzrückgang von 5%.

Andere europäische Länder

Der Umsatz im restlichen Europa konnte sich demgegenüber verbessern. Er lag bei 671 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 657 Mio. EUR), was einem Anstieg von währungsbereinigt 4% entspricht. Hierbei erwies sich der konzerneigene Einzelhandel erneut als Wachstumsfeld und konnte mit guten Umsatzzahlen, trotz einer merkbaren Abschwächung im dritten Quartal, überzeugen.

Der Umsatz in Frankreich, dem zweitgrößten europäischen Markt für HUGO BOSS, lag mit 122 Mio. EUR um 5% über dem Wert der Vergleichsperiode (Q1-Q3 2007: 116 Mio. EUR). Dabei entwickelte sich sowohl der Großhandel als auch der konzerneigene Einzelhandel weiterhin positiv.

Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Großbritannien und des allgemein schwachen Konsumverhaltens erzielte HUGO BOSS dort erneut ein robustes Umsatzwachstum. Insgesamt lag dieses bei währungsbereinigt 9%. Diese erfreuliche Entwicklung ist der guten Markenperformance von HUGO BOSS und den damit einhergehenden positiven Abverkaufsquoten der Kollektionen zu verdanken. Unterstützt wurde diese Entwicklung durch eine gute Auslieferung der Herbst/Winter Kollektion. Im Zuge dessen verzeichnete HUGO BOSS sowohl Zuwächse im Vorordergeschäft als auch im Lagergeschäft. Darüber hinaus entwickelte sich das Geschäft im eigenen Einzelhandel auf den britischen Inseln positiv. Die Abschwächung des Britischen Pfunds zum Euro drückte dem-

gegenüber den Umsatz in Berichtswährung, wodurch dieser mit 84 Mio. EUR 5% unter dem Umsatz des Vorjahres (Q1-Q3 2007: 89 Mio. EUR) lag.

In einem wirtschaftlich vergleichsweise noch stabilen Umfeld in den Beneluxstaaten verzeichnete HUGO BOSS erneut eine ausgesprochen positive Umsatzentwicklung. Dort legte der Umsatz gegenüber der Vergleichsperiode um 12% auf 115 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 102 Mio. EUR) zu. Hieran hatte der im vergangenen Jahr vorangetriebene Ausbau des eigenen Einzelhandelsgeschäfts entscheidenden Anteil.

Der italienische Modemarkt gehört aufgrund zahlreicher lokaler Wettbewerber und der Fragmentierung des Einzelhandels schon immer zu den herausforderndem Märkten Europas. HUGO BOSS investiert daher zur Stärkung seiner Marktposition derzeit in die Restrukturierung des Kunden- und Vertriebsnetzwerks in Italien, was sich jedoch kurzfristig negativ auf die Umsatzentwicklung auswirkt. Die dortigen Umsätze lagen deshalb gegenüber den ersten neun Monaten des Jahres 2007 mit 42 Mio. EUR knapp 8 Mio. EUR darunter.

In Spanien entwickelte sich das Geschäft für HUGO BOSS marktbedingt verhalten. Der Umsatz ging in einem schwierigen Marktumfeld auf 60 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 65 Mio. EUR) zurück.

In der Wachstumsregion Zentral- und Osteuropa zeigte sich die Entwicklung weiterhin dynamisch. Dort wurde in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres eine Umsatzverbesserung von 6% in Berichtswährung auf 78 Mio. EUR erzielt (Q1-Q3 2007: 74 Mio. EUR). Ursächlich für die gute Entwicklung war der in den vergangenen Jahren vorangetriebene Distributionsausbau in Warenhäusern der Großhandelspartner von HUGO BOSS sowie der Ausbau des Geschäftsnetzwerks mit Franchise Partnern.

Amerika

Auf dem amerikanischen Kontinent konnte der HUGO BOSS Konzern beim Umsatz in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008 währungsbereinigt 13% zulegen. Aufgrund der bis August anhaltenden Schwäche des US-Dollars im Verhältnis zum Euro lagen die Umsätze in Berichtswährung mit 229 Mio. EUR für die ersten neun Monate nur knapp 2% über dem Niveau des Vorjahreszeitraums (Q1-Q3 2007: 225 Mio. EUR).

In den USA lag die Umsatzentwicklung trotz eines unsicheren Konsumentenverhaltens in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008 deutlich über den Erwartungen. Der Umsatz stieg in lokaler Währung um 16%. Dabei profitierte sowohl der konzerneigene Einzelhandel als auch der Großhandel von der guten Akzeptanz und Qualität der HUGO BOSS Marken sowie der attraktiven Preispositionierung der Kollektionen, insbesondere auch im Vergleich zu anderen europäischen Luxusmarken.

Die deutliche Konjunkturabschwächung in Kanada wirkte sich auf das Bestellverhalten der Großhandelskunden aus. Zudem war eine Verlagerung von Kaufkraft in die USA aufgrund des im Vergleich zum US-Dollar starken Kanadischen Dollars zu beobachten. In den ersten neun Monaten des Berichtsjahres 2008 ist der Umsatz in Konzernwährung daher gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 5% auf 44 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 47 Mio. EUR) zurückgegangen.

Die Länder Mittel- und Südamerikas zeigten weiterhin eine deutliche Aufwärtsentwicklung. Getrieben durch den Ausbau des eigenen Einzelhandelsnetzwerks legte der Umsatz dort in lokalen Währungen um 22% zu. In Konzernwährung stieg er um 15% auf 19 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 17 Mio. EUR).

Asien/übrige Regionen

Mit einem Plus von 29% in lokalen Währungen konnte der HUGO BOSS Konzern seinen Umsatz in dieser Region erneut im zweistelligen Prozentbereich

verbessern. Beeinflusst von negativen Währungseffekten legte der Umsatz um 22% in Konzernwährung auf 153 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 126 Mio. EUR) zu.

Besonders positiv zeigte sich die Umsatzentwicklung dabei erneut in der Volksrepublik China. Hier stieg der Umsatz in Berichtswährung um 20% von 34 Mio. EUR auf 40 Mio. EUR zum Ende des dritten Quartals 2008. Bereinigt um die Einflüsse von Wechselkurseffekten verbesserte sich der Umsatz sogar um 35%. Diese Entwicklung unterstreicht erneut die Bedeutung der Volksrepublik China als Wachstumsmarkt für den HUGO BOSS Konzern.

Aufgrund der stagnierenden Konjunktur und des damit einhergehenden geringen Konsumentenvertrauens setzte sich in Japan die rückläufige Entwicklung auch im dritten Quartal fort. Bedingt durch eine Ausweisanpassung der Umsatzerlöse zeigte Japan einen Umsatzanstieg. Seit Beginn des Geschäftsjahres 2008 werden die Umsatzerlöse analog zu den anderen Vertriebsgesellschaften von HUGO BOSS nicht mehr um die an Handelspartner zu leistenden Konzessionsabgaben gemindert ausgewiesen, sondern diese werden unter sonstigen Aufwendungen gebucht. Die Umsätze in Berichtswährung lagen bei 31 Mio. EUR und damit um 22% über Vorjahresniveau (Q1-Q3 2007: 25 Mio. EUR), wären aber bereinigt um die erwähnte Ausweisanpassung rückläufig gewesen.

In den verbleibenden Ländern der Region Asien/übrige Regionen konnte der Umsatz in lokalen Währungen um 28% gesteigert werden. In Berichtswährung stieg der Umsatz hier zum Ende des dritten Quartals 2008 um 22% auf 82 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 67 Mio. EUR). Dabei zeichneten sich die Länder im asiatisch-pazifischen Raum wie beispielsweise Hongkong, Singapur, Südkorea und Australien als wichtige Wachstumsmärkte aus, deren Bedeutung noch weiter zunehmen wird.

Lizenzen

Das Lizenzgeschäft entwickelte sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008 weiterhin erwartungsgemäß. Aufgrund des starken Vorjahresquartals, das von mehreren Markteinführungen neuer Produkte außerordentlich profi-

tierte, lagen die Umsätze leicht unter denen des Vorjahreszeitraums und gingen um 2% auf 31 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 32 Mio. EUR) zurück. Auch für die Zukunft erwartet HUGO BOSS im Bereich der Lizenzen und damit bei Düften, Uhren, Schmuck und Brillen weitere positive Impulse. Das Lizenzgeschäft wird weiterhin die Entwicklung des HUGO BOSS Konzerns zu einem Lifestyle-Unternehmen mit einem breiten Angebot an Modeaccessoires, die die textilen Kollektionen ergänzen und deren Akzeptanz am Markt verstärken, unterstützen.

Umsatzentwicklung nach Marken

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008 konnte der Umsatz der Kernmarke BOSS währungsbereinigt um 6% und um 2% in Berichtswährung auf 1.238 Mio. EUR gesteigert werden (Q1-Q3 2007: 1.213 Mio. EUR). Von den einzelnen Linien entwickelte sich BOSS Selection besonders dynamisch. Zudem wurde die Linie BOSS Green nach einer Neuausrichtung der Kollektionsaussage sehr gut im Markt angenommen und verzeichnete erfreuliche Wachstumsraten.

Die Trendmarke HUGO, die seit dem Jahr 2007 von dem belgischen Designer Bruno Pieters als Art Director verantwortet wird, erzielte in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008 einen Umsatzzanstieg von währungsbereinigt 13% und knapp 11% in Euro auf 124 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 112 Mio. EUR). Somit traf auch diese Kollektion unter der Verantwortung des neuen Design-teams den Geschmack der Kunden. Insgesamt erhielten die Kollektionen eine sehr gute Marktresonanz, sodass auch für das Gesamtjahr eine positive Entwicklung der Marke HUGO erwartet wird.

Ertragslage

Gewinn- und Verlustrechnung

Trotz der derzeit spürbar verschlechterten Rahmenbedingungen, konnte HUGO BOSS den Konzernumsatz in den ersten neun Monaten um währungsbereinigt 6% steigern. Dabei kam es im dritten Quartal aufgrund der Verschärfung der Kreditkrise und der damit einhergehenden Auswirkung auf die Konsumstimmung jedoch zu einer Abkühlung der Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorquartal. Insbesondere bei den Einzelhandelsumsätzen kam es zu einer merkbaren Abschwächung. Aufgrund von negativen Währungseinflüssen lag das Umsatzwachstum in Berichtswährung in den ersten neun Monaten mit 1.364 Mio. EUR 3% über dem Vorjahreswert (Q1-Q3 2007: 1.328 Mio. EUR).

Der Rohertrag stieg in den ersten neun Monaten um 5% auf 798 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 761 Mio. EUR) und entwickelte sich damit erneut überproportional zum Umsatz. Die Rohertragsmarge verbesserte sich damit um 1,2 Prozentpunkte auf 58,5% (Q1-Q3 2007: 57,3%). Diese Entwicklung in dem stark vom Wholesale-Geschäft dominierten Quartal, ist insbesondere auf die fortgeführte Optimierung der weltweiten Warenproduktion und -beschaffung zurückzuführen. Daneben trug auch weiterhin der steigende Anteil des Umsatzes über die konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfte zur Margenverbesserung bei. Schließlich schlug sich auch in den ersten neun Monaten in geringem Umfang die Abschwächung des US-Dollars bei eingekauften oder hergestellten Waren aus Asien positiv in der Rohertragsmarge nieder.

Der Saldo der sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge lag am Ende des dritten Quartals 2008 mit -302 Mio. EUR rund 17% über dem Wert des Vergleichszeitraums (Q1-Q3 2007: -258 Mio. EUR). Neben einem positiven Einmal-ertrag im Vorjahr aufgrund der vorzeitigen Auflösung des Mietvertrages des 5th Avenue Stores in New York und der Ausweitung des allgemeinen Geschäftsvolumens begründet sich der Anstieg der Aufwendungen durch den Ausbau der weltweiten Präsenz eigener Geschäfte. In den ersten neun Monaten wurden 37

neue Geschäfte eröffnet. Bereinigt um Schließungen stieg die Zahl der konzern-eigenen Geschäfte um netto 27 auf 314. Durch das gestiegene Geschäftsvolumen und insbesondere durch den Ausbau des eigenen Einzelhandels, erhöhten sich die Aufwendungen für die Lagerhaltung. Daneben blieb der Anteil der Marketingaufwendungen mit knapp 7% vom Umsatz und der prozentuale Anteil der Ausgaben für die Kollektionserstellung am Gesamtumsatz nahezu unverändert zum Vorjahreszeitraum. Schließlich erhöhten sich die Aufwendungen in geringem Maße durch die Ausweisanpassung der zu leistenden Konzessionsabgaben in Japan.

Der Personalaufwand der ersten drei Quartale des Geschäftsjahres 2008 erhöhte sich um 11% auf 255 Mio. EUR gegenüber der Vergleichsperiode (Q1-Q3 2007: 230 Mio. EUR). Hierin spiegelt sich insbesondere der Anstieg der Mitarbeiterzahl im Zuge des Ausbaus des eigenen Einzelhandels sowie des Fertigungs- und Logistikbereichs wider. Ende September 2008 waren im HUGO BOSS Konzern 9.728 Mitarbeiter beschäftigt und somit 9% mehr als zum Ende des dritten Quartals 2007. Die einmaligen Sonderaufwendungen aus der Veränderung im Vorstand der HUGO BOSS AG, die im ersten Halbjahr anfielen, belasteten den Personalaufwand in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres unverändert mit rund 14 Mio. EUR.

Sonderabschreibungen im Zusammenhang mit der Verlagerung des 5th Avenue Stores im vergangenen Geschäftsjahr und ebenso verkürzte Abschreibungsdauern aufgrund von vorgezogenen Renovierungen führten dazu, dass die Abschreibungen nach den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres mit 40 Mio. EUR gut 27% unter dem Wert des Vorjahreszeitraums lagen (Q1-Q3 2007: 55 Mio. EUR). Bereinigt um diesen Vorjahreseffekt, erhöhten sich die Abschreibungen aufgrund der in den Vorperioden getätigten Investitionen in das weltweite Netzwerk an eigenen Einzelhandelsgeschäften und Showrooms sowie in Betriebs- und Geschäftsausstattungen.

Das Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT) lag am Ende des dritten Quartals aufgrund der Sondereffekte mit 199 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 218 Mio.

EUR) 8% unter dem Vergleichswert der Vorjahresperiode. Die Sondereffekte ergaben sich im Wesentlichen aus den Veränderungen im Vorstand sowie durch einmalige Beratungsaufwendungen. Aufgrund der Umsatzabschwächung im dritten Quartal und der dem Umsatz gegenüberstehenden Kosten, konnte HUGO BOSS im dritten Quartal nicht an seine gute operative Entwicklung des ersten Halbjahres anknüpfen. Das EBIT des HUGO BOSS Konzerns bereinigt um Sondereffekte ging um 1% zurück. Um den Kapitalmarktteilnehmern unter den verschlechterten Rahmenbedingungen und vor dem Hintergrund, dass eine kurzfristige Verbesserung der Marktlage unwahrscheinlich erscheint, eine solide und verlässliche Prognose zu bieten, hat der Vorstand von HUGO BOSS seine Ertragsprognose für das Gesamtjahr 2008 angepasst. Nähere Angaben zum Ausblick sind auf der Seite 30 dargestellt.

in Mio. €	Jan. - Sep. 2008	Jan. - Sep. 2007	Veränderung in %
EBIT	199,4	217,7	-8
Sondereffekte	-16,2	0	
EBIT vor Sondereffekten	215,6	217,7	-1

Das Nettofinanzergebnis wies zum Ende des dritten Quartals 2008 einen Wert von -27 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: -6 Mio. EUR) aus. Ursächlich für den Anstieg der Zinsaufwendungen war die höhere Nettofinanzverschuldung nach der Aufnahme einer Kreditlinie im Zuge der Auszahlung der Sonderdividende im Mai dieses Jahres. Daneben führte der Anstieg des allgemeinen Zinsniveaus teilweise zu höheren Finanzierungsaufwendungen. Schließlich belastete die Abwertung von Absicherungsinstrumenten für das Stock Appreciation Rights Programm das Finanzergebnis mit 6 Mio. EUR.

Das Ergebnis vor Steuern verringerte sich in den ersten neun Monaten um 19% auf 172 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 212 Mio. EUR). Die Steuerquote lag mit 26,0% unter dem Vorjahr (Q1-Q3 2007: 27,7%). Die zunehmende Internationalisierung des HUGO BOSS Geschäfts und der damit einhergehende höhere Gewinnanteil von ausländischen Gesellschaften mit niedrigen Steuersätzen wirkte sich weiterhin positiv auf den Konzernsteuersatz aus.

Das Konzernergebnis lag in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres bedingt durch die erwähnten Sondereffekte und aufgrund höherer Zinsaufwendungen mit 128 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 153 Mio. EUR) um rund 17% unter dem Vorjahr. Das Ergebnis je Stammaktie reduzierte sich entsprechend im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 2,20 EUR auf 1,85 EUR und das der Vorzugsaktien von 2,24 EUR auf 1,86 EUR.

Vermögens- und Finanzlage

Finanzbedarfsrechnung

in Mio. €	30. Sep. 2008	30. Sep. 2007	31. Dezember 2007	Veränderung in % zum 31. Dezember 2007
Forderungen, sonstige Vermögenswerte ¹	378,4	376,5	262,9	44
Vorräte	339,2	287,9	351,4	-3
Waren- und sonstige Verbindlichkeiten ¹	-199,2	-179,2	-173,8	-15
Kurzfristige Rückstellungen	-44,9	-44,5	-43,1	-4
Kurzfristiges Nettovermögen²	473,5	440,7	397,4	19
Anlagevermögen	382,6	324,5	346,0	11
Sonstige langfristige Vermögenswerte ³	15,0	29,9	20,9	-28
Langfristige Rückstellungen ³	-30,9	-61,0	-40,0	23
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	-24,8	-30,9	-28,2	12
Saldo latente Steuern	30,6	31,9	24,0	28
Mittel- und langfristiges Nettovermögen	372,5	294,4	322,7	15
Nettovermögen	846,0	735,1	720,1	17
Finanzsaldo ⁴	619,5	188,8	173,7	>100
Eigenkapital	226,5	546,3	546,4	-59
Deckung des Nettovermögens	846,0	735,1	720,1	17

¹ Restlaufzeit bis zu 1 Jahr.

² Net Working Capital.

³ Anpassungen sonstige langfristige Vermögenswerte und Pensionsrückstellungen in 2007 aufgrund Korrektur gem. IAS 8.42.

⁴ Ohne negative Marktwerte aus Finanzderivaten.

Bilanz

HUGO BOSS wies auch zum 30. September 2008 eine stabile Bilanzstruktur auf. Die Bilanzsumme erhöhte sich zum Ende des dritten Quartals um 10% auf 1.172 Mio. EUR (30. September 2007: 1.069 Mio. EUR), wobei sich die Struktur der Finanzpassiva nach Auszahlung der Sonderdividende und der Aufnahme der Kreditlinie im Mai dieses Jahres gegenüber dem Vorjahr deutlich veränderte.

Der Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte verringerte sich leicht auf 63% (30. September 2007: 64%). Der Anteil der langfristigen Aktiva erhöhte sich demgegenüber leicht von 36% im Vorjahr auf 37% zum 30. September 2008.

Die Passivseite spiegelte die veränderte Kapitalstruktur wider. So hat HUGO BOSS im Zuge der Sonderdividende einen Konsortialkredit in Höhe von 750 Mio. EUR abgeschlossen, der sich aus einer festen und einer revolving Kreditlinie zusammensetzt. Die Finanzierungsvereinbarung hat eine Laufzeit von 5 Jah-

ren und wurde zu attraktiven Finanzierungsbedingungen abgeschlossen. Zwischenzeitlich fällt daher kein Refinanzierungsbedarf für diese Kreditlinie an. Für die Finanzlage des Unternehmens hat sich damit ausgezahlt, dass HUGO BOSS frühzeitig die richtigen Weichen gestellt hat, um sich langfristig Liquidität zu sichern. Der Finanzsaldo erhöhte sich daher gegenüber dem Vorjahr und dem Jahresende 2007, wogegen das Eigenkapital nach Ausschüttung der Dividende zurückging.

Das kurzfristige Nettovermögen (Net Working Capital) erhöhte sich zur Vergleichsperiode des Vorjahres um 7% auf 474 Mio. EUR (30. September 2007: 441 Mio. EUR).

Die Forderungen und sonstigen Vermögenswerte blieben im Vergleich zum Vorjahresstichtag aufgrund einer Verbesserung des Forderungsmanagements und der Abschwächung des Umsatzwachstums stabil bei 378 Mio. EUR (30. September 2007: 377 Mio. EUR). Auf der anderen Seite stiegen die Vorräte im Vergleich zum 30. September 2007 an. Die Position lag mit 339 Mio. EUR (30. September 2007: 288 Mio. EUR) 18% über dem Vorjahreswert. Neben einer allgemeinen Erhöhung aus dem fortgesetzten Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels und des allgemein gestiegenen Geschäftsvolumens, resultierte ein gewisser Teil des Vorratsanstiegs aus den schwächer als erwartet ausgefallenen Einzelhandels- und Lagergeschäftsumsätzen.

Die kurzfristigen Waren- und sonstigen Verbindlichkeiten nahmen um rund 11% auf 199 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr zu (30. September 2007: 179 Mio. EUR). Daneben blieben die kurzfristigen Rückstellungen mit 45 Mio. EUR unverändert zum Vorjahr (30. September 2007: 45 Mio. EUR).

Das mittel- und langfristige Nettovermögen lag zum Ende des dritten Quartals 2008 mit 373 Mio. EUR um 27% über dem Wert des Vorjahresstichtags (30. September 2007: 294 Mio. EUR). Dabei erhöhte sich das Anlagevermögen um 18% auf 383 Mio. EUR (30. September 2007: 325 Mio. EUR). Der Anstieg des Anlagevermögens basiert im Wesentlichen auf den Investitionen im Rahmen der

Ausweitung der Logistikkapazitäten sowie dem Ausbau des Netzwerks eigener Einzelhandelsstandorte.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente wurden in begrenztem Umfang eingesetzt und betreffen überwiegend Miet- und Leasingverträge von Logistik- und Verwaltungsimmobilien sowie von eigenen Einzelhandelsstandorten.

Cashflow

Die Darstellung der Cashflow-Rechnung erfolgt gemäß IFRS 7. Ein positiver Mittelzufluss ergab sich aus der operativen Tätigkeit, während Investitionen naturgemäß zu einem Mittelabfluss führten. Der Mittelzu- und -abfluss aus der Finanzierungstätigkeit war nahezu ausgeglichen.

Der operative Cashflow lag mit 92 Mio. EUR deutlich über dem Vorjahreswert (30. September 2007: 67 Mio. EUR). Das Konzernergebnis ging aufgrund der Sonderaufwendungen und einer geringeren operativen Performance auf 128 Mio. EUR zurück (30. September 2007: 153 Mio. EUR). Die Abschreibungen lagen mit 40 Mio. EUR 27% unter dem Vorjahr, in dem hohe Sonderabschreibungen ausgewiesen wurden (30. September 2007: 55 Mio. EUR). Die weiteren Veränderungen in dieser Position ergaben sich aus der Erhöhung des kurzfristigen Nettovermögens (Net Working Capital). Die Vorräte sind im Vergleich zum Jahresende um 14 Mio. EUR gesunken. Diese Reduktion ist saisonal bedingt, da in das dritte Quartal die Auslieferung der Frühjahr/Sommer Hauptkollektion fällt. Ebenfalls saisonal bedingt sind die Forderungen und sonstigen Aktiva im Vergleich zum Jahresende um 96 Mio. EUR gestiegen. Zusätzlich ergab sich ein Mittelabfluss aufgrund der Verminderung bei den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 12 Mio. EUR. Aufgrund der währungsbereinigten Darstellung im Cashflow, lässt sich dieser Wert nicht unmittelbar aus der Bilanz ableiten.

Die Nettoauszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte und Verkäufe führten zu einem Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit von 75 Mio. EUR (30. September 2007: 40 Mio. EUR).

Im Rahmen der Finanzierungstätigkeit standen der Auszahlung der Dividende für das Geschäftsjahr 2007 in Höhe von 446 Mio. EUR eine entsprechende Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten gegenüber. Der Mittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit betrug zum 30. September 2008 1 Mio. EUR.

Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände betrugen in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 77 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 48 Mio. EUR). Das Gesamtinvestitionsvolumen für das Geschäftsjahr 2008 wird daher leicht unter dem zum Jahresanfang erwarteten Wert von 120 Mio. EUR liegen.

Ausschlaggebend für diesen Anstieg waren Investitionen im Rahmen der Konsolidierung der Logistikstandorte und der Ausweitung der Logistikkapazitäten, die aufgrund des deutlich gestiegenen Geschäftsvolumens des Konzerns nötig wurden. Darüber hinaus gab es wesentliche Investitionen in die Einrichtung von Verwaltungsgebäuden, die Anschaffung von Maschinen für ein Technologiezentrum sowie die Erneuerung von Geschäftsausstattungen. Erneut spiegelte sich auch die Strategie, den Ausbau des eigenen Einzelhandelsnetzwerks voranzutreiben, in dieser Position wider.

Segmentberichterstattung

Herrensegment

Der Umsatz des Herrensegments stieg in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008, bereinigt um die Belastungen aus negativen Wechselkurseffekten, um 6%. In Konzernwährung stieg der Umsatz um 3% auf 1.191 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 1.161 Mio. EUR). Besonders erfreulich waren dabei die Umsatzverbesserungen bei der Linie BOSS Selection und BOSS Green.

Für eine aussagekräftige Darstellung der Segmentberichterstattung wurde der erwähnte Sonderaufwand proportional zum Umsatz auf die Segmente verteilt. Das EBIT des Herrensegments war mit 179 Mio. EUR um 9% geringer als im Vorjahreszeitraum (Q1-Q3 2007: 197 Mio. EUR).

Damensegment

Der Umsatz des Damensegments konnte in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008 um 4% auf 173 Mio. EUR (Q1-Q3 2007: 166 Mio. EUR) zulegen. Bereinigt um negative Währungseinflüsse lag das Wachstum bei 6%. Dabei entwickelten sich die Umsätze in Großbritannien, den Beneluxstaaten, Frankreich, Zentral- und Osteuropa dynamisch. Darüber hinaus konnten China und die USA erneut die Zielerwartungen sogar übertreffen.

Der bereits erwähnten Einmaleffekte verringerten das EBIT des Damensegments, sodass das EBIT mit 21 Mio. EUR nahezu auf dem Vorjahresniveau lag (Q1-Q3 2007: 21 Mio. EUR). Insgesamt gilt jedoch, dass das Damensegment durch den verbesserten Rohertrag, aber auch durch Skaleneffekte, eine Verbesserung der operativen Entwicklung in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008 erzielen konnte.

Ausblick

Bedingt durch die weiterhin unklare und von zahlreichen konjunkturellen Unwägbarkeiten geprägte gesamtwirtschaftliche Lage hat das Management von HUGO BOSS seinen Umsatz- und Ertragsausblick für das Geschäftsjahr 2008 angepasst.

Der Vorstand der HUGO BOSS AG erwartet vor dem Hintergrund einer deutlichen Abschwächung der Einzelhandelsumsätze in wichtigen Absatzregionen in der zweiten Jahreshälfte 2008, dass der wechselkursbereinigte Umsatzanstieg für das Gesamtjahr 2008 am unteren Rand der bisherigen Prognose von 6-8% liegen wird.

Die nicht vorhersehbare schwächere Umsatzentwicklung im eigenen Einzelhandel und eine vorsichtige Bestandsbewertung werden sich negativ auf das Ergebnis auswirken. Basierend auf der aktuellen Marktbeurteilung wird das operative Ergebnis (EBIT) vor Einmaleffekten voraussichtlich leicht unter dem Niveau des Vorjahres liegen und damit einen Wert zwischen 210 und 220 Mio. EUR erreichen.

Die Präsenz im konzerneigenen Einzelhandel soll durch die Eröffnung von voraussichtlich rund 45 Geschäften bis Ende des Jahres 2008 weiter ausgebaut werden.

HUGO BOSS am Kapitalmarkt

Die seit gut einem Jahr laufende Baisse an den internationalen Aktienmärkten hatte sich im September - vor dem Hintergrund der Zuspitzung der Finanzkrise - massiv beschleunigt. Das wankende Finanzsystem und die hohen Tageschwankungen an den Börsen haben extreme Unsicherheit erzeugt und zu hohen Abflüssen aus Aktien und Aktienfonds quer durch alle Branchen geführt. In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008 verlor der Leitindex DAX daher knapp 28% seines Wertes. Noch stärker als die Standardwerte gaben die Aktien aus der zweiten und dritten Reihe nach. Diese Nebenwerte trifft die eintrübende Konjunkturstimmung meist stärker, da Anleger in der Krise diesen Werten weniger Stabilität zutrauen als den Großkonzernen aus dem DAX. Der MDAX, in dem die HUGO BOSS Werte gelistet sind, verzeichnete in den ersten neun Monaten ein Minus von über 29%. Der SDAX verlor im gleichen Zeitraum nahezu 35% seines Wertes.

Auch die internationalen Leitbörsen waren vom allgemeinen Abwärtstrend betroffen. Der Dow Jones büßte 18% und der Nikkei 26% ihrer Werte ein. Der Euro Stoxx 50 gab sogar um 31% nach.

Die Performance der HUGO BOSS Werte konnte sich von dem generellen Börsentrend und der negativen Kursentwicklung der gesamten Branche nicht abkoppeln. Die Turbulenzen auf den internationalen Kapitalmärkten stoppten die jahrelange Aufwärtsentwicklung der Aktien. In den ersten neun Monaten verzeichneten die Stammaktien und die Vorzugsaktien einen Kursverlust 56%. Der Kursrückgang der Aktien stand jedoch im Kontrast zur guten operativen Entwicklung von HUGO BOSS. Begründet ist der Kursverlust zum einen in der allgemeinen Kaufzurückhaltung von Investoren bei Aktien des Retail- und Konsumgütersektors, was sich auch in deutlichen Kursrückgängen bei Vergleichsunternehmen niederschlug. Zum anderen wirkte sich die Auszahlung der Sonderdividende im Mai dieses Jahres und der darauf folgenden marktüblichen Dividendenabschlag negativ auf den Aktienkurs der HUGO BOSS Werte aus.

Kennzahlen zu den Aktien

in Mio. €	Jan. - Sep. 2008	Jan. - Sep. 2007	Veränderung in %
Aktien			
Anzahl Aktien	70.400.000	70.400.000	
Ergebnis je Aktie in € ¹			
Stammaktien	1,85	2,20	-16
Vorzugsaktien	1,86	2,24	-17
Stammaktien ²			
Höchstkurs in €	40,39	55,40	-27
Tiefstkurs in €	15,57	38,26	-59
Vorzugsaktien ²			
Höchstkurs in €	42,60	49,69	-14
Tiefstkurs in €	16,07	34,20	-53

¹ Keine Verwässerung: Aktienoptionsprogramm basierend auf Stock Appreciation Rights.

² Xetra.

Investor Relations und Public Relations

Um in diesem schwierigen Marktumfeld die gute operative Performance und das Potenzial von HUGO BOSS in einem offenen und kontinuierlichen Austausch mit institutionellen und privaten Investoren zu präsentieren, hat HUGO BOSS seine Aktivitäten im Bereich der Finanzkommunikation in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres weiter intensiviert. Das Management des Unternehmens stand in den ersten neun Monaten einem breiten Forum von in- und ausländischen Kapitalanlegern im Rahmen von zahlreichen Roadshows und Konferenzen für Fragen zur Verfügung. Dabei wurden die Entwicklung und die Strategie des Unternehmens sowie die Besonderheiten der Länder, in denen HUGO BOSS aktiv ist, erläutert. Ausgebaut wurde außerdem die Kontaktpflege mit Privatanlegern. Neben der Hauptversammlung als wichtigster Veranstaltung für Privatanleger, präsentierte sich HUGO BOSS auch bei Privatinvestorenveranstaltungen wie beispielsweise bei einer Veranstaltung in Zusammenarbeit mit der Börse Stuttgart, der BW Bank und der Schutzgemeinschaft DSW.

Die Public Relations Aktivitäten sind darüber hinaus ein wichtiger Baustein des Kommunikationskonzepts von HUGO BOSS. Wichtig ist dabei ein offener Dialog

mit der nationalen und internationalen Wirtschafts- und Tagespresse, mit dem Ziel, das gute Image von HUGO BOSS in der Öffentlichkeit zu pflegen und zu stärken. Daneben gehört zur Arbeit der Unternehmenskommunikation von HUGO BOSS die Ausrichtung von Kultur-, Sport- und Fashion Events, um die Markenbekanntheit kontinuierlich zu stärken. So werden beispielsweise neben den üblichen Marketingmaßnahmen in Printmedien, regelmäßig Fashion Events inszeniert, die starke Resonanz in der nationalen und internationalen Presse-landschaft finden und somit zur Imagepflege der HUGO BOSS Marken einen bedeutenden Beitrag leisten.

Die Kontaktadressen der Investor Relations Abteilung und der Unternehmenskommunikation sowie aktuelle Informationen zum Unternehmen wie Finanzberichte, Pressemeldungen, der Finanzkalender und die jeweils neueste Unternehmenspräsentation können auf der Unternehmenswebsite von HUGO BOSS unter www.group.hugoboss.com abgerufen werden. Durch eine Neukonzeption des Internetauftritts ist nun eine noch einfachere und übersichtlichere Navigation für Interessierte gewährleistet.

Unternehmenssteuerung

Internes Steuerungssystem

Der nachhaltige Erfolg des HUGO BOSS Konzerns wird durch ein internes Steuerungssystem aktiv unterstützt, langfristig gesichert und weiter ausgebaut. Die Informationssysteme des HUGO BOSS Konzerns enthalten Ist- und Planungsrechnungen, die strategische und operative Elemente zeitnah verknüpfen und von einer regelmäßigen, gegebenenfalls maßnahmenorientierten Kommunikation begleitet werden. Kundenorientierung, Effizienz und hohe Unternehmenstransparenz bilden die Elemente dieses Managementsteuerungssystems. Zusätzlich werden die Aktivitäten aller Tochtergesellschaften koordiniert sowie ihre dezentrale Verantwortung unterstützt.

Im Einzelnen umfasst das Steuerungssystem die strategische Konzernplanung, das konzernweite Berichtswesen und das Investitionscontrolling. Detaillierte KPI- (Key Performance Indicator) Berichte unterstützen das Management bei der Steuerung der Geschäftssegmente, der Tochtergesellschaften und der Prozesse der operativen Bereiche. Das Data Warehouse gibt dem Management konzernweit einen direkten Zugriff auf zum Teil täglich aktualisierte Steuerungsinformationen. Das Controllingsystem wird laufend optimiert und an Entwicklungen des Konzerns sowie an steigende Anforderungen angepasst.

Die wichtigsten Kennzahlen, die kontinuierlich überwacht werden und deren Optimierung im Fokus des konzernweiten Wirtschaftens steht, sind in der folgenden Tabelle abgebildet.

Steuerungsgrößen und Kennzahlen

		30. Sep. 2008	30. Sep. 2007
Umsatzerlöse	in Mio. €	1.363,6	1.327,7
Rohertragsmarge	in %	58,5	57,3
EBITDA	in Mio. €	239,8	273,0
EBIT	in Mio. €	199,4	217,7
EBIT-Marge ¹	in %	14,6	16,4
Konzernergebnis	in Mio. €	127,6	153,2
Bilanzsumme	in Mio. €	1.172,3	1.068,7
Net Working Capital ⁴	in Mio. €	473,5	440,7
Investitionen in Anlagevermögen	in Mio. €	76,6	47,5
Return on Investment ⁵	in %	25,5	31,7

¹ EBIT/Umsatzerlöse.

² EBITDA adj./Nettozinsaufwand

³ Nettoverschuldung/EBITDA adj.

⁴ Kurzfristiges Nettovermögen.

⁵ EBIT/durchschnittliches Nettovermögen.

Durch Bindung der variablen Vergütung des Top-Managements an die oben genannten Kennzahlen kommt dem Steuerungssystem des Konzerns eine besondere Bedeutung zu.

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

Zur Sicherung und zum Ausbau des nachhaltigen Erfolgs des HUGO BOSS Konzerns werden neben finanziellen auch nicht-finanzielle Leistungsindikatoren regelmäßig berichtet und analysiert. Bei Zielabweichungen werden gegebenenfalls Maßnahmen abgeleitet.

Der dauerhafte wirtschaftliche Erfolg des HUGO BOSS Konzerns ist nicht allein auf erstklassige Produkte, erfolgreiche Beschaffungs- und Betriebskonzepte sowie die effizient geführte Organisation zurückzuführen, sondern erklärt sich auch durch weitere Faktoren, die sich nicht allein mit finanziellen Kennzahlen messen lassen. Die nachhaltige und positive Entwicklung des HUGO BOSS Konzerns basiert vielmehr auch auf seinen hoch qualifizierten und motivierten Mitarbeitern, der Offenheit für innovative Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungsket-

te, dem konstruktiven Dialog mit seinen Kunden sowie dem steten Wissen des Konzerns um seine gesellschaftliche Verantwortung und die Bedeutung ökologisch wie sozial nachhaltiger Konzepte.

Nachtrags-, Risiko- und Chancenbericht

Nachtragsbericht

Zwischen dem Stichtag, dem 30. September 2008, und der Freigabe der Veröffentlichung, dem 30. Oktober 2008, gab es im HUGO BOSS Konzern keine nennenswerten operativen und strukturellen Veränderungen oder Geschäftsvorfälle, welche die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage zum 30. September 2008 wesentlich verändert hätten.

Risiko- und Chancenbericht

HUGO BOSS ist seit Jahren einer der erfolgreichsten internationalen Modekonzerne im Bereich des gehobenen Bekleidungsmarktes, der weiterhin Wachstums- und Gewinnpotenzial bietet. Alle Bereiche der Organisation sind darauf ausgerichtet, entsprechende Chancen und Risiken zu identifizieren, zu analysieren und konsequent zu berücksichtigen, um die Marktposition des HUGO BOSS Konzerns auch zukünftig zu sichern. Die Treasury Abteilung des Konzerns stellt dafür den strategischen Rahmen zur Verfügung und sichert die Finanzierung und Liquidität des gesamten Unternehmens.

Um sowohl Risiken als auch Chancen frühzeitig zu erkennen, überprüft HUGO BOSS regelmäßig im Rahmen des Risikomanagements interne wie externe Faktoren, die den Unternehmenserfolg beeinflussen könnten. Dem Risikomanagement liegt als zentrales Element ein Risikokatalog zugrunde. Er dient sowohl der Prozesssteuerung der Risikoanalyse und des Risikomanagements als auch der zentralen Zusammenfassung aller Risiken.

Für eine detaillierte Darstellung der Risiken und Chancen von HUGO BOSS verweisen wir auf den „Risikobericht“ und den „Chancenbericht“ im Konzernabschluss 2007. Die dort getroffenen Aussagen zu den Risiken und Chancen gelten weiterhin. Grundlegende Änderungen der Risikolage werden nicht erwartet.

Zusammenfassende Aussage über die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Zusammengefasst zeigt die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage, dass sich der HUGO BOSS Konzern zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichts der ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2008 in einer soliden wirtschaftlichen Lage befand.

Metzingen, den 30. Oktober 2008

HUGO BOSS AG

Der Vorstand

Claus-Dietrich Lahrs

Hans Fluri

André Maeder

Konzernabschluss

Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung

in Mio. €	Jan. - Sep. 2008	Jan. - Sep. 2007	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.363,6	1.327,7	3
Materialaufwand inkl. Bestandsveränderungen	-566,0	-566,9	0
Rohhertrag in % vom Umsatz	797,6 58,5	760,8 57,3	5
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-302,4	-257,5	-17
Personalaufwand	-255,4	-230,3	-11
Abschreibungen	-40,4	-55,3	27
EBIT	199,4	217,7	-8
Nettofinanzergebnis	-27,0	-5,7	<-100
Ergebnis vor Ertragsteuern	172,4	212,0	-19
Ertragsteuern	-44,8	-58,8	24
Konzernergebnis je Aktie (€)¹	127,6	153,2	-17
Stammaktien	1,85	2,20	-16
Vorzugsaktien	1,86	2,24	-17

in Mio. €	3. Quartal 2008	3. Quartal 2007	Veränderung in %
Umsatzerlöse	533,0	534,0	0
Materialaufwand inkl. Bestandsveränderungen	-224,2	-228,3	2
Rohhertrag in % vom Umsatz	308,8 57,9	305,7 57,2	1
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-105,6	-91,2	-16
Personalaufwand	-78,1	-77,2	-1
Abschreibungen	-14,0	-12,6	-11
EBIT	111,1	124,7	-11
Nettofinanzergebnis	-18,5	-2,5	<-100
Ergebnis vor Ertragsteuern	92,6	122,2	-24
Ertragsteuern	-24,1	-33,0	27
Konzernergebnis je Aktie (€)¹	68,5	89,2	-23
Stammaktie	0,99	1,28	-23
Vorzugsaktie	0,99	1,31	-24

¹ Keine Verwässerung: Aktienoptionsprogramm basierend auf Stock Appreciation Rights.

Konzernbilanz

Aktiva	30. Sep.	30. Sep.	31. Dezember
in Mio. €	2008	2007	2007
Immaterielle Vermögenswerte	103,0	90,7	97,0
Sachanlagen	279,6	233,8	249,0
Aktive latente Steuern	39,7	37,0	33,6
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	8,1	4,3	7,3
Sonstige langfristige Vermögenswerte ¹	6,9	15,6	13,6
Langfristige Vermögenswerte	437,3	381,4	400,5
Vorräte	339,2	287,9	351,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	297,5	308,1	171,3
Ertragsteuerforderungen	25,3	5,8	7,3
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	7,9	3,8	6,7
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	47,7	58,8	77,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	17,4	22,9	24,5
Kurzfristige Vermögenswerte	735,0	687,3	638,8
Aktiva, gesamt	1.172,3	1.068,7	1.039,3

Passiva	30. Sep.	30. Sep.	31. Dezember
in Mio. €	2008	2007	2007
Gezeichnetes Kapital	70,4	70,4	70,4
Eigene Aktien	-42,3	-42,3	-42,4
Kapitalrücklage	0,4	0,4	0,4
Gewinnrücklagen	102,4	393,5	393,9
Kumuliertes übriges Eigenkapital	-31,6	-28,5	-29,6
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis	127,6	153,2	154,1
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	226,9	546,7	546,8
Minderheitsanteile am Eigenkapital	-0,4	-0,4	-0,4
Konzerneigenkapital	226,5	546,3	546,4
Langfristige Rückstellungen ¹	30,9	51,0	40,0
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	477,6	45,2	46,1
Passive latente Steuern	9,1	5,1	9,6
Sonstige langfristige Schulden	25,5	30,9	27,4
Langfristige Schulden	543,1	132,2	123,1
Kurzfristige Rückstellungen	44,9	44,5	43,1
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	161,7	166,5	153,2
Ertragsteuerschulden	67,1	47,9	35,4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	85,5	80,2	101,0
Sonstige kurzfristige Schulden	43,5	51,1	37,1
Kurzfristige Schulden	402,7	390,2	369,8
Passiva, gesamt	1.172,3	1.068,7	1.039,3

¹ Anpassungen sonstige langfristige Vermögenswerte und Pensionsrückstellungen in 2007 aufgrund Korrektur gem. IAS 8.42.

Entwicklung des Konzerneigenkapitals

in Mio. €	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Kapital- rücklage	Gewinnrücklagen	
				Gesetzliche Rücklage	Sonstige Gewinn- rücklagen
1. Januar 2007	70,4	-31,1	0,4	6,6	340,7
Konzernergebnis					
Einstellung in Gewinnrücklagen					128,7
Dividendenzahlung					-82,5
Aktienrückkauf		-11,2			
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen					
30. Sep. 2007	70,4	-42,3	0,4	6,6	386,9
1. Januar 2008	70,4	-42,3	0,4	6,6	387,2
Konzernergebnis					
Einstellung in Gewinnrücklagen					154,1
Dividendenzahlung					-445,5
Aktienrückkauf					
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen					
30. Sep. 2008	70,4	-42,3	0,4	6,6	95,8

Kumuliertes übriges Eigenkapital		Den Anteilseignern des Mutterunter- nehmens zuzurech- nendes Ergebnis	Auf die Anteilseigner des Mutterunterneh- mens entfallendes Eigenkapital	Minder- heitsanteile am Eigen- kapital	Konzern- eigenkapital
Unterschiede aus der Währungsum- rechnung	Marktbewertung Sicherungs- geschäfte				
-20,8	-0,1	128,7	494,8	-0,4	494,4
		153,2	153,2	0,0	153,2
		-128,7			
			-82,5		-82,5
			-11,2		-11,2
-9,0	1,4		-7,6		-7,6
-29,8	1,3	153,2	546,7	-0,4	546,3
-32,8	3,2	154,1	546,8	-0,4	546,4
		127,6	127,6	0,0	127,6
		-154,1			
			-445,5		-445,5
0,5	-2,5		-2,0		-2,0
-32,3	0,7	127,6	226,9	-0,4	226,5

Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen

in Mio. €	30. Sep. 2008	30. Sep. 2007
Marktbewertung Sicherungsgeschäfte	-2,5	1,4
Währungsdifferenzen	0,5	-9,0
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	-2,0	-7,6
Konzernergebnis	127,6	153,2
Erfasste Erträge und Aufwendungen	125,6	145,6
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	125,6	145,6
Minderheitsanteile	0,0	0,0

Kapitalflussrechnung

in Mio. €	30. Sep. 2008	30. Sep. 2007
Konzernergebnis	127,6	153,2
Abschreibungen	40,4	55,3
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	44,8	58,8
Zinserträge und -aufwendungen	18,6	5,6
Veränderung der Vorräte	13,5	-1,0
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	-95,7	-164,8
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-12,2	-6,8
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	-0,9	0,4
Veränderung Pensionsrückstellungen	2,4	6,6
Veränderung übrige Rückstellungen	-9,8	13,0
Gezahlte Ertragsteuern	-36,6	-53,5
Operativer Mittelzufluss	92,1	66,8
Gezahlte Zinsen	-26,2	-6,8
Erhaltene Zinsen	1,0	1,1
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	66,9	61,1
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	-76,6	-47,5
Ausgaben für Änderungen des Konsolidierungskreises	0,0	0,0
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	1,8	7,5
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-74,8	-40,0
Dividende Vorjahr	-445,5	-82,5
Rückkauf eigener Aktien	0,0	-11,2
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	14,3	83,3
Rückzahlung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-11,3	-26,9
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	443,5	0,1
Mittelzu-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	1,0	-37,2
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-0,2	-1,0
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-7,1	-17,1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	24,5	40,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	17,4	22,9

Segmentberichterstattung

Segmentinformationen nach Produktbereichen

in Mio. €	Herrensegment ¹		Damensegment		HUGO BOSS Konzern	
	Jan. - Sep. 2008	Jan. - Sep. 2007	Jan. - Sep. 2008	Jan. - Sep. 2007	Jan. - Sep. 2008	Jan. - Sep. 2007
Umsatzerlöse	1.190,5	1.161,3	173,1	166,4	1363,6	1327,7
Abschreibungen	-35,2	-50,6	-5,2	-4,7	-40,4	-55,3
EBIT	178,6	196,5	20,8	21,2	199,4	217,7
in % vom Umsatz	15,0	16,9	12,0	12,7	14,6	16,4
Konzernergebnis	115,0	140,6	12,6	12,6	127,6	153,2
in % vom Umsatz	9,7	12,1	7,3	7,6	9,4	11,5
	30. Sep. 2008	31. Dezember 2007	30. Sep. 2008	31. Dezember 2007	30. Sep. 2008	31. Dezember 2007
Aktiva	1044,8	907,5	127,5	131,8	1.172,3	1.039,3
Schuldposten	791,9	324,0	153,9	168,9	945,8	492,9
Reinvermögen	251,0	583,5	-24,5	-37,1	226,5	546,4
Investitionen	66,9	78,4	9,7	6,3	76,6	84,7
Mitarbeiter (Kapazitäten)	9.093	8.484	635	639	9.728	9.123

in Mio. €	Herrensegment ¹		Damensegment		HUGO BOSS Konzern	
	3. Quartal 2008	3. Quartal 2007	3. Quartal 2008	3. Quartal 2007	3. Quartal 2008	3. Quartal 2007
Umsatzerlöse	469,6	467,7	63,4	66,3	533,0	534,0
Abschreibungen	-12,8	-11,8	-1,2	-0,8	-14,0	-12,6
EBIT	100,2	113,3	10,9	11,4	111,1	124,7
in % vom Umsatz	21,3	24,2	17,2	17,2	20,8	23,4
Konzernergebnis	61,4	82,3	7,1	6,9	68,5	89,2
in % vom Umsatz	13,1	17,6	11,2	10,4	12,9	16,7

¹ Bestehendes Geschäft mit Herrenkollektionen. Auf die Produktlinie HUGO Womenswear entfallende Beträge sind aus Vereinfachungsgründen enthalten.

Segmentinformationen nach Regionen

	Jan. - Sep. 2008		Jan. - Sep. 2007	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Umsatz				
Deutschland	278,7	21	287,5	22
Andere europäische Länder	671,1	49	657,0	49
Amerika	229,1	17	225,0	17
Asien/übrige Regionen	153,2	11	126,1	9
Lizenzen	31,5	2	32,1	3
Gesamt	1.363,6	100	1.327,7	100
	30. Sep. 2008		31. Dezember 2007	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Aktiva				
Deutschland	325,7	28	343,0	33
Andere europäische Länder	565,0	48	451,8	43
Amerika	195,4	17	169,0	16
Asien/übrige Regionen	75,9	6	59,0	6
Lizenzen	10,3	1	16,5	2
Gesamt	1.172,3	100	1.039,3	100
Investitionen				
Deutschland	28,2	37	34,2	40
Andere europäische Länder	29,6	39	28,0	33
Amerika	14,9	19	18,6	22
Asien/übrige Regionen	3,9	5	3,9	5
Gesamt	76,6	100	84,7	100
	3. Quartal 2008		3. Quartal 2007	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Umsatz				
Deutschland	105,1	20	110,7	21
Andere europäische Länder	272,3	51	275,1	51
Amerika	85,1	16	83,5	16
Asien/übrige Regionen	60,0	11	51,7	10
Lizenzen	10,5	2	13,0	2
Gesamt	533,0	100	534,0	100

Konzernanhang

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der Zwischenabschluss der HUGO BOSS AG zum 30. September 2008 wurde gemäß § 37w WpHG in Übereinstimmung mit den zum Stichtag gültigen International Financial Reporting Standards (IFRS) und deren Interpretationen aufgestellt. Insbesondere die Regelungen des IAS 34 zur Zwischenberichterstattung wurden angewendet.

Alle Zwischenabschlüsse der in den Konzernzwischenabschluss einbezogenen Unternehmen wurden nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen aufgestellt, die auch dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007 zu Grunde lagen. Eine detaillierte Beschreibung der angewandten Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsmethoden sind im Anhang des Konzernabschlusses 2007 ausführlich dargestellt.

Im folgenden ist das Absicherungsprogramm für die Stock Appreciation Rights dargestellt.

Um das Risiko aus Aktienkursschwankungen im Zusammenhang mit dem Stock Appreciation Rights (SAR) Programm 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 laufenden Geschäftsjahres von unabhängigen Banken amerikanische Kaufoptionen auf HUGO BOSS Vorzugsaktien mit den selben Laufzeiten wie die gewährten SAR. Das Bezugsrecht beträgt dabei 1:1, das heißt, eine Option entspricht einer Vorzugsaktie. Das entsprechende Investitionsvolumen belief sich auf knapp 33 Millionen Euro.

Im Zeitpunkt der Ausübung der SAR durch einen Mitarbeiter werden die entsprechenden Kaufoptionen an die ausgebende Bank verkauft. Dadurch wird der Mit-

telabfluss aus der Ausübung der SAR durch einen Mittelzufluss aus dem Verkauf der Kaufoption ausgeglichen und damit die Auswirkung auf den Cashflow kompensiert.

Sowohl die für die HUGO BOSS AG aus den SAR entstehenden Verpflichtungen, welchen durch Bildung entsprechender Rückstellungen Rechnung getragen wird, als auch die der Absicherung dienenden Kaufoptionen, werden regelmäßig zu den Stichtagen erfolgswirksam mit deren beizulegendem Zeitwert berücksichtigt. Die Bewertungen der Kaufoptionen und der SAR-Verpflichtungen basieren auf Marktwerten, welche von den ausgebenden Banken zur Verfügung gestellt werden. Da sich die Stichtagswerte der jeweiligen Kaufoptionen und der SAR entsprechen, kompensieren sich resultierende Ergebniseffekte überwiegend. Ergebnisabweichungen ergeben sich aus dem pro rata ratischen Aufbau der entsprechenden Rückstellung für die SAR gemäß IFRS 2, die sich in der Erdienungsphase- das heißt, in den ersten zwei Jahren nach Ausgabe- befinden.

Aufwendungen für SAR, die sich noch in der Erdienungsphase befinden, werden gemäß Definition im Personalaufwand berücksichtigt. Gleichzeitig wird die erfolgswirksame Veränderung der SAR, die sich bereits im Ausübungszeitraum befinden, sowie die Veränderung des entsprechenden Absicherungsgeschäfts, im Personalaufwand saldiert. Soweit den erworbenen Kaufoptionen - aufgrund der pro rata ratischen Zuführung der SAR- Rückstellung- noch keine entsprechenden Rückstellungen gegenüberstehen, erfolgt ein Ausweis des Bewertungseffektes im Finanzergebnis.

Zum 30. September 2008 belief sich der im Personalaufwand gezeigte Ergebniseffekt aus der Zuführung und Neubewertung der SAR Rückstellung sowie der Aufwand aus der Bewertung der entsprechenden Absicherungsgeschäfte auf TEUR 4.510.

Der im Finanzergebnis erfasste Aufwand aus der Bewertung von Absicherungsgeschäften, denen noch keine SAR-Rückstellungen gegenüberstehen, beläuft sich auf TEUR 6.095.

Währungsumrechnung

Die wichtigsten im Zwischenabschluss angewandten Kurse haben sich in Relation zum Euro im Berichtszeitraum wie folgt entwickelt:

Land	Währung	Durchschnittskurs		Bilanzstichtagskurs	
		Jan. - Sep. 2008	Jan. - Sep. 2007	30. Sep. 2008	31. Dezember 2007
	1 EUR =				
Australien	AUD	1,6681	1,6374	1,7615	1,6731
Brasilien	BRL	2,5621	2,6908	2,7654	2,5858
Dänemark	DKK	7,4575	7,4491	7,4603	7,4566
Großbritannien	GBP	0,7815	0,6764	0,7959	0,7348
Hongkong	HKD	11,8644	10,4985	11,1412	11,4620
Japan	JPY	161,0218	160,3927	152,3000	166,1300
Kanada	CAD	1,5482	1,4856	1,4929	1,4389
Mexiko	MXN	15,9956	14,7181	15,4853	15,9646
Schweden	SEK	9,4060	9,2351	9,7009	9,4483
Schweiz	CHF	1,6081	1,6369	1,5845	1,6604
USA	USD	1,5214	1,3438	1,4349	1,4692
Volksrepublik China	CNY	10,6306	10,3026	9,8269	10,7312

Konjunkturelle und saisonale Einflüsse

Als weltweit tätiges Unternehmen ist der HUGO BOSS Konzern unterschiedlichen konjunkturellen Entwicklungen ausgesetzt. In dem Kapitel „Wirtschaftliche Rahmenbedingungen“ auf den Seiten 9f wurde auf die allgemeinen Konjunkturlaufläufe und die Branchenentwicklung im Berichtszeitraum detailliert eingegangen. Branchenbedingte saisonale Schwankungen sind bei HUGO BOSS üblich. Jedoch hat sich das Geschäft von HUGO BOSS in den vergangenen Jahren grundlegend geändert. Das ehemals von zwei Vorordersaisons (Frühjahr/Sommer und Herbst/Winter) dominierte Geschäft mit einer entsprechend früh vorliegenden Auftragslage ist zunehmend komplexer geworden. So werden nunmehr pro Jahr vier Saison-Vorverkäufe durchgeführt. Darüber hinaus verringert sich die Bedeutung saisonaler Einflüsse durch den weltweiten Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten. Zudem ist HUGO BOSS bestrebt, die Effizienz zu erhöhen, indem die weniger modeabhängigen Artikel stärker aus dem Lagergeschäft bedient werden. Auch die Zahl monatlicher themenorientierter Auslieferungen steigt kontinuierlich an. Aufgrund dieser Einflüsse nimmt die Saisonalität im Geschäftsverlauf von HUGO BOSS stetig ab.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis umfasste zum 30. September 2008 einschließlich der HUGO BOSS AG 51 Unternehmen und war damit gegenüber dem Vergleichszeitpunkt 31. Dezember 2007 unverändert.

Ergebnisanteil anderer Gesellschafter

In den Konzernabschluss wurden Gesellschaften einbezogen, an denen die HUGO BOSS AG zu weniger als 100% beteiligt ist. Entsprechend IAS 27 werden diese Minderheitsanteile in der Konzernbilanz innerhalb des Eigenkapitals getrennt von dem auf die Aktionäre der HUGO BOSS AG entfallenden Eigenkapitalanteil ausgewiesen.

Beziehungen zu nahe stehenden Personen

Nach Erwerb der Mehrheit der Anteile an der Valentino Fashion Group durch Red & Black S. r. l., Mailand, hat sich der Kreis der nahe stehenden Unternehmen und Personen verändert. Als nahe stehend werden nun alle Unternehmen und Personen betrachtet, die die Voraussetzungen von IAS 24.9 in Bezug auf die Red & Black Lux S. à r. l. erfüllen.

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 30. September 2008 sind keine berichtspflichtigen Geschäfte mit nahe stehenden Personen getätigt worden.

Aktienrückkaufprogramm

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2008 hat die HUGO BOSS AG keine eigenen Aktien zurückgekauft. Damit hält die HUGO BOSS AG nach Ablauf der ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2008 insgesamt 528.555 Stück Stammaktien und 855.278 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem Anteil von 1,97% bzw. 1.383.833 EUR am Grundkapital.

Gewinnausschüttung

Die Hauptversammlung vom 8. Mai 2008 hat dem Vorschlag des Aufsichtsrats und des Vorstands zugestimmt, aus dem Bilanzgewinn des Jahres 2007 eine Dividende von 1,45 EUR je Stammaktie und 1,46 EUR je Vorzugsaktie auszuschütten. Zusätzlich hat sich die Hauptversammlung dem Vorschlag des Aufsichtsrats und des Vorstands zur Zahlung einer Sonderdividende in Höhe von 5,00 EUR je Aktie angeschlossen. Insgesamt wurden somit 446 Mio. EUR an die Aktionäre ausgeschüttet.

Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie wird nach IAS 33 als Quotient aus dem Konzernjahresergebnis und dem gewichteten Durchschnitt der während der Berichtsperiode im Umlauf befindlichen Aktienzahl ermittelt. Weder zum 30. September 2008 noch zum 30. September 2007 standen Aktien aus, die den Gewinn je Aktie verwässerten.

	Jan. - Sep. 2008	Jan. - Sep. 2007
Konzernergebnis in Mio. €	127,6	153,2
Durchschnittliche Zahl der ausstehenden Aktien ¹		
Stammaktien	35.331.445	35.331.828
Vorzugsaktien	33.684.722	33.716.557
Ergebnis je Stammaktie in € ²	1,85	2,20
Ergebnis je Vorzugsaktie in € ²	1,86	2,24

¹ Berücksichtigt den Effekt des Aktienrückkaufprogramms.

² Keine Verwässerung: Aktienoptionsprogramm basierend auf Stock Appreciation Rights.

Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen

Gegenüber dem 31. Dezember 2007 haben sich keine wesentlichen Verände-

rungen der Eventualverbindlichkeiten ergeben. Zum 30. September 2008 lagen keine Eventualforderungen vor.

Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz

Die Ergebnisentwicklung, die Vermögens- und Finanzlage im HUGO BOSS Konzern sind auf den Seiten 19ff erläutert und auf den Seiten 23ff detailliert dargestellt.

Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung des Konzerns zeigt, wie sich der Finanzsaldo des HUGO BOSS Konzerns im Laufe des Berichtszeitraums durch Mittelzu- und -abflüsse verändert hat. Die Kapitalflussrechnung wurde nach der indirekten Methode ermittelt.

Die Kapitalflussrechnung ist auf den Seiten 25f erläutert und auf der Seite 44 dargestellt.

Eigenkapitalveränderung

Das Konzernergebnis zum Ende des dritten Quartals 2008 von 128 Mio. EUR wirkte sich positiv auf das Eigenkapital aus, während die Dividendenausschüttung das Eigenkapital entsprechend gemindert hat. Die Entwicklung des Konzerneigenkapitals ist der Tabelle auf den Seiten 41f zu entnehmen.

Segmentberichterstattung

Im Vergleich zum 31. Dezember 2007 erfolgte im Berichtszeitraum keine Veränderung in der Abgrenzung der Segmente. Im Kapitel „Segmentberichterstattung“ auf den Seiten 28f sind nähere Einzelheiten zum Geschäftsverlauf zu finden. Die Darstellung zu den Segmenten ist auf den Seiten 45f zu finden.

Im Rahmen der Segmentberichterstattung werden die Aktivitäten des Konzerns gemäß den Regeln von IAS 14 nach Geschäftsfeldern als primärem Berichtsformat und nach Regionen als sekundärem Berichtsformat abgegrenzt. Die Segmentierung bei HUGO BOSS ergibt sich aus der internen Organisations- und Berichtsstruktur.

In der Segmentierung nach Produktbereichen werden unter dem Herrensegment die Herrenkollektionen der Marken BOSS und HUGO sowie die Erträge der Duftlizenzen der Marke BALDESSARINI zusammengefasst. Aus Vereinfachungsgründen werden die auf die Produktlinie HUGO Womenswear entfallenden Beiträge ebenfalls unter dem Herrensegment ausgewiesen.

Bei den Segmentinformationen nach Regionen richten sich die Außenumsätze nach dem Sitz der Kunden.

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

Weitere Angaben

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. Sollten einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder andere Unwägbarkeiten eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen genannten oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Wir haben weder die Absicht noch übernehmen wir eine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend zu aktualisieren, da diese ausschließlich von den Umständen am Tag ihrer Veröffentlichung ausgehen.

Finanzkalender und Kontakte

Finanzkalender

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

Investor Relations

Nicole Besemer
Direktorin Investor Relations & Treasury
Tel: + 49 (0) 7123 94-2478
Fax: + 49 (0) 7123 94-82478

Viola Mahrenbach
Investor Relations
Tel: +49 (0) 7123 94-1326
Fax: +49(0) 7123 94-81326

Kommunikation

Philipp Wolff
Direktor Kommunikation
Tel: +49 (0) 7123 94-2375
Fax: +49 (0) 7123 94-2051

Anforderung Geschäfts- und Zwischenberichte

E-Mail: Investor-Relations@hugoboss.com
Fax: +49 (0) 7123 94-2035