



H U G O B O S S

GESCHÄFTSBERICHT 2014

1

AN UNSERE AKTIONÄRE

5	Brief des Vorstandsvorsitzenden
8	Vorstand
10	Bericht des Aufsichtsrats
15	Aufsichtsrat
16	Ausschüsse des Aufsichtsrats
17	Corporate Governance Bericht
24	Basisinformationen HUGO BOSS Aktie
25	HUGO BOSS am Kapitalmarkt

2

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT KONZERNPROFIL

33	Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur
38	Unternehmenssteuerung
42	Konzernstrategie
51	Mitarbeiter
58	Forschung und Entwicklung
62	Beschaffung und Produktion
66	Nachhaltigkeit

3

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT DAS GESCHÄFTSJAHR

75	Gesamtwirtschaftliche Lage und Branchenentwicklung
78	Konzernertragslage
94	Vermögenslage
98	Finanzlage
104	Vergütungsbericht
109	Rechtliche Angaben
112	Risiko- und Chancenbericht
137	Nachtrags- und Prognosebericht
144	HUGO BOSS AG (Erläuterungen auf Basis HGB)
152	Zusammenfassende Beurteilung des Vorstands zur wirtschaftlichen Lage des Konzerns

4

KONZERNABSCHLUSS

155	Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung
156	Konzerngesamtergebnisrechnung
157	Konzernbilanz
158	Eigenkapitalveränderungsrechnung
160	Kapitalflussrechnung
161	Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2014
185	Erläuterungen zur Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung
193	Erläuterungen zur Konzernbilanz
224	Sonstige Erläuterungen
240	Vorstand
241	Aufsichtsrat
242	Weitere Angaben zu den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern
244	Versicherung der gesetzlichen Vertreter
245	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

5

WEITERE ANGABEN

249	Allgemeine Anmerkungen
249	Zukunftsgerichtete Aussagen
250	Glossar
256	Stichwortverzeichnis
258	Grafik- und Tabellenverzeichnis
260	Kontakte
260	Impressum

U3	Finanzkalender und Zehnjahresübersicht
----	----------------------------------------

ZIELERREICHUNG UND PROGNOSE

KONZERNUMSATZ¹

ZIELE 2014

Anstieg im hohen
einstelligen Bereich

ERGEBNISSE 2014



PROGNOSE 2015

Solider Anstieg

UMSATZ NACH REGIONEN¹

ZIELE 2014

Wachstum in
allen Regionen

ERGEBNISSE 2014



PROGNOSE 2015

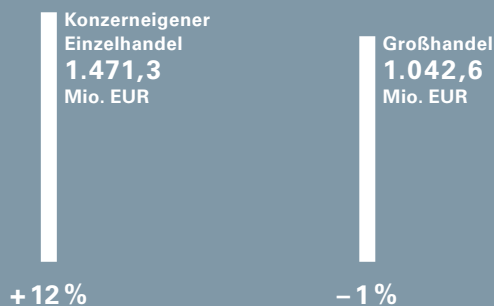
Solides Wachstum
in allen Regionen

UMSATZ NACH VERTRIEBSKANÄLEN¹

ZIELE 2014

Zweistelliges
Wachstum im eigenen
Einzelhandel, ungefähr
stabile Entwicklung im
Großhandel

ERGEBNISSE 2014



PROGNOSE 2015

Im Vergleich zum
Gesamtkonzern
überdurchschnittliche
Entwicklung im eigenen
Einzelhandel und
im Vergleich zum
Gesamtkonzern
unterdurchschnittliche
Entwicklung im
Großhandel

¹Auf währungsbereinigter Basis.

EBITDA VOR SONDEREFFEKTEN

ZIELE 2014

Anstieg im hohen
einstelligen Bereich

ERGEBNISSE 2014

590,8
Mio. EUR

+5 %

PROGNOSE 2015

Solider Anstieg

NETTOVERSCHULDUNG

ZIELE 2014

Erzielung
einer positiven
Nettofinanzposition
bis Jahresende

ERGEBNISSE 2014

35,7
Mio. EUR

-37 %

PROGNOSE 2015

Erzielung
einer positiven
Nettofinanzposition
bis Jahresende

KONZERNEIGENE EINZELHANDELSGESCHÄFTE

ZIELE 2014

Eröffnung rund 50
neuer Geschäfte

ERGEBNISSE 2014

Standorte
1.041

+31

(86 Neueröffnungen und Übernahmen, 55 Schließungen)

PROGNOSE 2015

Fortgesetzte Expansion

H U G O B O S S

GESCHÄFTSBERICHT 2014

CONTR



AS STS

HUGO BOSS MEETS CONTRASTS

Einzigartigkeit entsteht nicht selten aus dem Zusammentreffen von Gegensätzen. Auch HUGO BOSS haben seit jeher Gegensätze geprägt. Sie bestimmen die DNA des Konzerns: international erfolgreich und in der Welt der glamourösen Auftritte zu Hause, ist der Firmensitz im beschaulichen Metzingen. Mittlerweile trifft traditionsreiches Handwerk auf visionäre Konzepte und High-Tech, klassisch-männliche Eleganz auf soft-feminine Details und weiche Silhouetten. Denn erst im Zusammenspiel von zurückhalten-dem Stil und erstklassigem Service entsteht wahrer Luxus.

Gegensätze wie diese inspirieren das Unternehmen und seine Mitarbeiter. Sie sind die Quelle für Kreativität und Leidenschaft. Das Resultat sind einzigartige Produkte, made by HUGO BOSS.



ARCHITECTURE

ARCHITECTURE MEETS NATURE

ARCHITECTURE MEETS NATURE

Moderne Architektur umgeben von üppigem Grün: so präsentiert sich die Hauptverwaltung von HUGO BOSS in Metzingen. Diesen Gegensatz griff BOSS Womenswear Designer Jason Wu in seinen ersten beiden Kollektionen auf. Gekonnt setzte daher auch das Set-Up der Frühjahr/Sommer 2014 Fashion Show in New York das Kontrastpaar in Szene.







LOCAL
MEETS
GLOBAL

Regional tief verwurzelt und global ausgerichtet, das ist HUGO BOSS heute. Ein Kontrast, der nicht nur Modeschöpfer inspiriert, sondern jeden einzelnen HUGO BOSS Mitarbeiter weltweit.

LOCAL

GLOBAL





Nachhaltig erbautes Verwaltungsgebäude auf dem HUGO BOSS Campus in Metzingen





**TAILORING
MEETS
TECHNOLOGY**

**Das Gespür für die richtigen Materialien und die präzise
Verarbeitung bilden den Grundstein für die langjährige
Expertise von HUGO BOSS. Meisterhafte Schneiderkunst
und modernste Fertigungstechnologie greifen
hier ineinander.**

TAILORING



TEC HNO LOGY



BOSS Made to Measure Anzug mit eingestickter Signatur des Kunden





M A S C U L I N E M E E T S F E M I N I N E

**MASCULINE
MEETS
FEMININE**

Präzises Tailoring und klare Silhouetten prägen seit jeher die BOSS Menswear. Nun werden die traditionelle Schneiderkunst und die klassischen Anzugsstoffe in der BOSS Womenswear neu interpretiert und durch eine weibliche Note ergänzt. Das Ergebnis ist ein ganz besonderer Look und eine gelungene Verbindung von maskulin und feminin.

FE
FE
M
M
N
N
E





HUGO BOSS PRIZE 2014

Schauspielerin Kate Bosworth in BOSS und Ehemann Michael Polish in BOSS Made to Measure, HUGO BOSS PRIZE 2014, New York





LUXURY

LUXURY MEETS UNDERSTATEMENT

Wahrer Luxus liegt im Understatement. Denn es sind die kleinen,
aber feinen Details, die das Besondere ausmachen.
Bester Beweis für das perfekte Zusammenspiel dieser Kontraste
ist die luxuriöse Herrenlinie BOSS Made to Measure.



UN
DER
STAIR
STEP
MENT







G
L
A
F
O
R
O
U
R

PRECISION



GLAMOUR MEETS PRECISION

Roter Teppich und Blitzlichtgewitter – auch das ist die Welt von HUGO BOSS. Noch nie haben so viele internationale Stars unsere Produkte getragen wie im vergangenen Jahr. Zuvor bedarf es jedoch einer gewissenhaften Arbeit an den Kollektionen. Hier zeigt sich die langjährige Erfahrung der HUGO BOSS Teams, die mit großer Hingabe und Expertise am internationalen Auftritt der Marke arbeiten und dabei doch nie die Wurzeln des Unternehmens aus dem Blick verlieren.



Schauspielerin Diane Kruger in BOSS, Met Gala 2014, New York



Artistic Director Jason Wu in seinem Atelier in Metzingen

H U G O B O S S

hugoboss.com



1

**AN UNSERE
AKTIONÄRE**

AN UNSERE AKTIONÄRE

5	Brief des Vorstandsvorsitzenden
8	Vorstand
10	Bericht des Aufsichtsrats
15	Aufsichtsrat
16	Ausschüsse des Aufsichtsrats
17	Corporate Governance Bericht
24	Basisinformationen HUGO BOSS Aktie
25	HUGO BOSS am Kapitalmarkt

BRIEF DES VORSTANDSVORSITZENDEN



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

HUGO BOSS hat auch im vergangenen Geschäftsjahr die Stärke und Ausgewogenheit seines Geschäftsmodells unter Beweis gestellt. In einem herausfordernden Marktumfeld steigerte der Konzern den währungsbereinigten Umsatz um 6 Prozent und das operative Ergebnis um 5 Prozent. Allerdings konnten auch wir uns der negativen Branchendynamik nicht völlig entziehen. Politische Spannungen und konjunkturelle Unsicherheit sorgten in einigen Regionen der Welt für ein verhaltenes Konsumklima. Angesichts dieser schwierigen Rahmenbedingungen ist die abermals gute Entwicklung des Konzerns im Geschäftsjahr 2014 ein großer Erfolg.

Seit 2009 haben wir den Konzernumsatz um eine Milliarde Euro erhöht und den Gewinn verdreifacht. Schlüssel für diese Erfolgsgeschichte ist vor allem die auf eine Stärkung des eigenen Einzelhandels ausgelegte Unternehmensstrategie. Wir setzen diese Strategie nicht nur konsequent um, sondern entwickeln sie auch gezielt weiter.

Der konzerneigene Einzelhandel war denn auch im vergangenen Jahr einmal mehr unser Wachstumstreiber. Es ist sehr erfreulich, dass unser Wachstum nicht nur auf der Eröffnung neuer Verkaufsflächen beruht, sondern auch die Umsätze der bestehenden Stores und Shop-in-Shops zugelegt haben. Die gestiegene Produktivität und die profitable Erweiterung des weltweiten Netzes konzerneigener Verkaufsflächen sind ein eindrucksvoller Beleg der in den vergangenen Jahren aufgebauten Einzelhandelskompetenz. Auch das Geschäft mit unseren strategischen Großhandelspartnern, insbesondere den traditionsreichen Luxuskaufhäusern, entwickelte sich sehr positiv. Dass unser Umsatz im Großhandel dennoch leicht zurückging, ist vor allem auf die Übernahme von Verkaufsflächen zurückzuführen, die vormals von Handelspartnern betrieben wurden.

6

Unsere starke globale Marktposition haben wir weiter ausgebaut. Das Unternehmen ist im vergangenen Jahr in allen Regionen gewachsen, wenn auch mit unterschiedlicher Dynamik. Besonders erfreulich ist das überdurchschnittliche Wachstum in Europa. Der konzerneigene Einzelhandel leistete dazu einen wesentlichen Beitrag. Obwohl sich das europäische Konsumklima in der zweiten Jahreshälfte erheblich eintrübte, blieb die Region auch gegen Ende des Jahres auf Wachstumskurs. Auch in der Region Amerika konnte der Umsatz gesteigert werden. Das preisaggressive Wettbewerbsumfeld in den USA stellte uns jedoch vor besondere Herausforderungen. Im asiatisch-pazifischen Raum bremste die rückläufige Entwicklung des chinesischen Luxusgütermarktes das Geschäft. HUGO BOSS konnte sich jedoch aufgrund seiner starken Marke vergleichsweise gut behaupten und blickt auch in diesem Markt auf ein weiteres Wachstumsjahr zurück. In China wurde HUGO BOSS sogar erstmals zur beliebtesten Luxusmarke für Männermode gewählt. Die Auszeichnung unterstreicht auf eindrucksvolle Weise, dass wir uns als eine höchst attraktive und begehrte Marke im asiatisch-pazifischen Raum etabliert haben.

Der globale Erfolg der Marke BOSS bestätigt uns in der Entscheidung, unsere Kernmarke weiter aufzuwerten. Die Fokussierung der Distribution auf den konzern-eigenen Einzelhandel ist dabei ein wichtiger Schritt. In den eigenen Stores können wir unsere Kollektionen besonders hochwertig präsentieren und eine intensive Beratung sowie erstklassigen Service anbieten. Wir inszenieren auf diese Weise mit BOSS einzigartige Markenerlebnisse. Und die Erfahrung zeigt, dass unsere anspruchsvollen Kunden das sehr zu schätzen wissen.

2014 war auch für die BOSS Womenswear ein Jahr großer Fortschritte. Die internationale Resonanz auf die erste von Jason Wu verantwortete Kollektion war ausgezeichnet. Die Attraktivität und Begehrlichkeit unserer Womenswear spiegeln sich auch in dem zweistelligen Umsatzwachstum wider. Eindrucksvolle Shows bei der New York Fashion Week sorgten für eine deutlich stärkere Wahrnehmung der Marke. Mit perfekt aufeinander abgestimmten Kollektionen streben wir eine weitere Aufwertung und die feste Etablierung der BOSS Womenswear im Segment der hochwertigen Damenoberbekleidung an. In diesem Jahr werden wir diese Erfolgsgeschichte mit einem noch intensiveren Fokus auf Schuhe und Accessoires fortschreiben.

Große Fortschritte haben wir auch bei der Stärkung unserer operativen Leistungsfähigkeit gemacht. Die Inbetriebnahme des neuen Distributionszentrums südlich von Stuttgart verlief reibungslos. Von diesem hochmodernen Logistikstandort versprechen wir uns erhebliche Effizienzverbesserungen bei der Bewirtschaftung unserer konzerneigenen Verkaufsflächen und bei Auslieferungen an unsere Großhandelspartner, insbesondere durch schnellere Abläufe. Wir werden in diesem Jahr zudem mit Nachdruck die Voraussetzungen schaffen, um unseren stationären Einzelhandel nahtlos mit den Onlineaktivitäten verzahnen zu können. Ein solcher Omnichannel-Ansatz gehört immer mehr zu einem modernen Käuferlebnis. Wir wollen auch hier wegweisend sein.

Wir sind fest davon überzeugt, dass wir mit der Weiterentwicklung unserer Unternehmensstrategie für die Zukunft gut gerüstet sind. Unser Wachstumspotenzial ist nach wie vor erheblich, so dass wir die Erfolgsstory HUGO BOSS noch um viele Kapitel

erweitern können. Deshalb werden wir auch in diesem Jahr mit großer Leidenschaft daran arbeiten, tagtäglich den Wünschen unserer Kunden zu entsprechen. Trotz des weiterhin schwierigen Marktumfelds erwarten wir, auch im Geschäftsjahr 2015 Umsatz und Gewinn zu steigern.

All das wäre freilich ohne das Engagement und die Leistung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht möglich. Daher gebührt mein herzlichster Dank den vielen Menschen, die mit ihrer Arbeit HUGO BOSS auf der ganzen Welt erlebbar machen und damit Kunden begeistern. Gemeinsam mit unseren geschätzten Kunden, Geschäftspartnern und Aktionären werden wir 2015 unserer Unternehmensgeschichte ein weiteres erfolgreiches Jahr hinzufügen.

Ihr

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Claus-Dietrich Lahrs', written in a cursive style.

Claus-Dietrich Lahrs
Vorsitzender des Vorstands

VORSTAND



CLAUS-DIETRICH LAHRS

Stuttgart, Deutschland

Vorsitzender des Vorstands

Vorstand für die Bereiche

**Vertrieb,
Konzerneigener Einzelhandel,
Kommunikation,
Lizenzen**



MARK LANGER

Stuttgart, Deutschland

Vorstand für die Bereiche

**Finanzen und Controlling,
Investor Relations,
Recht, Compliance und
Risikomanagement,
IT,
Logistik,
Personal
Arbeitsdirektor**



CHRISTOPH AUHAGEN

Stuttgart, Deutschland

Vorstand für die Bereiche

**Kreativmanagement,
Markenmanagement,
Beschaffung und Produktion**

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Damen und Herren,

in einem weltwirtschaftlichen Umfeld, dessen Entwicklungen komplex und oftmals nur schwer vorhersehbar sind, erhalten die sich aus dem Gesetz, der Satzung der Gesellschaft und seiner Geschäftsordnung ergebenden Kontroll- und Beratungsaufgaben des Aufsichtsrats eine besondere Bedeutung. Vor diesem Hintergrund hat der Aufsichtsrat sein Mandat im Geschäftsjahr 2014 erneut mit größter Sorgfalt wahrgenommen.

Der Aufsichtsrat hat die Arbeit des Vorstands im Geschäftsjahr beratend begleitet und den Vorstand bei der Führung der Geschäfte überwacht. Grundlage dafür waren die ausführlichen, sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form zeitnah und umfassend erteilten Berichte des Vorstands. Somit konnte sichergestellt werden, dass der Aufsichtsrat über alle wesentlichen Entwicklungen sowohl bezüglich der HUGO BOSS AG als auch der Konzernunternehmen stets unterrichtet war. Dies umfasste vor allem die beabsichtigte Geschäftspolitik und andere grundsätzliche Fragen der Unternehmensplanung, insbesondere die Finanz-, Investitions- und Personalplanung. Das Gleiche gilt für die strategische Weiterentwicklung, den Gang der Geschäfte sowie die Lage der Gesellschaft, über die sich der Aufsichtsrat intensiv anhand der Berichte des Vorstands zur aktuellen und zukünftigen wirtschaftlichen Lage informierte. Unter besonderer Beobachtung und Kontrolle standen in diesem Zusammenhang die entsprechenden finanzwirtschaftlichen Kennzahlen. Sofern der tatsächliche Geschäftsverlauf von den Plänen und Zielen abwich, wurden dem Aufsichtsrat die dafür ursächlichen Entwicklungen im Einzelnen erläutert und anhand der vorgelegten Unterlagen von diesem geprüft. Daneben fanden regelmäßig Gespräche zwischen dem Vorstandsvorsitzenden und dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats über wichtige Entwicklungen und anstehende Entscheidungen statt. Vorstand und Aufsichtsrat stimmten gemeinsam die strategische Ausrichtung des Unternehmens ab.

Soweit für Entscheidungen oder Maßnahmen des Vorstands aufgrund von Gesetz, 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 Diskussionen mit den Mitgliedern des Vorstands. In dringenden Fällen fasste der Aufsichtsrat Beschlüsse im Wege des Umlaufverfahrens. Der Aufsichtsrat wurde unmittelbar und frühzeitig in alle Entscheidungen eingebunden, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung waren.

WESENTLICHE THEMEN DER AUFSICHTSRATSSITZUNGEN IM JAHR 2014

Im Berichtsjahr 2014 fanden in den Monaten März, Mai, September und Dezember insgesamt vier Aufsichtsratssitzungen statt, wobei es sich bei der Aufsichtsratssitzung im September um eine zweitägige Sitzung handelte. Bei den meisten Sitzungen war der Aufsichtsrat vollzählig anwesend. In einer Sitzung fehlten zwei Mitglieder entschuldigt.

Die Sitzung des Aufsichtsrats im März 2014 befasste sich schwerpunktmäßig mit dem Jahresabschluss der HUGO BOSS AG und des HUGO BOSS Konzerns zum 31. Dezember 2013, dem Prüfungsbericht des Abschlussprüfers sowie der Prüfung des Abhängigkeitsberichts. In dieser Sitzung wurde der Jahresabschluss der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2013 gebilligt und festgestellt. Außerdem wurde der Konzernabschluss des HUGO BOSS Konzerns gebilligt. Darüber hinaus wurde der Bericht des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung erörtert und verabschiedet. Nach Prüfung der Unabhängigkeit des vorgeschlagenen Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2014 wurden die Vorschläge für die Beschlussfassung der Hauptversammlung der HUGO BOSS AG vom 13. Mai 2014 ebenso angenommen.

Die zweitägige Sitzung des Aufsichtsrats im September 2014 diente einer ausführlichen Diskussion über die Unternehmensstrategie bis zum Jahr 2020, einer detaillierten Darstellung der Organisationsstruktur des Konzerns sowie der Entwicklung der Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit. Darüber hinaus wurden Beschlüsse zu Tochtergründungen gefasst.

In der Sitzung des Aufsichtsrats im Dezember 2014 wurden die Effizienzprüfung des Aufsichtsrats durchgeführt, die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex 2014 diskutiert und verabschiedet und sowohl das Budget 2015 als auch die Interne-Revisions-Planung 2015 diskutiert und beschlossen.

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

AUSSCHÜSSE DES AUFSICHTSRATS UND ARBEIT DER AUSSCHÜSSE IM JAHR 2014

Der Aufsichtsrat hat insgesamt fünf Ausschüsse eingerichtet, um die Effizienz seiner Arbeit zu steigern: Einen Prüfungsausschuss („Audit Committee“), einen Arbeitsausschuss, einen Personalausschuss, einen Nominierungsausschuss und einen gesetzlich erforderlichen Vermittlungsausschuss. Soweit gesetzlich zulässig, wurden Entscheidungsbefugnisse des Aufsichtsrats auf Ausschüsse übertragen. Die Ausschüsse befassten sich jeweils ausführlich mit den ihnen zugewiesenen Themen. Die Ausschussvorsitzenden berichteten dem Aufsichtsrat immer umfassend über die Sitzungen und deren Ergebnisse.

Der Prüfungsausschuss tagte im Geschäftsjahr 2014 viermal. Gegenstand seiner Sitzungen waren vor allem die Rechnungslegung der Gesellschaft und des Konzerns sowohl für die Jahres- als auch die Halbjahres- und Quartalsabschlüsse und -berichte, die Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses, das Risikoüberwachungssystem und das Risikomanagement, das Interne Kontrollsystem und Fragen der Compliance. Der Personalausschuss kam zu sechs Sitzungen zusammen. Dabei befasste er sich schwerpunktmäßig mit Zielvereinbarungen für den Vorstand und überprüfte die Zielerreichung. Darüber hinaus beschäftigte er sich mit der Verlängerung von Vorstandsverträgen. Der Arbeitsausschuss trat im Berichtsjahr zu

drei Sitzungen zusammen, in denen er sich mit der Umsatzentwicklung, der Entwicklung der Womenswear-Aktivitäten, der Standortsicherungsvereinbarung sowie der Vorbereitung der Hauptversammlung auseinandersetzte. Der Nominierungsausschuss beriet sich im Geschäftsjahr 2014 in zwei Sitzungen. Der Vermittlungsausschuss gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG musste im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht einberufen werden.

01|01 TEILNAHME AUFSICHTSRATS- UND AUFSICHTSRATSAUSSCHUSSSITZUNGEN 2014

	Anzahl Mitglieder	Anzahl Sitzungen	Teilnahmequote
Arbeitsausschuss	6	3	83 %
Nominierungsausschuss	2	2	100 %
Personalausschuss	4	6	100 %
Prüfungsausschuss	4	4	100 %
Vermittlungsausschuss	4	0	n/a
Aufsichtsrat (Plenum)	12	4	96 %
GESAMT			95 %

CORPORATE GOVERNANCE

Mit der Weiterentwicklung der Corporate-Governance-Regeln im Unternehmen befasste sich der Aufsichtsrat auch im vergangenen Geschäftsjahr. Im Dezember 2014 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 17 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 11. Dezember 2014 eingehend diskutiert und analysiert, wobei der Aufsichtsrat zu einem positiven Ergebnis kam.

Im Geschäftsjahr 2014 sind keine Interessenkonflikte bei Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern aufgetreten. Gemäß Corporate Governance Kodex wären diese im Fall ihres Auftretens dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen. Darüber hinaus wäre die Hauptversammlung zu informieren.

PRÜFUNG DES JAHRES- UND KONZERNABSCHLUSSES

Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss der HUGO BOSS AG sowie der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2014 und der zusammengefasste Lagebericht für die HUGO BOSS AG und den Konzern für das Geschäftsjahr 2014 wurden von der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, unter Einbeziehung der Buchführung geprüft. Den Prüfungsauftrag dazu hatte der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 13. Mai 2014 vergeben. Dabei wurde mit dem Abschlussprüfer vereinbart, dass der Vorsitzende des Prüfungsausschusses über mögliche

Ausschluss- oder Befangenheitsgründe während der Prüfung unverzüglich zu unterrichten wäre, soweit solche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe nicht unverzüglich beseitigt würden. Außerdem wurde mit dem Abschlussprüfer eine Berichtspflicht hinsichtlich aller für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse im Rahmen der Abschlussprüfung vereinbart. Der Abschlussprüfer hatte des Weiteren den Aufsichtsrat zu informieren beziehungsweise in seinem Prüfungsbericht zu vermerken, wenn er bei Durchführung der Abschlussprüfung Tatsachen feststellte, die eine Unrichtigkeit der von Vorstand und Aufsichtsrat abgegebenen Erklärung nach § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG ergeben würden. Zu entsprechenden Berichten des Abschlussprüfers gab es jedoch keinen Anlass. Des Weiteren hat der Aufsichtsrat die Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers gemäß Ziffer 7.2.1 des Deutschen Corporate Governance Kodex eingeholt und sich von der Unabhängigkeit des Prüfers überzeugt. Behandelt wurde ferner die Vergabe von Aufträgen für nicht prüfungsbezogene Dienstleistungen an den Abschlussprüfer.

Der Konzernabschluss der HUGO BOSS AG wurde gemäß § 315a HGB auf Grundlage der internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, aufgestellt. Der Abschlussprüfer erteilte für den Jahresabschluss und den Konzernabschluss mit dem zusammengefassten Lagebericht für die HUGO BOSS AG und den Konzern 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,
3. bei den im Bericht aufgeführten Maßnahmen keine Umstände für eine wesentlich andere Beurteilung als die durch den Vorstand sprechen.“

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. Sie 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 erläuterte im Einzelnen die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft sowie des Konzerns. Der Abschlussprüfer führte darüber hinaus aus, dass keine wesentlichen Schwächen des internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems, bezogen auf den Rechnungslegungsprozess, vorlägen. Außerdem informierte er, dass keine Umstände vorlägen, die Anlass zur Besorgnis hinsichtlich seiner Befangenheit gegeben hätten. Schließlich erläuterte er die 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 vom Prüfungsausschuss diskutiert und geprüft. Die Prüfungsberichte wurden mit dem Abschlussprüfer erörtert und

dazu gestellte Fragen vom Abschlussprüfer beantwortet. Daraufhin wurde dem Ergebnis des Abschlussprüfers zugestimmt. Der Aufsichtsrat erhebt nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung keine Einwendungen.

Der Aufsichtsrat billigte daher in seiner Bilanzsitzung vom 11. März 2015 den vom Vorstand aufgestellten Jahres- und Konzernabschluss sowie den zusammengefassten Lagebericht für die HUGO BOSS AG und den Konzern für das Geschäftsjahr 2014. Damit ist der Jahresabschluss der HUGO BOSS AG für das Geschäftsjahr 2014 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 stimmte 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 11. März 2015 dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns zu. In diesem Zusammenhang erörterte und diskutierte er intensiv die Liquiditätssituation der Gesellschaft, die Finanzierung der geplanten Investitionen und die Auswirkungen auf den Kapitalmarkt. Der Aufsichtsrat kam dabei zu dem Ergebnis, dass der Vorschlag sowohl im Interesse der Gesellschaft als auch der Aktionäre ist.

Der Aufsichtsrat dankt den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren großen persönlichen Einsatz und ihre geleistete Arbeit, ohne die der Erfolg der HUGO BOSS AG im Geschäftsjahr 2014 nicht denkbar gewesen wäre.

Metzingen, den 11. März 2015

Der Aufsichtsrat



Dr. Hellmut Albrecht
Vorsitzender

AUFSICHTSRAT

DR. HELLMUT ALBRECHT
München, Deutschland

Managementberater
Vorsitzender des Aufsichtsrats

ANTONIO SIMINA
Metzingen, Deutschland

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

GERT BAUER
Reutlingen, Deutschland

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

HELMUT BRUST
Bad Urach, Deutschland

Senior Head of Corporate Culture,
Health and Safety
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland
Arbeitnehmervertreter

DAMON MARCUS BUFFINI
Surrey, Großbritannien

Geschäftsführer
Permira Advisers LLP,
London, Großbritannien

MONIKA LERSMACHER
Kornwestheim, Deutschland

Gewerkschaftssekretärin
IG Metall Bezirksleitung Baden-Württemberg,
Stuttgart, Deutschland
Arbeitnehmervertreterin

DR. KLAUS MAIER
Stuttgart, Deutschland

Managementberater

GAETANO MARZOTTO
Mailand, Italien

Aufsichtsratsvorsitzender
Gruppo Santa Margherita S.p.A.,
Fossalta di Portogruaro, Italien

LUCA MARZOTTO
Venedig, Italien

Vorstandsvorsitzender
Zignago Holding S.p.A.,
Fossalta di Portogruaro, Italien

SINAN PISKIN
Metzingen, Deutschland

Kaufmännischer Angestellter
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland
Arbeitnehmervertreter

BERND SIMBECK
Metzingen, Deutschland

Kaufmännischer Angestellter
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland
Arbeitnehmervertreter

DR. MARTIN WECKWERTH
Frankfurt am Main, Deutschland

Partner
Permira Beteiligungsberatung GmbH,
Frankfurt am Main, Deutschland

AUSSCHÜSSE DES AUFSICHTSRATS

Arbeitsausschuss	Dr. Hellmut Albrecht (Vorsitzender) Helmut Brust Luca Marzotto Sinan Piskin Antonio Simina Dr. Martin Weckwerth
Nominierungsausschuss	Damon Buffini Dr. Martin Weckwerth
Personalausschuss	Dr. Hellmut Albrecht (Vorsitzender) Helmut Brust Antonio Simina Dr. Martin Weckwerth
Prüfungsausschuss	Dr. Klaus Maier (Vorsitzender) Dr. Hellmut Albrecht Gert Bauer Antonio Simina
Vermittlungsausschuss	Dr. Hellmut Albrecht (Vorsitzender) Monika Lersmacher Antonio Simina Dr. Martin Weckwerth

CORPORATE GOVERNANCE BERICHT

GEMÄSS ZIFFER 3.10 DES DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX

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

Vorstand und Aufsichtsrat haben sich im Geschäftsjahr 2014 ausführlich mit der Erfüllung der Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) befasst. Als Ergebnis wurde die Entsprechenserklärung vom Dezember 2014 abgegeben. Sie ist am Ende dieses Berichts enthalten und auf der Internetseite der HUGO BOSS AG ebenso veröffentlicht wie vorhergehende Entsprechenserklärungen. Bis auf die untenstehenden Ausnahmen befolgt die HUGO BOSS AG die Empfehlungen des Kodex in der Fassung vom 13. Mai 2013 bzw. seit ihrer Geltung in der Fassung vom 24. Juni 2014, bekannt gemacht im Bundesanzeiger am 30. September 2014. Einzelheiten hierzu sind im nachfolgenden Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat zu finden.

ZUSAMMENARBEIT, ZUSAMMENSETZUNG UND TÄTIGKEIT VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

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

Entsprechend dem Deutschen Corporate Governance Kodex misst HUGO BOSS der Unabhängigkeit der Aufsichtsratsmitglieder eine hohe Bedeutung bei. Die Mitglieder des Aufsichtsrats von HUGO BOSS verfügen über die erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und die fachliche Erfahrung für die entsprechenden Gremien. Keines der aktuellen Aufsichtsratsmitglieder bekleidete zu einem früheren Zeitpunkt eine Vorstandsposition innerhalb der Gesellschaft. Auch bestanden im Berichtsjahr keine Berater- und sonstigen Dienstleistungs- und Werkverträge zwischen Aufsichtsratsmitgliedern und der Gesellschaft.

Im Übrigen hat der Aufsichtsrat entsprechend der Empfehlung des Deutschen Corporate Governance Kodex konkrete Ziele für seine Zusammensetzung, aber auch für die Zusammensetzung des Vorstands festgelegt. Diese bereits im Corporate Governance Bericht für das Jahr 2011 dargelegten Zielen gelten unverändert: So sollen dem Aufsichtsrat mindestens zwei internationale Mitglieder angehören, bei keinem der Mitglieder dürfen potenzielle Interessenskonflikte vorliegen und kein Mitglied des Aufsichtsrats soll bei seiner Wahl älter als 69 Jahre sein (eine diesbezügliche Abweichung in der Vergangenheit wurde bei der Wahl begründet). Hinsichtlich Diversity ist es unverändert das Ziel, dass dem Aufsichtsrat nach der turnusmäßigen Wahl im Jahr 2015 mindestens zwei Frauen angehören sollen (aktuell gehört dem Aufsichtsrat eine Frau an). Zusätzlich hat sich der Aufsichtsrat ein konkretes Ziel hinsichtlich der Anzahl der im Sinne des Deutschen Corporate Governance Kodex „unabhängigen“ Mitglieder des Aufsichtsrats gegeben: Danach sollen zukünftig von den zwölf Mitgliedern des Aufsichtsrats mindestens acht Mitglieder unabhängig sein, wobei hierin die sechs Arbeitnehmervertreter bereits enthalten sind. Die Zahl von zwei unabhängigen Anteilseignervertretern hielt der Aufsichtsrat seinerzeit angesichts der von einem Großaktionär dominierten Aktionärsstruktur für angemessen.

Der Deutsche 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 Belegschaft und eine angemessene Beteiligung von Frauen geachtet und wird dies auch künftig tun.

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats dürfen bei ihren Entscheidungen und im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit für HUGO BOSS weder persönliche Interessen verfolgen noch anderen Personen ungerechtfertigte Vorteile gewähren. Im Geschäftsjahr 2014 ist es zu keinen Interessenkonflikten von Vorstands- oder Aufsichtsratsmitgliedern gekommen. Die Mandate der Vorstands- und der Aufsichtsratsmitglieder in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten beziehungsweise vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen sind im Anhang unter „Aufsichtsrat und Vorstand“ aufgeführt (Seite 242). Kein Vorstandsmitglied nimmt mehr als drei Aufsichtsratsmandate in konzernexternen börsennotierten Gesellschaften wahr. Entsprechendes gilt für Aufsichtsratsmitglieder, die in anderen börsennotierten Gesellschaften zum Vorstand gehören. Die Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen sind im Anhang des Konzernabschlusses auf der Seite 232f. dargestellt.

RISIKOMANAGEMENT UND RISIKOCONTROLLING

Ein verantwortungsbewusster Umgang des Unternehmens mit Risiken ist wesentlicher Bestandteil einer guten Corporate Governance. Das in dem wertorientierten Konzernmanagement verankerte systematische Risikomanagement versetzt das Unternehmen in die Lage, Risiken frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und Risikopositionen durch entsprechende Maßnahmen zu optimieren. Es ist eine wesentliche Aufgabe, ein angemessenes Risikomanagement und Risikocontrolling im Unternehmen sicherzustellen. Der vom Aufsichtsrat eingerichtete Prüfungsausschuss („Audit Committee“) befasst sich regelmäßig mit der Überwachung des Rechnungslegungsprozesses, der Wirksamkeit des internen

Kontroll-, Risikomanagement- und Revisionssysteme sowie der Abschlussprüfung. Auch der Wirtschaftsprüfer wird in die Prüfung einbezogen. Die Systeme werden kontinuierlich weiterentwickelt und den sich ändernden Rahmenbedingungen angepasst. Naturgemäß können sie jedoch keinen absoluten Schutz gegen Verluste aus geschäftlichen Vorgängen oder gar betrügerische Handlungen bieten. Einzelheiten zum Thema internes Kontroll-, Risikomanagement- und Revisionssystem können dem Kapitel „Risikobericht“ auf Seite 112 entnommen werden.

RECHNUNGSLEGUNG UND ABSCHLUSSPRÜFUNG

Seit dem Geschäftsjahr 2001 basiert die Rechnungslegung bei der HUGO BOSS AG auf der Grundlage der International Financial Reporting Standards (IFRS). Der vom Aufsichtsrat eingerichtete Prüfungsausschuss („Audit Committee“) befasst sich regelmäßig mit der Überwachung des Rechnungslegungsprozesses sowie der Überwachung der Abschlussprüfung. Seit dem Geschäftsjahr 2012 erfolgt die Prüfung durch die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart. Herr Martin Matischiok unterzeichnet den Bestätigungsvermerk seit dem 31. Dezember 2012, Frau Lea Biller seit dem 31. Dezember 2014. Für das Berichtsjahr wurde mit dem Abschlussprüfer vereinbart, dass der Vorsitzende des Prüfungsausschusses über mögliche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe während der Prüfung unverzüglich zu unterrichten ist, soweit diese nicht unverzüglich beseitigt werden. Außerdem wurde mit dem Abschlussprüfer eine Berichtspflicht hinsichtlich aller für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse im Rahmen der Abschlussprüfung vereinbart. Außerdem wurde vereinbart, dass der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat informiert beziehungsweise im Prüfungsbericht vermerkt, wenn bei der Abschlussprüfung Tatsachen festgestellt werden, die mit der von Vorstand und Aufsichtsrat nach § 161 AktG abgegebenen Entsprechenserklärung nicht vereinbar sind. Der Aufsichtsrat holte ferner eine Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers gemäß Ziffer 7.2.1 des Deutschen Corporate Governance Kodex ein und überzeugte sich von der Unabhängigkeit des Prüfers, wobei sich die Erklärung auch auf die Vergabe von Aufträgen für nicht prüfungsbezogene Dienstleistungen an den Abschlussprüfer bezog.

CORPORATE COMPLIANCE

Die HUGO BOSS AG und die Konzernunternehmen sind in verschiedenen Ländern und Regionen und damit in unterschiedlichen Rechtsordnungen tätig. Corporate Compliance umfasst Maßnahmen zur Einhaltung gesetzlicher und behördlicher Vorschriften, unternehmensinterner Richtlinien sowie Kodizes, zu deren Einhaltung sich der Konzern verpflichtet hat. Corporate Compliance und 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. Die HUGO BOSS AG erwartet von allen Mitarbeitern ein rechtlich einwandfreies Verhalten im unternehmerischen Alltag.

Eine Compliance-Abteilung, die direkt an den Chief Financial Officer als Chief Compliance Officer berichtet, unterstützt den Vorstand bei der Überwachung eines effektiven Compliance-Managements. Das zentrale Compliance Office und die Compliance-Verantwortlichen in

den Konzerngesellschaften sorgen dafür, dass das Compliance-Programm konzernweit umgesetzt und seit der Einführung kontinuierlich fortentwickelt wird. Der Prüfungsausschuss wird regelmäßig über die Aktivitäten des Compliance Office informiert.

HUGO BOSS hat konzernweit gültige Verhaltensgrundsätze in einem Code of Conduct und in weiterführenden Konzernrichtlinien zusammengefasst, um ein rechtlich einwandfreies Verhalten der Mitarbeiter zu ermöglichen und eine entsprechende Grundlage zu schaffen. Schwerpunkt des Code of Conduct und der Konzernrichtlinien sind insbesondere Regelungen zum Verhalten im Wettbewerb, zur Vermeidung von Interessenkonflikten, zum korrekten Umgang mit Unternehmensinformationen, zur Achtung fairer und respektvoller Arbeitsbedingungen und das Verbot von Korruption. Bewusstes Fehlverhalten und nachhaltige Verstöße gegen den Verhaltenskodex werden von HUGO BOSS nicht toleriert.

Die Mitarbeiter werden fortlaufend mit den Regelungen des Code of Conduct und der Konzernrichtlinien vertraut gemacht und somit für die Einhaltung der Compliance-Regelungen sensibilisiert. Dazu hat HUGO BOSS neben Präsenzs Schulungen ein weltweites E-Learning-Programm eingerichtet, das regelmäßig von den relevanten Mitarbeitern absolviert werden muss. Das E-Learning-Programm wird auch in allen Tochtergesellschaften von HUGO BOSS eingeführt.

Zur Unterstützung und Beratung bei Fragen hinsichtlich des rechtlich korrekten Verhaltens stehen den Mitarbeitern sowohl ihre Vorgesetzten als auch der Compliance Officer zur Verfügung. HUGO BOSS hat zudem ein weltweites Ombudsmannsystem als ergänzenden Berichtsweg eingerichtet. Mitarbeiter, aber auch Dritte wie beispielsweise Lieferanten oder Kunden können sich bei Hinweisen auf Wirtschaftsstraftaten, Kartellrechtsverletzungen oder bei Verstößen gegen Compliance-Richtlinien vertrauensvoll an einen Ombudsmann wenden, dessen Kontaktdaten auf der Unternehmenswebsite aufgeführt sind. Soweit gewünscht, kann dies anonym geschehen.

KAPITALMARKTKOMMUNIKATION

HUGO BOSS berichtet regelmäßig und unmittelbar über die Geschäftsentwicklung des Unternehmens und wesentliche strategische und operative Initiativen. Das Unternehmen gewährleistet damit eine größtmögliche Transparenz und stärkt das Vertrauen der Aktionäre und Kapitalgeber sowie der interessierten Öffentlichkeit. Im Rahmen der Investor-Relations-Aktivitäten findet ein regelmäßiger Austausch mit institutionellen Anlegern, Finanzanalysten und Privataktionären statt. Neben der jährlichen Bilanzpresse- und Analystenkonferenz zum Jahresabschluss werden anlässlich der Veröffentlichung der Zwischenberichte zum ersten und dritten Quartal sowie des Halbjahresfinanzberichts Telefonkonferenzen für Finanzanalysten und Investoren durchgeführt. Auf einem jährlich stattfindenden Investorentag werden die Konzernstrategie und relevante Entwicklungen im Detail erörtert. Neben speziellen Informationsveranstaltungen, auf denen sich die Gesellschaft Privatanlegern vorstellt, bietet die Hauptversammlung die Möglichkeit, sich entweder vor Ort oder online zügig, umfassend und effektiv über die Entwicklung des Unternehmens zu informieren.

Alle wesentlichen Informationen und Publikationen können auf der Unternehmenswebsite www.group.hugoboss.com abgerufen werden. Dort findet sich auch der Finanzkalender, der über die wichtigsten Termine unterrichtet, ständig aktualisiert wird und fester Bestandteil des Geschäftsberichts und der Zwischenberichte ist. Darüber hinaus werden hier Informationen über aktuelle Entwicklungen sowie sämtliche Kapitalmarktnachrichten publiziert. Schließlich kann bei Interesse auch ein elektronischer Newsletter genutzt werden, um aktuell über Neuigkeiten aus dem Konzern informiert zu werden.

VERÖFFENTLICHUNGEN GEMÄSS § 15A WPHG

Geschäfte, die Personen gemäß § 15a Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) mit Aktien der HUGO BOSS AG getätigt haben, werden ebenfalls auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht.

Zum 31. Dezember 2014 hielten Vorstand und Aufsichtsrat in Summe weniger als 1 % der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien.

VERGÜTUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Der Vergütungsbericht fasst die Grundsätze zusammen, die auf die Festsetzung der Gesamtvergütung der Mitglieder des Vorstands der HUGO BOSS AG Anwendung finden. Er erläutert außerdem die Struktur sowie die Höhe der Vergütung der Vorstandsmitglieder. Des Weiteren beschreibt der Bericht die Grundsätze und die Höhe der Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder. Der Vergütungsbericht ist Teil des Lageberichts. → **Vergütungsbericht**

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die Erklärung zur Unternehmensführung (gem. § 289a HGB) enthält die Entsprechenserklärung, Angaben zu den Unternehmensführungspraktiken sowie die Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat. Sie ist unter [:// group.hugoboss.com/Investor Relations/Corporate Governance](http://group.hugoboss.com/Investor%20Relations/Corporate%20Governance) abrufbar.

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 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 24. Juni 2014 wurde am 30. September 2014 im Bundesanzeiger veröffentlicht. Vorstand und Aufsichtsrat haben deshalb im Dezember 2014 folgende Entsprechenserklärung abgegeben:

„Entsprechenserklärung

ERKLÄRUNG DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS DER HUGO BOSS AG GEMÄSS § 161 AKTG

HUGO BOSS AG, Metzingen, Wertpapier-Kenn-Nummer A1PHFF

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG erklären hiermit gemäß § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG, dass seit der Entsprechenserklärung vom Dezember 2013 den Empfehlungen der Regierungskommission „Deutscher Corporate Governance Kodex“ zunächst in der Fassung vom 13. Mai 2013 – bekannt gemacht im Bundesanzeiger vom 10. Juni 2013 – bzw. seit ihrer Geltung in der Fassung vom 24. Juni 2014 – bekannt gemacht im Bundesanzeiger am 30. September 2014 – mit folgenden Ausnahmen entsprochen wurde und wird:

- 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 4.2.2 Satz 6 DCGK richten sich die Gesamtbezüge der Vorstandsmitglieder nach den gesetzlichen Kriterien, ohne dabei gezielt die Vergütung des oberen Führungskreises und der Belegschaft insgesamt auch in der zeitlichen Entwicklung zu berücksichtigen, da nach Ansicht des Aufsichtsrats die gesetzlichen Kriterien, nämlich die der Angemessenheit von Aufgaben und Leistungen, die Lage der Gesellschaft und die übliche Vergütung in der Branche die wichtigeren Kriterien darstellen.

- Abweichend von der Empfehlung in Ziffer 4.2.3 Satz 7 DCGK wird zwar für die Vergütung der Vorstandsmitglieder insgesamt eine betragsmäßige Höchstgrenze festgelegt. Soweit Ziffer 4.2.3 Satz 7 DCGK aber so zu verstehen ist, dass er auch eine ausdrückliche betragsmäßig fixierte Höchstgrenze der variablen Vergütungsbestandteile verlangt, weicht HUGO BOSS AG hiervon ab, da diese Formalie nicht eingehalten wird. Materiell besteht jedoch eine solche betragsmäßige Höchstgrenze auch der variablen Vergütungsbestandteile, da sich diese durch Abzug der fixen Vergütung von der betragsmäßigen Höchstgrenze für die Gesamtvergütung errechnet.
- Abweichend von Ziffer 5.4.6 Satz 4 DCGK ist die erfolgsorientierte Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder nicht auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet. Die Aufsichtsratsvergütung wurde von der Hauptversammlung beschlossen, die erfolgsorientierte Vergütung ist in § 12 Abs. 2 der Satzung der HUGO BOSS AG geregelt und nach Ansicht der HUGO BOSS AG sachgerecht.
- Abweichend von Ziffer 5.4.6 Satz 7 DCGK wird die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder weder im Anhang noch im Lagebericht 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 bringt nach Ansicht der HUGO BOSS AG keine kapitalmarktrelevante Zusatzinformation.

Metzingen, Dezember 2014“

BASISINFORMATIONEN HUGO BOSS AKTIE

01|02 BASISINFORMATIONEN HUGO BOSS AKTIE

	2014	2013
Aktienanzahl	70.400.000	70.400.000
Davon ausstehende Aktien	69.016.167	69.016.167
Davon eigene Aktien	1.383.833	1.383.833
Aktienkurs in EUR¹		
Schlusskurs (31. Dezember)	101,70	103,50
Höchstkurs	113,55	103,50
Tiefstkurs	90,79	81,24
Marktkapitalisierung (31. Dezember) in Mio. EUR	7.160	7.286
Ergebnis je Aktie in EUR	4,83	4,77
Kurs-Gewinn-Verhältnis²	21,1	21,7
Dividende je Aktie in EUR	3,62³	3,34
Dividendenrendite in %²	3,6³	3,2
Ausschüttungssumme in Mio. EUR	249,8³	230,5
Ausschüttungsquote in %⁴	75³	70

¹ Xetra.

² Bezogen auf den Schlusskurs (31. Dezember) der Aktie.

³ 2014: Dividendenvorschlag.

⁴ Bezogen auf das auf die Anteilseigner entfallende Konzernergebnis.

01|03 ISIN, WKN UND BÖRSENKÜRZEL HUGO BOSS AKTIE

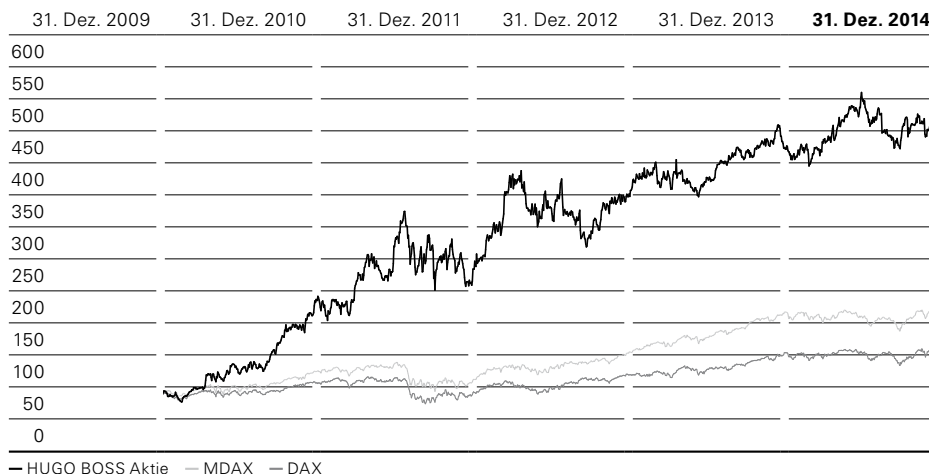
ISIN	DE000A1PHFF7
WKN	A1PHFF
Börsenkürzel	BOSS

Handelsplätze: Xetra, Frankfurt am Main, Stuttgart, Düsseldorf, Hamburg, München, Hannover, Berlin/Bremen

HUGO BOSS AM KAPITALMARKT

Das Börsenjahr 2014 war insgesamt von einer hohen Volatilität an den deutschen Aktienmärkten gekennzeichnet. Unsicherheiten bezüglich der weltwirtschaftlichen Entwicklung und geopolitische Krisen sorgten immer wieder für kräftige Kurskorrekturen am Gesamtmarkt. Vor allem der Ausblick auf weitere geldpolitische Lockerungen ließ DAX und MDAX dennoch leicht im Plus schließen. Die HUGO BOSS Aktie geriet vor allem in der zweiten Jahreshälfte zeitweilig unter Druck. Da sie nicht im gleichen Maß von der Jahresend rally profitierte wie die deutschen Leitindizes, verlor sie im Vorjahresvergleich leicht.

01|04 KURSENTWICKLUNG (Index: 31. Dezember 2009 = 100)



Die deutschen Aktienmärkte starteten mit einer volatilen Seitwärtsbewegung in das Börsenjahr 2014. Währungsturbulenzen vor allem in Schwellenländern, die durch den angekündigten geldpolitischen Kurswechsel der US-Notenbank ausgelöst wurden, die anhaltende konjunkturelle Abkühlung in China sowie geopolitische Unsicherheiten rund um den Konflikt zwischen Russland und der Ukraine setzten die Märkte im ersten Quartal zeitweilig deutlich unter Druck. Im zweiten Quartal wurden die Aktienmärkte von den weiter expansiven geldpolitischen Maßnahmen der EZB, sich erholenden Konjunkturindikatoren in den USA sowie lebhaften Unternehmensübernahme-Aktivitäten beflügelt. Dabei stieg der DAX zum ersten Mal über die Marke von 10.000 Punkten. Die anhaltende Krise in der Ukraine, Unruhen im Irak und in Syrien sowie schwache Konjunkturdaten aus dem Euroraum sorgten im dritten Quartal hingegen für deutliche Kurskorrekturen. Gestützt wurden die deutschen Aktienmärkte im Quartalsverlauf von der robusten wirtschaftlichen Entwicklung in den USA und der nochmals expansiveren Geldpolitik der EZB. Gegen Ende des dritten Quartals gaben die Kurse aufgrund schwacher Konjunkturdaten aus China und der Zuspitzung des Ukraine-Konflikts erneut nach. Im vierten Quartal sorgten Rezessionsängste

**Konjunktursorgen
und geopolitische
Krisen bestimmen
Entwicklung am
deutschen Aktienmarkt**

im Euroraum, Währungsturbulenzen in Russland sowie der Verfall des Ölpreises für eine scharfe Korrektur. Die überraschende Leitzinssenkung in China sowie Spekulationen über Anleihekäufe der EZB sorgten jedoch für eine deutliche Kurserholung im Dezember, so dass **DAX** und **MDAX** auf neue historische Höchststände stiegen. Insgesamt beendete der DAX das Jahr 2014 mit einem Plus von 3 % und der MDAX mit einem Plus von 2 % im Vergleich zum Schlussstand 2013.

Volatiler Gesamtmarkt bestimmt Entwicklung der HUGO BOSS Aktie im Jahr 2014

Die **HUGO BOSS Aktie** geriet zu Jahresbeginn durch negativ aufgenommene Ergebnisveröffentlichungen aus der Premium- und Luxusgüterindustrie sowie volkswirtschaftliche Unsicherheiten in vielen Schwellenländern, deren Bedeutung für die Branche überdurchschnittlich hoch ist, unter Druck. Im Nachgang der Veröffentlichung der Ergebnisse für das Jahr 2013 und des positiven Ausblicks für das laufende Geschäftsjahr legte die HUGO BOSS Aktie jedoch ab Mitte März wieder deutlich zu. Weiteren Rückenwind bekam die Aktie nach der Veröffentlichung der Ergebnisse des ersten Quartals 2014 Anfang Mai. Die Ausschüttung der Dividende für das Geschäftsjahr 2013 Mitte Mai sorgte nur für eine kurzfristige Kurskorrektur, so dass die Aktie bis Mitte Juli auf ein neues Rekordhoch von 113,55 EUR stieg. Enttäuschende Ergebnisveröffentlichungen aus dem Sektor sowie die deutlich eingetrübte Stimmung an den Aktienmärkten sorgten anschließend für eine Kurskorrektur, die die Aktie bis Ende August aber wieder teilweise ausgleichen konnte. Die Platzierung von knapp 8 Millionen Aktien durch den Großaktionär Permira Anfang September sowie der sich eintrübende Ausblick für die Premium- und Luxusgüterindustrie sorgten anschließend für erneute Kurskorrekturen. Im vierten Quartal profitierte die HUGO BOSS Aktie zunächst von der allgemeinen Erholung an den Aktienmärkten, korrigierte dann aber als Reaktion auf die im November veröffentlichte Anpassung der Unternehmensziele für das Jahr 2014 sowie die Platzierung von weiteren 5 Millionen Aktien durch den Großaktionär Permira im Dezember. Am Ende des Berichtszeitraums notierte die HUGO BOSS Aktie bei 101,70 EUR, 2 % unter dem Schlusskurs des Jahres 2013.

HUGO BOSS Aktie entwickelt sich besser als Branchenindex

Der **MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index**, der die Kursentwicklung der im Bekleidungs- und Luxusgüterbereich tätigen Unternehmen abbildet, ging im Jahr 2014 um 4 % zurück. Die HUGO BOSS Aktie entwickelte sich damit besser als der Branchendurchschnitt. Gegenüber den deutschen Leitindizes MDAX und DAX war die Wertentwicklung leicht unterdurchschnittlich.

01|05 HUGO BOSS AKTIE IM VERGLEICH (Veränderung in %)

	1 Jahr	3 Jahre	5 Jahre	10 Jahre
HUGO BOSS Aktie	-2	84	403	334
DAX	3	66	65	130
MDAX	2	90	126	215
MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods	-4	51	108	177

Nach § 21 WpHG sind Aktionäre verpflichtet, bei Über- oder Unterschreiten bestimmter Meldeschwellen die Höhe ihrer Stimmrechtsanteile zu melden. Die Meldeschwellen liegen bei 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 %.

**Mehrere Stimmrechts-
mitteilungen erhalten**

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2014 erhielt die Gesellschaft mehrere solcher Mitteilungen, die sie im Wortlaut auf ihrer Unternehmenswebsite group.hugoboss.com in der Investor Relations-Rubrik unter „Kapitalmarktnachrichten“ veröffentlicht hat.

Gemäß § 15a WpHG sind die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sowie Mitarbeiter mit Führungsaufgaben im Sinne des WpHG dazu verpflichtet, den Erwerb oder die Veräußerung von Wertpapieren der HUGO BOSS AG offenzulegen.

**Meldepflichtiges
Wertpapiergeschäft
nach § 15a WpHG**

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2014 hat die Gesellschaft von Vorstand und Aufsichtsrat eine solche Mitteilung erhalten. Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten insgesamt weniger als 1 % der von der HUGO BOSS AG ausgegebenen Aktien.

→ **Corporate Governance Bericht**

Meldepflichtige Wertpapiergeschäfte werden auf der Unternehmenswebsite group.hugoboss.com in der Investor Relations-Rubrik unter „Kapitalmarktnachrichten“ veröffentlicht.

Die Hauptversammlung am 21. Juni 2010 hatte den Vorstand der HUGO BOSS AG ermächtigt, das bereits damals bestehende Aktienrückkaufprogramm fortzusetzen. Demnach ist der Vorstand ermächtigt, bis zum 20. Juni 2015 Aktien der Gesellschaft bis zu einem Anteil von 10 % des ausstehenden Grundkapitals zu erwerben. Von der Ermächtigung wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr kein Gebrauch gemacht.

**Bestand eigener
Aktien unverändert**

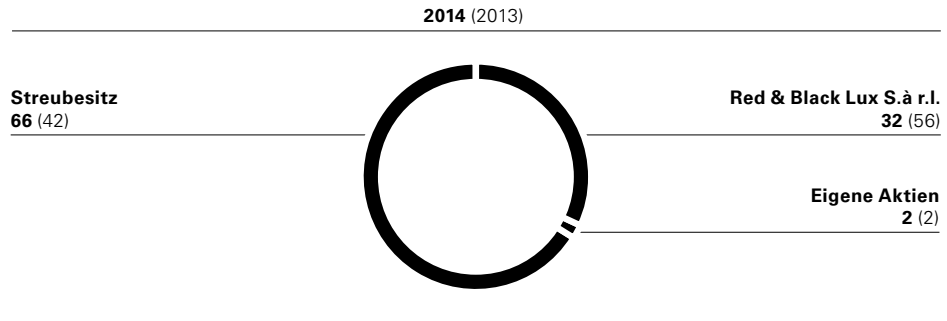
Somit hält die HUGO BOSS AG weiterhin unverändert 1.383.833 Stück eigene Aktien. Dies entspricht einem Anteil von 1,97 % beziehungsweise 1.383.833 EUR am Grundkapital.

→ **Rechtliche Angaben**

Die im Mehrheitsbesitz des Private-Equity-Unternehmens Permira stehende Gesellschaft Red & Black Lux S.à r.l. veräußerte im Jahresverlauf knapp 17 Millionen HUGO BOSS Aktien. Dadurch sank die Beteiligung von Permira an HUGO BOSS von 56 % am Ende des Geschäftsjahres 2013 auf 32 % am Jahresende 2014. Der Streubesitz vergrößerte sich somit auf 66 % (31. Dezember 2013: 42 %). Der Anteil der von der HUGO BOSS AG selbst gehaltenen Aktien am Grundkapital betrug unverändert 2 % (31. Dezember 2013: 2 %).

**Streubesitz
erhöht sich**

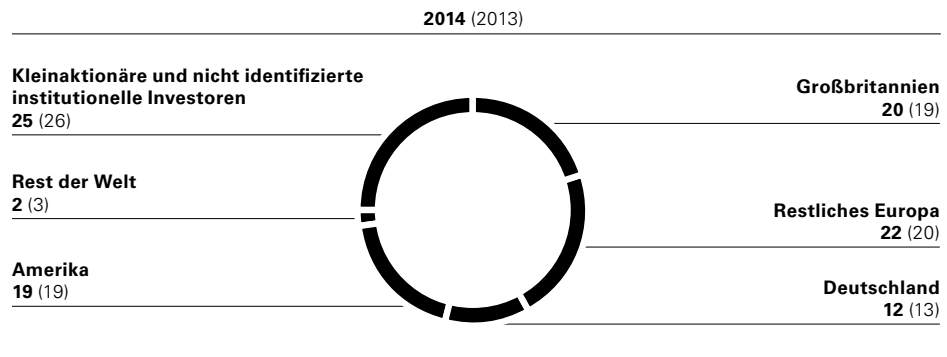
01|06 AKTIONÄRSSTRUKTUR ZUM 31. DEZEMBER (in % des Grundkapitals)



International ausgewogene Aktionärsstruktur

Um eine gezielte Ansprache der in HUGO BOSS investierten institutionellen Anleger zu ermöglichen, hat das Unternehmen die Eigentümerstruktur der sich im Streubesitz befindenden Aktien im Jahr 2014 näher analysiert. Das Ergebnis der Analyse zeigt, dass sich die Investorenbasis von HUGO BOSS weiter internationalisiert hat. So erhöhte sich der Anteil der Aktien, der sich in den Händen von institutionellen Investoren in Großbritannien befand, auf 20 % (2013: 19 %). Auch stieg das Gewicht der sonstigen europäischen Länder in der Aktionärsstruktur auf 22 % (2013: 20 %). Hingegen verringerte sich der Anteil der von deutschen Investoren gehaltenen Aktien auf 12 % (2013: 13 %). Der Besitzanteil amerikanischer Investoren blieb stabil bei 19 % (2013: 19 %). Die im Aktienregister eingetragenen Kleinaktionäre sowie dem Unternehmen nicht näher bekannte institutionelle Investoren machten 25 % des Streubesitzes aus (2013: 26 %).

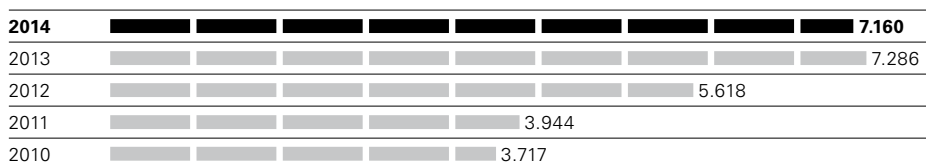
01|07 REGIONALER SPLIT DER INVESTORENBASIS ZUM 31. DEZEMBER (in % des Streubesitzes)



Die im MDAX gelistete HUGO BOSS Aktie belegte Ende Dezember 2014 in der Rangliste der Deutschen Börse den 8. Platz auf Basis der Freefloat-bereinigten Marktkapitalisierung (31. Dezember 2014: Platz 14). Bezogen auf das Handelsvolumen rangierte die HUGO BOSS Aktie auf dem 4. Platz (31. Dezember 2014: Platz 7). Damit betrug die Gewichtung der HUGO BOSS Aktie im MDAX Ende Dezember 3,6 % (31. Dezember 2014: 2,6 %). Durchschnittlich wurden im Jahr 2014 pro Tag 153.578 Aktien auf Xetra gehandelt (2013: 139.786).

**HUGO BOSS im MDAX
höher gewichtet**

01|08 MARKTKAPITALISIERUNG ZUM 31. DEZEMBER (in Mio. EUR)



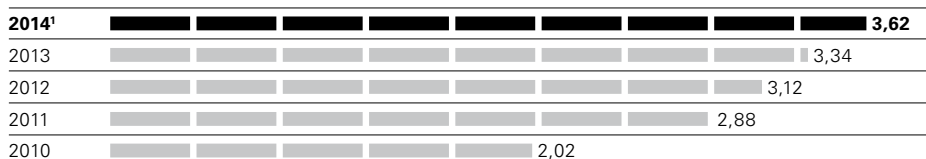
Im Jahr 2014 wurde weder von der HUGO BOSS AG noch einer ihrer Tochtergesellschaften eine Unternehmensanleihe emittiert, wodurch zum Jahresende 2014 keine solche ausstand. Auch verfügt der Konzern über kein Rating einer externen Ratingagentur.

**Keine Unternehmens-
anleihe begeben**

HUGO BOSS verfolgt eine ertragsorientierte Ausschüttungspolitik, die die Aktionäre angemessen an der Gewinnentwicklung des Konzerns beteiligt. Es sollen regelmäßig zwischen 60 % und 80 % des Konzerngewinns an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Vorstand und Aufsichtsrat beabsichtigen aufgrund der Gewinnsteigerung im abgelaufenen Geschäftsjahr, der bilanziellen Stärke der Gesellschaft und ihres Finanzausblicks für das Jahr 2015, der Hauptversammlung am 12. Mai 2015 eine Dividende von 3,62 EUR je Aktie für das Geschäftsjahr 2014 vorzuschlagen (2013: 3,34 EUR). Der Vorschlag entspricht einer Ausschüttungsquote von 75 % des auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallenden Konzernergebnisses im Jahr 2014 (2013: 70 %). Sofern die Aktionäre dem Vorschlag zustimmen, wird die Dividende am Folgetag der Hauptversammlung, dem 13. Mai 2015, ausgezahlt. Basierend auf der Anzahl der am Jahresende ausstehenden Aktien wird die Ausschüttungssumme 250 Mio. EUR betragen (2013: 231 Mio. EUR).

**Dividende je Aktie
steigt**

01|09 DIVIDENDE JE AKTIE (in EUR)



¹ 2014: Dividendenvorschlag.

**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. Auch im Jahr 2014 standen der Vorstand und die Investor Relations-Abteilung daher in regelmäßigem persönlichem Dialog mit nationalen und internationalen institutionellen Investoren sowie Privatanlegern. Ein wertvolles Instrument, institutionelle Anleger, Privataktionäre und die interessierte Öffentlichkeit über die Entwicklung des Unternehmens zu informieren, stellt 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. Um der Bedeutung dieses Mediums Rechnung zu tragen, wurde die Investor Relations-Seite des Unternehmens im vergangenen Jahr überarbeitet und bietet den Nutzern neben neuen Funktionalitäten und einer optimierten Nutzerführung nun eine noch ansprechendere Optik.

:// group.hugoboss.com/Investor Relations

2

ZUSAMMENGEFASSTER
LAGEBERICHT
KONZERNPROFIL

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT KONZERNPROFIL

- 33 **Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur**
- 38 **Unternehmenssteuerung**
- 42 **Konzernstrategie**
- 51 **Mitarbeiter**
- 58 **Forschung und Entwicklung**
- 62 **Beschaffung und Produktion**
- 66 **Nachhaltigkeit**

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND KONZERNSTRUKTUR

HUGO BOSS möchte seine Stellung als eines der führenden Unternehmen im Premium- und Luxussegment des globalen Bekleidungsmarkts stärken und ausbauen. Der in Metzingen beheimatete Konzern erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2014 mit knapp 13.000 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von 2,6 Mrd. EUR und gehört zu den profitabelsten börsennotierten Bekleidungsherstellern weltweit.

Der HUGO BOSS Konzern ist eines der führenden Unternehmen im Premium- und Luxussegment des globalen Bekleidungsmarkts. Der Konzern fokussiert sich auf die Entwicklung und Vermarktung hochwertiger Mode und Accessoires im Damen- und Herrenbereich. Mit seiner Kernmarke BOSS, HUGO und den weiteren Markenlinien BOSS Green und BOSS Orange spricht HUGO BOSS unterschiedliche, klar voneinander abgegrenzte Zielgruppen an. Dabei wird ein umfassendes Produktportfolio abgedeckt, das aus klassisch-moderner Konfektion, eleganter Abendbekleidung und Sportswear, Schuhen, Lederaccessoires sowie in Lizenz vertriebenen Düften, Brillen, Uhren, Kindermode, Textilien für den Home-Bereich und Mobile Accessories besteht.

Durch gezielte Marketingmaßnahmen steigert HUGO BOSS die Attraktivität seiner Marken. Außer durch klassische Werbeformen wie Print- und Out-of-Home-Medien werden die relevanten Zielgruppen zunehmend über digitale Kanäle angesprochen. Vor dem Hintergrund des Ausbaus des eigenen Einzelhandels gewinnt außerdem das Retail Marketing stark an Bedeutung. Sportsponsoring-Maßnahmen konzentrieren sich auf Premium-Sportarten wie Formel 1, Golf oder Segeln, 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 außerdem durch medienwirksame Fashion Events in den Modemetropolen der Welt, die die Attraktivität und Akzeptanz der Marken des Konzerns bei wichtigen Zielgruppen zusätzlich unterstreichen und die Markenwelt von HUGO BOSS emotionalisieren.

HUGO BOSS stellt rund 20 % seines Beschaffungsvolumens in Eigenfertigung her. Darüber hinaus nutzt der Konzern unabhängige Zulieferer, die insbesondere in Osteuropa und Asien angesiedelt sind. Seine Kollektionen vertreibt das Unternehmen in 130 Ländern weltweit. Die Absatzregionen des Konzerns sind Europa (61 % des Umsatzes), Amerika (23 % des Umsatzes) und Asien/Pazifik (14 % des Umsatzes). Daneben werden 2 % des Umsatzes über Lizenzen generiert. → **Beschaffung und Produktion → Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente**

HUGO BOSS hat den eigenen Einzelhandel in den letzten Jahren deutlich ausgebaut. Im Geschäftsjahr 2014 wurden 57 % des Konzernumsatzes in diesem Vertriebskanal erwirtschaftet. Die Zahl der eigenen Verkaufspunkte stieg um netto 31 auf 1.041. Darunter fallen freistehende Geschäfte in bevorzugten Einkaufslagen, in Eigenregie geführte Shop-in-Shops

Positionierung im Premium- und Luxussegment des Bekleidungsmarkts

Gezielte Markenkommunikation

Globale Beschaffungs- und Vertriebsaktivitäten

Eigener Einzelhandel wichtigster Vertriebskanal

im Mehrmarken-Umfeld, vor allem auf den Flächen von Department-Store-Partnern, und Outlets. Gleichzeitig wird das e-Commerce-Geschäft immer wichtiger. Aktuell betreibt der Konzern elf Online Stores – in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien, den Niederlanden, Belgien, Österreich, der Schweiz, den USA und China. Im Großhandelsgeschäft wurden im Geschäftsjahr 2014 41 % des Konzernumsatzes erzielt. Großhandelspartner umfassen Department Stores, oftmals familiengeführte Fachhändler, Franchisenehmer sowie, in geringerem Umfang, spezialisierte Onlinehändler. Department Stores und Fachhändler vertreiben HUGO BOSS Produkte entweder in separaten Shop-in-Shops oder im Mehrmarken-Umfeld. Franchisenehmer führen freistehende HUGO BOSS Geschäfte nach den Vorgaben des Konzerns vor allem in kleineren, nicht durch den eigenen Einzelhandel erschlossenen Märkten. Im Großhandelsgeschäft insgesamt können HUGO BOSS Produkte an rund 7.600 Verkaufspunkten erworben werden. → **Konzernstrategie** → **Gesamtwirtschaftliche Lage und Branchenentwicklung**

02|01 HUGO BOSS VERTRIEBSFORMATE

Konzerneigener Einzelhandel (Retail)	Großhandel
Freistehende Geschäfte: In Eigenregie geführte freistehende Geschäfte in bevorzugten Lagen	Shop-in-Shops: Durch Partner geführte HUGO BOSS Shop-in-Shops
Shop-in-Shops: Selbst geführte Shop-in-Shops auf den Flächen von Partnern	Mehrmarken-Verkaufspunkte: Kategoriegeschäft auf Verkaufsflächen mit nur eingeschränktem eigenen Branding
Outlets: Verkauf von Waren der Vorsaison in spezialisierten Geschäften in stark frequentierten Randlagen	Franchise: Durch Partner geführte freistehende HUGO BOSS Geschäfte
E-Commerce: Online Stores in verschiedenen Ländern weltweit	Onlinehändler: Onlinevertrieb durch spezialisierte Anbieter

Rechtliche Konzernstruktur durch duale Führungs- und Kontrollstruktur geprägt

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 Verantwortung für die Strategie des Konzerns und seine Steuerung. Der Aufsichtsrat berät den Vorstand und überwacht dessen Geschäftsführung. Außer aus der HUGO BOSS AG setzt sich der Konzern aus 55 konsolidierten Tochtergesellschaften zusammen, die die Verantwortung für die lokalen Geschäftstätigkeiten tragen. Hierbei sind 35 Tochterunternehmen als Vertriebsgesellschaften organisiert. Mit wenigen Ausnahmen sind alle Tochtergesellschaften vollständig durch die HUGO BOSS AG kontrolliert. Alle Tochtergesellschaften werden als eigenständige Profit Center geführt und besitzen somit Ergebnisverantwortung.

Regional ausgerichtete Organisationsstruktur

Die Organisationsstruktur des HUGO BOSS Konzerns ist regional orientiert. Seine lokalen Geschäftstätigkeiten sind in drei Regionalorganisationen zusammengefasst – Europa inklusive Naher Osten und Afrika, Amerika sowie Asien/Pazifik. Diese drei Regionen sowie das Lizenzgeschäft bilden die vier operativen Segmente des Konzerns. Die Verantwortung für die Zentralfunktionen ist auf die verschiedenen Vorstandsressorts aufgeteilt und damit in der Konzernzentrale gebündelt.

02|02 HUGO BOSS KONZERNSTRUKTUR

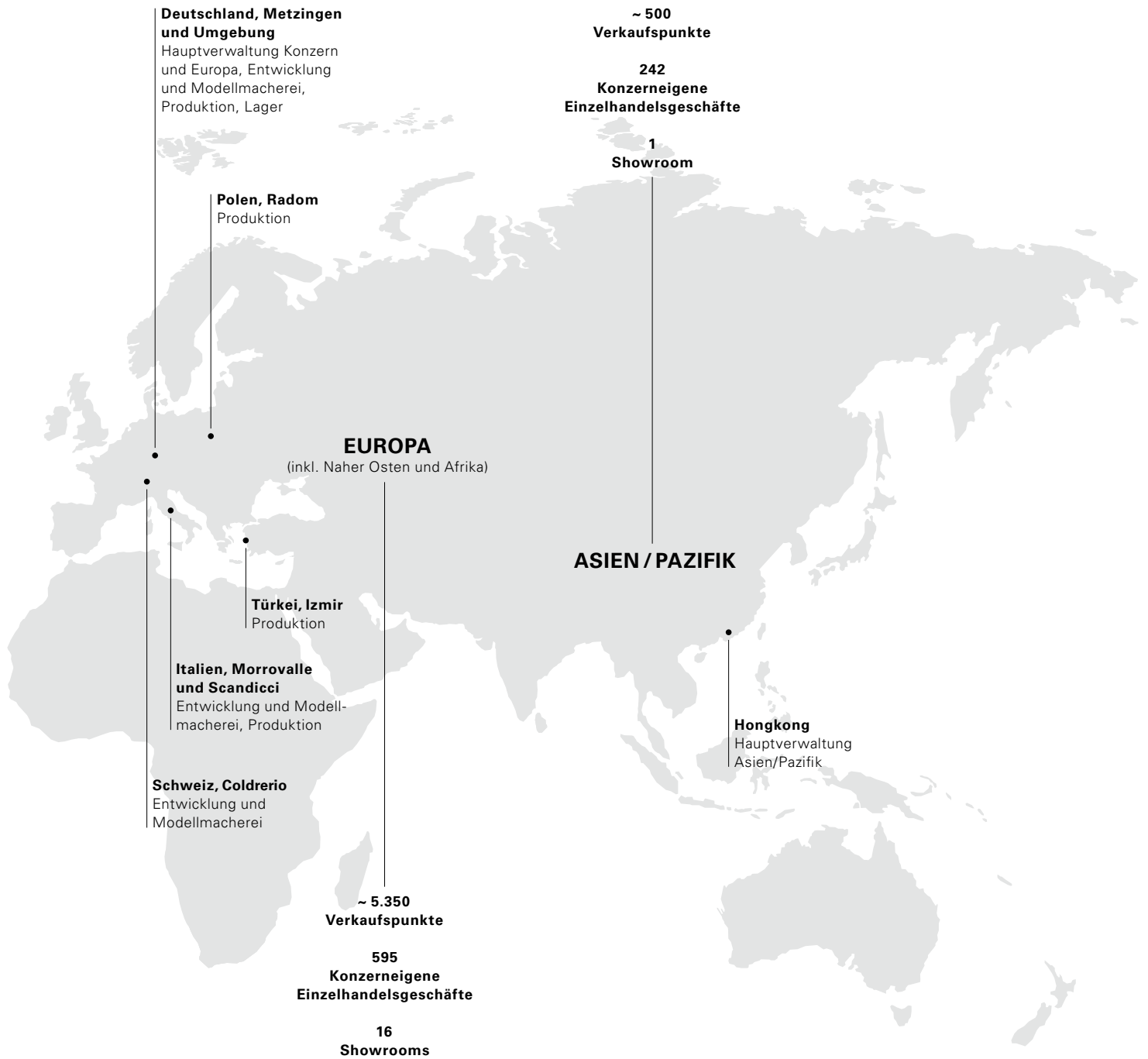
VORSTAND	
ZENTRALBEREICHE	GESCHÄFTSBEREICHE
Beschaffung und Produktion	EUROPA inkl. Naher Osten und Afrika
Finanzen und Controlling	
Investor Relations	
IT	AMERIKA
Kommunikation	
Konzerneigener Einzelhandel	
Kreativmanagement	
Lizenzen	ASIEN/PAZIFIK
Logistik	
Markenmanagement	LIZENZEN
Personal	
Recht, Compliance und Risikomanagement	
Vertrieb	

In den drei Regionalorganisationen stellt jeweils ein Regionaldirektor die Umsetzung der Konzernstrategie im jeweiligen Marktumfeld sicher. In Zusammenarbeit mit den Länderverantwortlichen innerhalb ihrer Region verantworten die Direktoren insbesondere die regionale Ausgestaltung der Vertriebsstrategie im eigenen Einzelhandel und Großhandel sowie die Umsatz- und Ergebnisentwicklung. Die Regionalisierung der Vertriebsstrukturen verstärkt die Kundennähe des Konzerns, verbessert die Fähigkeit zur Reaktion auf Marktentwicklungen und erleichtert die Anpassung an marktspezifische Besonderheiten. Ferner ermöglicht sie den schnellen Austausch von Wissen durch die enge Verzahnung der Ländergesellschaften.

Regionalorganisations setzen Konzernstrategie um

02|03 HAUPTSTANDORTE/WELTWEITE MARKTPRÄSENZ





UNTERNEHMENSSTEUERUNG

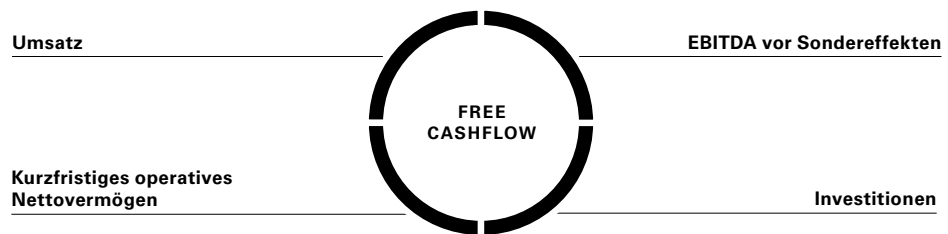
Ziel des HUGO BOSS Managements ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts. Das unternehmensinterne Steuerungssystem unterstützt den Vorstand und die Leitung der Geschäftseinheiten bei der Ausrichtung aller Unternehmensprozesse auf dieses Ziel.

STEUERUNG AUF PROFITABLES WACHSTUM AUSGERICHTET

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

ZENTRALE STEUERUNGSGRÖSSEN

02|04 ZENTRALE STEUERUNGSGRÖSSEN DES HUGO BOSS KONZERNS



Fokus auf langfristiger Steigerung des Free Cashflows

Zur Steigerung des Unternehmenswerts konzentriert sich der Konzern auf die langfristige 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 operativen Nettovermögens (Trade Net Working Capital) und wertorientierte Investitionstätigkeit wird darüber hinaus die Free-Cashflow-Entwicklung unterstützt.

02|05 DEFINITION FREE CASHFLOW

	Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit
+	Cashflow aus Investitionstätigkeit
=	FREE CASHFLOW

Als wachstumsorientiertes Unternehmen misst HUGO BOSS der profitablen Steigerung des Umsatzes besondere Bedeutung bei. Alle Aktivitäten zur Umsatzsteigerung werden an ihrem Potenzial gemessen, das um Sondereffekte bereinigte EBITDA und die bereinigte EBITDA-Marge (das Verhältnis von Ergebnis zu Umsatz) langfristig zu steigern. Das EBITDA wurde aufgrund seiner Eigenschaft als wesentlicher Treiber des Free Cashflows als wichtigste Steuerungsgröße gewählt. Der wesentliche Ansatzpunkt zur Steigerung der EBITDA-Marge wird in Produktivitätssteigerungen im eigenen Einzelhandel gesehen. Darüber hinaus verbessert der Konzern die Effizienz seiner Beschaffungs- und Produktionsaktivitäten und optimiert die operativen Aufwendungen mit dem Ziel, deren Anstieg im Verhältnis zum Umsatz auf ein unterproportionales Maß zu begrenzen.

Umsatz und EBITDA vor Sondereffekten wichtigste Steuerungsgrößen des Konzerns

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

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

Steuerung des effizienten Kapitaleinsatzes über das kurzfristige operative Nettovermögen (Trade Net Working Capital)

02|06 DEFINITION KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN

	Vorräte
+	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
-	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
=	KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN

Das Management der Vorräte sowie der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen liegt in der Verantwortung der operativen Zentralbereiche und der Vertriebseinheiten. Darüber hinaus wird das Management der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von den operativen Zentralbereichen verantwortet. Die Steuerung dieser drei Komponenten erfolgt über die Kennzahlen Vorratsreichweite, Forderungsreichweite und Verbindlichkeitenreichweite, an die teilweise auch die variable Vergütung der Geschäftsführung der Zentralbereiche und der Vertriebseinheiten gekoppelt ist. Weiterhin ist das Verhältnis von kurzfristigem operativem Nettovermögen und Umsatz Gegenstand der Zielvorgaben für den Vorstand und wird im Rahmen der Planung und des monatlichen Reportings berichtet.

Schwerpunkt der Investitionen liegt auf konzern-eigenem Einzelhandel

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

02|07 ENTWICKLUNG WESENTLICHER STEUERUNGSGRÖSSEN (in Mio. EUR)

	2014	2013	Veränderung in %
Umsatz	2.571,6	2.432,1	6
EBITDA vor Sondereffekten	590,8	564,7	5
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	503,0	431,8	16
Investitionen	134,7	185,3	-27
Free Cashflow	268,4	230,0	17

Free Cashflow wird primär zur Finanzierung der Dividendenausschüttung verwendet

Der erwirtschaftete Free Cashflow wird primär zur Finanzierung der Dividendenausschüttung verwendet. Die Dividendenpolitik des Unternehmens sieht vor, 60 % bis 80 % des Konzerngewinns an die Anteilseigner auszuschütten. Darüber hinaus verfügbare liquide Mittel werden zur weiteren Verringerung der Verschuldung genutzt beziehungsweise als Barreserve gehalten. Der Konzern analysiert in mindestens jährlichem Abstand seine Bilanzstruktur im Hinblick auf ihre Effizienz und Eignung, zukünftiges Wachstum zu unterstützen und gleichzeitig eine ausreichende Sicherheit für den Fall einer schlechter als erwartet ausfallenden wirtschaftlichen Entwicklung zu gewährleisten. Über die bilanzielle Nettoverschuldung hinaus bezieht er in seine Analyse auch zukünftige Mietverpflichtungen ein.

Drei Kernelemente des unternehmensinternen Steuerungssystems

Die Planungs-, Steuerungs- und Überwachungsaktivitäten des Konzerns fokussieren sich auf 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 von Zielvorgaben des Konzernvorstands erstellen die Vertriebsgesellschaften vollständige Ergebnis- und Investitionsplanungen für die von ihnen verantworteten Absatzmärkte oder Geschäftsfelder. Ebenso erfolgt die Planung des kurzfristigen operativen Nettovermögens. Daraus abgeleitet erarbeiten die Entwicklungs- und Beschaffungseinheiten eine mittelfristige Kapazitätsplanung. Die Planung der Geschäftseinheiten wird zentral auf Plausibilität geprüft und zur Gesamtkonzernplanung aggregiert.

Die Jahresplanung wird in regelmäßigen Abständen vor dem Hintergrund der tatsächlichen Geschäftsentwicklung und bestehender Chancen und Risiken aktualisiert, um das zu erwartende Konzernergebnis im laufenden Jahr prognostizieren zu können. Auf Basis der erwarteten Cashflow-Entwicklung erstellt zudem die Konzern-Treasury-Abteilung auf monatlicher Basis eine Prognose zur Entwicklung der Liquiditätssituation. Dadurch können finanzielle Risiken frühzeitig erkannt und Maßnahmen hinsichtlich des Finanzierungs- beziehungsweise Anlagebedarfs getroffen werden. Darüber hinaus stellt die währungsdifferenzierte Liquiditätsplanung unter anderem die Grundlage für die Einleitung eventueller Währungssicherungsmaßnahmen dar. → **Risiko- und Chancenbericht, Finanzielle Risiken**

Der Vorstand und die Leitung der Konzerngesellschaften werden monatlich in Form von standardisierten, IT-gestützten Berichten unterschiedlicher Detailstufen über den operativen Geschäftsverlauf informiert. Dieses Berichtswesen wird bei Bedarf durch Ad-hoc-Analysen ergänzt. Die durch das konzernweite Berichtswesen generierten Ist-Daten werden monatlich mit den Plandaten verglichen. Zielabweichungen müssen erläutert und geplante Gegenmaßnahmen dargestellt werden. Entwicklungen mit wesentlichem Einfluss auf das 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 wird zudem ein Vergleich mit der Entwicklung relevanter Wettbewerber durchgeführt.

**Fokus des konzern-
weiten Berichtswesens
liegt auf Analyse von
Frühindikatoren**

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

**Investitionscontrolling
sichert Renditeziele des
Konzerns**

KONZERNSTRATEGIE

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, kräftig zu wachsen und seine Profitabilität zu steigern. Die Basis dafür ist die Kernkompetenz des Konzerns – die Entwicklung und Vermarktung hochwertiger Bekleidung sowie von Schuhen und Accessoires im Premium- und Luxussegment. Dank seiner industriellen Größe und Stärke offeriert HUGO BOSS seinen Kunden dabei ein attraktives Produktangebot bei einem durchgängig vorteilhaften Preis-Leistungs-Verhältnis im Vergleich zum Wettbewerb. Im Jahr 2014 hat der Konzern seine bewährte Konzernstrategie weiter entwickelt und mit neuen Schwerpunkten versehen. Die Konzernstrategie fokussiert auf die Aufwertung der Kernmarke BOSS, den Ausbau der Marktposition in der Damenmode, die Weiterentwicklung des eigenen Einzelhandels, globales Wachstum und die Maximierung der operativen Stärke.

HUGO BOSS strebt weiteres profitables Wachstum an

Die erfolgreiche Geschäftsentwicklung der vergangenen Jahre unterstreicht die Stärke des Geschäftsmodells von HUGO BOSS. Darauf aufbauend strebt das Unternehmen an, bis zum Jahr 2020 im Durchschnitt ein hoch einstelliges Umsatzwachstum zu erzielen. Die operative Marge soll im gleichen Zeitraum auf 25 % steigen. Die geplante Ergebnissteigerung wird zusammen mit dem strikten Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens und der disziplinierten Investitionstätigkeit die Basis für die angestrebte Maximierung des Free Cashflows legen. Damit soll der Unternehmenswert weiter gesteigert werden. Darüber hinaus partizipieren die Anteilseigner auch über eine ertragsorientierte Dividendenpolitik am Unternehmenserfolg. → **Unternehmenssteuerung**

Wachstumsstrategie basiert auf fünf Säulen

HUGO BOSS hat fünf wesentliche Ansatzpunkte identifiziert, um profitables Wachstum sicherzustellen. So soll die Kernmarke BOSS durch produkt-, distributions- und kommunikationsbezogene Maßnahmen aufgewertet werden. Die durch die Männermode begründete Markenstärke soll im Bereich der Damenmode einschließlich des Geschäfts mit Schuhen und Accessoires stärker als bislang ausgeschöpft werden. Der Ausbau von Omnichannel-Angeboten wird das weitere Wachstum im eigenen Einzelhandel online und offline treiben. Schließlich strebt der Konzern an, sein Geschäft stärker als bislang regional auszubalancieren und mittelfristig einen größeren Umsatzanteil außerhalb seines europäischen Heimatmarkts zu erwirtschaften. Der Ausbau der operativen Stärke des Konzerns, insbesondere im Bezug auf das Management der Lieferkette, den Produktentwicklungsprozess und die IT- und Logistik-Infrastruktur, wird die Umsetzung der verschiedenen Wachstumsinitiativen wesentlich unterstützen.

02|08 HUGO BOSS WACHSTUMSTRATEGIE 2020

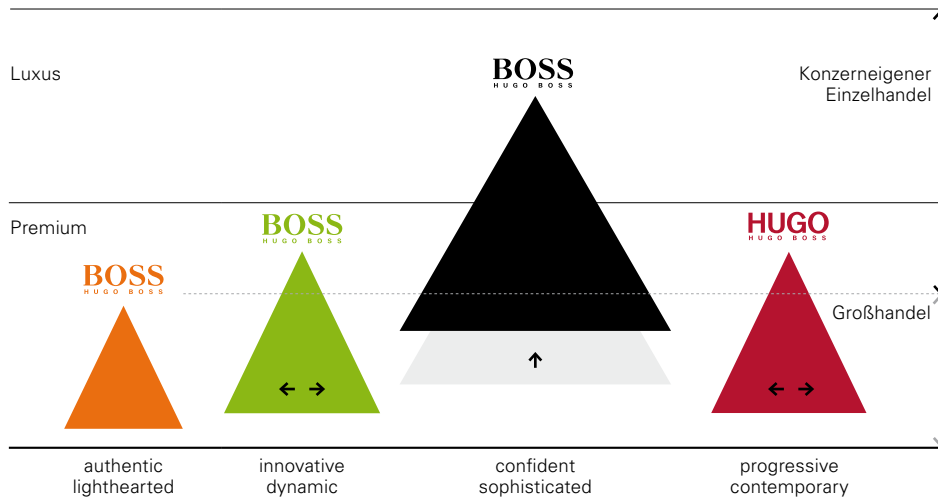


AUFWERTUNG DER KERNMARKE BOSS

Das Unternehmen spricht Konsumenten mit der bei weitem größten Einzelmarke BOSS sowie mit HUGO an. Während die Kernmarke BOSS für authentischen und dezenten Luxus steht, bietet HUGO als modische Speerspitze von HUGO BOSS progressive Looks und eine moderne, urbane Attitüde. Die Kernmarke BOSS ist durch die Markenlinien BOSS Orange und BOSS Green erweitert. BOSS Orange ist synonym mit urbaner Casualwear, die ein unbeschwertes Lebensgefühl ausdrückt. BOSS Green ist die aktive Sportswear-Linie von HUGO BOSS und hebt die Grenze zwischen modischer Freizeit- und funktioneller Golfbekleidung auf. Mit seinem Markenportfolio trägt HUGO BOSS den vielfältigen Bedürfnissen unterschiedlicher Zielgruppen Rechnung und schafft Angebote für verschiedene Trageanlässe.

Differenziertes Markenportfolio trägt unterschiedlichen Kundenbedürfnissen Rechnung

02|09 HUGO BOSS MARKENPOSITIONIERUNG



Aufwertung der Kernmarke BOSS unterstützt zunehmende Vertikalisierung des Markenportfolios

HUGO BOSS sieht im Ausbau seines Luxusangebots in Ergänzung seiner historisch gewachsenen Stärke im Premiumsegment erhebliche Wachstumschancen. Das Unternehmen arbeitet deshalb an der Aufwertung seiner Kernmarke BOSS insbesondere in solchen Märkten, in denen die Marke in der Vergangenheit vor allem im Mehrmarkenumfeld und über ihr Angebot in Einstiegspreislagen wahrgenommen wurde. HUGO BOSS bietet seinen Kunden damit ein global konsistentes Markenbild und ein umfassendes Angebot auch in der modischen und preislichen Spitze. Das Unternehmen geht davon aus, den BOSS Markenumsatz im Luxusbereich bis zum Jahr 2020 auf rund 20 % in etwa verdoppeln zu können. Gleichzeitig zieht sich BOSS graduell aus Einstiegspreislagen zurück. Diese werden zukünftig insbesondere von HUGO und BOSS Green abgedeckt.

Stärkung des BOSS Luxusangebots

BOSS stärkt sein Luxusangebot in der kompletten Breite seines Produktportfolios. Unter dem BOSS Tailored Label bietet BOSS einzigartige Schnitte, Materialien von höchster Qualität und exquisite Designs. Der Ausbau des Angebots maßgeschneiderter Anzüge und Hemden („Made to Measure“) unterstreicht darüber hinaus die Kompetenz des Unternehmens in Bezug auf hochwertigste Schneiderkunst. In der Sportswear, die zukünftig noch stärker auf das Angebot in der Konfektion abgestimmt werden wird, stößt BOSS ebenfalls zunehmend in den modischen Spitzenbereich vor.

Selektive Distribution der Kernmarke BOSS

Auch in der Distribution trägt das Unternehmen der Aufwertung von BOSS Rechnung. So wird die Kernmarke in eigenen Stores zukünftig einen noch größeren Raum gegenüber den anderen Markenkonzepten einnehmen. Aufbauend auf dem exklusiven Umfeld und der Qualität von Beratung und Service wird eine zunehmende Anzahl eigener Stores zukünftig exklusiv die Marke BOSS anbieten. Auch im Großhandelsgeschäft intensiviert der Konzern die Markenkontrolle, indem er seine Partner dazu anhält, die Kernmarke BOSS zukünftig nur noch im Monomarkenumfeld, also in Shop-in-Shops, zu vertreiben. Diese Shop-in-Shops werden entweder weiterhin durch den Partner oder aber durch den Konzern selbst in Form des Konzessionsmodells bewirtschaftet. Im Kategoriegeschäft werden den Handelspartnern zukünftig HUGO in der Konfektion und BOSS Green in der Sportswear angeboten.

Kernmarke BOSS im Fokus der Markenkommunikation

Die Strahlkraft der Kernmarke BOSS prägt die globale Wahrnehmung des Markenportfolios insgesamt. Insofern konzentriert der Konzern seine Markenkommunikationsaktivitäten noch stärker als in der Vergangenheit auf seine Kernmarke. In der Kommunikation des Markenversprechens, Kunden zum Erfolg zu inspirieren, nutzt das Unternehmen primär seine historische Stärke in der Konfektion. HUGO BOSS schärft damit seine Wahrnehmung bei den Endkonsumenten und schafft ein hohes Maß an Wiedererkennung. Neben klassischer Printwerbung, die insbesondere im Bereich der Damenmode in ihrer kreativen Anmutung auf ein neues Niveau gehoben wurde, Retail-Marketing-Aktivitäten rund um das gewachsene Flagship-Store-Portfolio, Fashion Shows und Sponsoring spielen digitale Kommunikationsformate eine zunehmend wichtige Rolle. Mit Hilfe attraktiver Inhalte vertieft HUGO BOSS seine Kundenverbindungen zunehmend auch auf eine emotionale Art und Weise und vergrößert über die Nutzung digitaler Netzwerke seine Reichweite.

AUSSCHÖPFUNG DES MARKENPOTENZIALS IM BEREICH DER DAMENMODE

Der Konzern sieht gute Chancen, seine Marktstellung in der Damenmode auszubauen und damit seinen Erfolg im Bereich der Männermode zu wiederholen. HUGO BOSS geht davon aus, den Umsatzanteil der Womenswear bis zum Jahr 2020 auf mindestens 15 % steigern zu können (2014: 11 %). Der für HUGO BOSS relevante Markt ist im Bereich der Damenmode noch größer als im Bereich der Herrenmode. Gleichzeitig besitzt der Konzern trotz eines soliden Wachstums in den letzten Jahren einen deutlich geringeren Marktanteil in der Damenmode. Die starke Fragmentierung sowie eine höhere Bereitschaft auf Kundenseite, zu anderen Marken zu wechseln, bieten HUGO BOSS jedoch attraktive Möglichkeiten, neue Käuferschichten zu erreichen. Trotz des intensiven Wettbewerbs, insbesondere bei Schuhen und Accessoires, sieht sich der Konzern deshalb vor allem im Bekleidungsbereich optimal positioniert, um zukünftig in der Damenmode eine wichtigere Rolle zu spielen.

Im Jahr 2014 hat HUGO BOSS bereits signifikante Erfolge in der Damenmode erzielt. Die Schaffung einer eigenständigen Organisation sowie die Ernennung von Jason Wu, einem der weltweit größten Design Talente im Segment hochwertiger Damenmode, zum Artistic Director BOSS Woman waren dafür die Grundlage. Die beiden von Jason Wu im vergangenen Jahr vorgestellten Kollektionen trugen eine unverwechselbare Designhandschrift, welche die BOSS Womenswear auch zukünftig prägen wird. Auch die beeindruckenden Fashion Shows im Rahmen der New York Fashion Week und das mit ihnen verbundene mediale Echo sorgten für eine deutliche Steigerung der Markenbekanntheit und -wahrnehmung, der sich in einem zweistelligen Umsatzanstieg im Jahr 2014 widerspiegelte.

Produktbezogen strebt BOSS eine weitere Aufwertung seines Angebots an. Durch die Anhebung des Modegrads und mit raffinierten Produkten zielt BOSS darauf ab, die Emotionalität und die Relevanz der Marke zu erhöhen, um ihre Begehrlichkeit zu steigern. Die Stärkung des Angebots von Schuhen und Accessoires spielt in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle, um den Markenkern zu schärfen und die einzelnen Kollektionen eng miteinander zu verknüpfen.

Gleichzeitig erhöht der Konzern die Sichtbarkeit der Damenmode im eigenen Einzelhandel. Insbesondere in neuen, tendenziell größeren Stores wird die Damenmode herausgehoben platziert und nimmt oftmals rund ein Drittel der Fläche ein. Durch die Einführung globaler Look-Konzepte wird großer Wert auf eine weltweit einheitliche Präsentation gelegt. Intensive Trainings des Verkaufspersonals reflektieren darüber hinaus die überragende Bedeutung, die der Beratungsqualität insbesondere in diesem Bereich zukommt. Auch die Entwicklung eines speziellen Storekonzepts zielt darauf ab, den Bedürfnissen der Kundinnen optimal zu entsprechen.

Schließlich intensiviert HUGO BOSS seine Kommunikationsaktivitäten, um BOSS Woman attraktiv für modeaffine Konsumentinnen zu positionieren. In diesem Zusammenhang nimmt die Ausstattung von Prominenten einen großen Fokus ein. Auch dienen Fashion Shows im Rahmen der New York Fashion Week, Kampagnen und PR-Aktivitäten dazu, den unverwechselbaren Kern der Marke zu kommunizieren und BOSS als modische Instanz zu etablieren.

Markt für Damenmode strukturell attraktiv

Damenmode entwickelt sich im Jahr 2014 sehr erfolgreich

Upgrade des Modegrads unterstützt emotionalen Reiz

Aufwertung der Präsentation im eigenen Einzelhandel

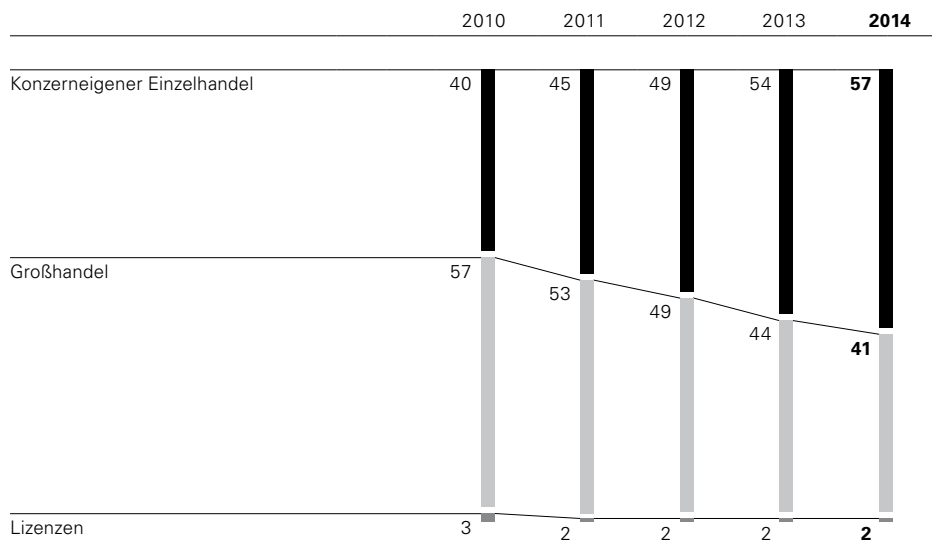
Kommunikationsaktivitäten machen BOSS zum Ziel modeaffiner Konsumentinnen

WACHSTUM DES EIGENEN EINZELHANDELS ONLINE UND OFFLINE DURCH OMNICHANNEL-ANSATZ

Erweiterung des Retail-Geschäfts durch Omnichannel-Angebote

HUGO BOSS hat sein Geschäftsmodell in den vergangenen Jahren umfassend an den Erfordernissen des eigenen Einzelhandels ausgerichtet. Der Konzern nutzt mit dem Ausbau dieses Vertriebskanals die Möglichkeit, seine Marken und Kollektionen bestmöglich zu präsentieren und zu verkaufen, ohne dabei sein angestammtes Großhandelsgeschäft aufzugeben. Durch die Forcierung von Omnichannel-Angeboten trägt HUGO BOSS der zunehmenden Kundenerwartung nach kanalübergreifend nahtlosen Einkaufs- und Markenerlebnissen Rechnung. Der Konzern rechnet damit, dass sich der Umsatzanteil des eigenen Einzelhandels aufgrund von Neueröffnungen, Produktivitätssteigerungen und Übernahmen auf mindestens 75 % im Jahr 2020 erhöhen wird (2014: 57 %).

02|10 UMSATZ NACH VERTRIEBSKANÄLEN (in %)



Weitere Expansion des Storenetzes

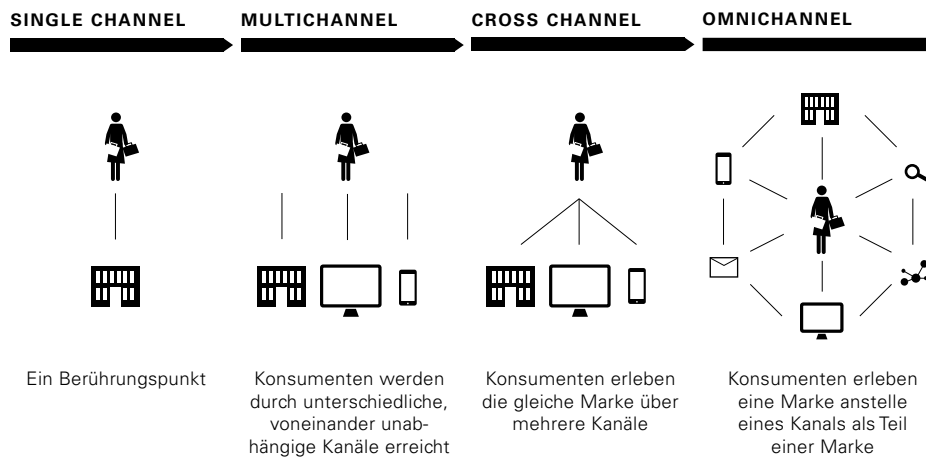
Der Konzern sieht gute Möglichkeiten, seine globale Marktdurchdringung durch die Eröffnung neuer Stores und Shop-in-Shops zu steigern. Das Hauptaugenmerk wird dabei auf den Ausbau des Portfolios in Metropolregionen gelegt, in denen der Großteil des globalen Luxusgütergeschäfts getätigt wird. Zwar wird sich das Expansionstempo gegenüber den Vorjahren schrittweise verlangsamen. Allerdings sieht der Konzern auf Basis der Breite und Qualität seines Angebots nunmehr die Möglichkeit, größere Stores als in der Vergangenheit profitabel zu bewirtschaften. Er nutzt außerdem zunehmend die Möglichkeit, erfolgreiche Stores zu renovieren beziehungsweise zu erweitern, um so die wirtschaftliche Leistung weiter zu steigern.

Übernahmen bleiben wichtiger Wachstumstreiber

Zusätzlich zur Eröffnung neuer Stores prüft der Konzern in Abhängigkeit von der Attraktivität und den Wachstumsaussichten des jeweiligen Markts die Übernahme von bislang durch Franchisepartner betriebenen Stores. Auch die eigenständige Führung von bis dato durch Großhandelspartner verantworteten Shop-in-Shops bietet gute Möglichkeiten, die Attraktivität

der Markenpräsentation zu verbessern und zusätzliche Umsatz- und Ergebnispotenziale zu erschließen. Der Konzern sieht wesentliche Ansatzpunkte zur Steigerung der Umsatzproduktivität übernommener Flächen in der eigenverantwortlichen Sortimentsgestaltung, eigenem, speziell geschultem Verkaufspersonal und der Übernahme von Verantwortung für das Replenishment.

02|11 OMNICHANNEL-ANSATZ



In den letzten Jahren hat HUGO BOSS seinen Umsatz sowohl im stationären Einzelhandel als auch in seinem Online-Geschäft deutlich gesteigert. Zukünftig wird er die beiden Kanäle stärker verzahnen, um den Konsumenten ein nahtloses, integriertes Marken- und Einkaufserlebnis zu bieten. Im ersten Schritt hat HUGO BOSS bereits Anfang 2014 das Online-Store-Frontend von seinem früheren Fulfillment-Partner übernommen. Auf dieser Grundlage wurde im gleichen Jahr die hugoboss.com-Website grundlegend überarbeitet und Online Store und Markenwelt integriert. Im Jahr 2015 werden neue Features das Online-Erlebnis und die Nutzerfreundlichkeit des Stores sukzessive weiter verbessern und damit einen digitalen Flagship Store schaffen. Außerdem investiert der Konzern in sein kanalübergreifendes Kundenbeziehungsmanagement, um seine Konsumenten zielgerichtet und persönlich anzusprechen. Schließlich wird die Übernahme wesentlicher Teile der e-Commerce-Wertschöpfungskette Anfang 2016, insbesondere in den Bereichen IT und Logistik, das Angebot von Omnichannel-Services wie beispielsweise „Click & Collect“ ermöglichen.

Ausbau von Omnichannel-Angeboten unterstützt Umsatzwachstum online und offline

Auf Basis seiner seit Jahrzehnten etablierten Kundenbeziehungen im Premium- und Luxusbekleidungssegment und seiner Markenstärke ist der Konzern zuversichtlich, seinen Department Store Partnern auch zukünftig ein überzeugendes Produktangebot, branchenführende Serviceniveaus und eine hohe Liefertreue bieten zu können und damit Marktanteile hinzuzugewinnen. Außerdem baut der Konzern sein Geschäft mit spezialisierten Onlinehändlern selektiv und mit einem hohen Anspruch an die Qualität der Markenpräsentation

Großhandel bleibt trotz sinkendem Umsatzanteil wichtiger Vertriebskanal

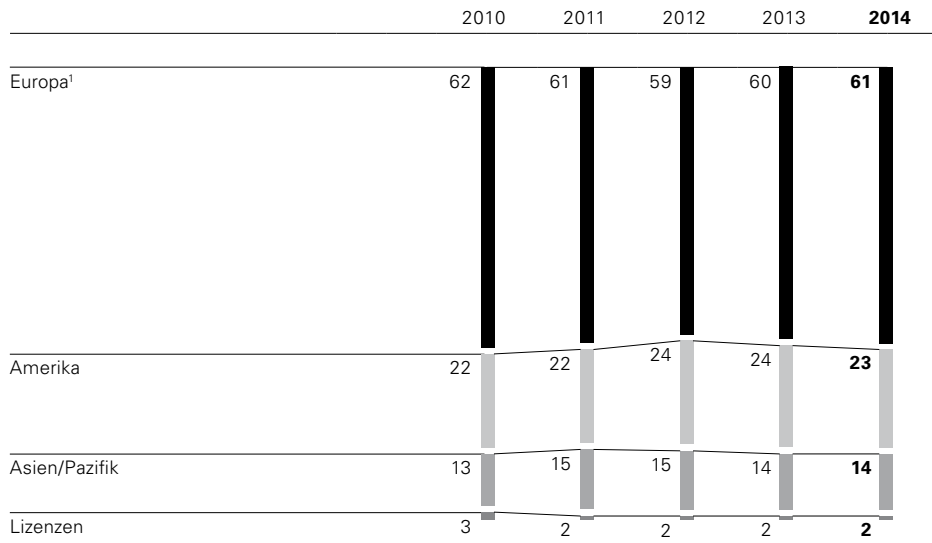
aus, um Reichweitenvorteile und den Zugang zu neuen Konsumentengruppen auszunutzen. Übernahmen werden allerdings die Umsatzentwicklung im Großhandelsgeschäft belasten. HUGO BOSS geht außerdem davon aus, dass das Geschäft mit oftmals inhabergeführten Spezialisten rückläufig sein wird. Der Konzern rechnet deshalb in der Summe damit, dass der Anteil des Großhandelsgeschäfts am Gesamtumsatz des Konzerns sinken wird.

AUSSCHÖPFUNG GLOBALER WACHSTUMSPOTENZIALE

Globale Markenbekanntheit bietet Wachstumschancen

Die Attraktivität seiner Marken und die frühe Erschließung ausländischer Märkte vor allem über Franchisepartner hat HUGO BOSS eine große globale Bekanntheit verschafft. Das Unternehmen sieht erhebliche Chancen, diese Markenwahrnehmung in den kommenden Jahren noch weitgehender als bislang zu kommerzialisieren und insbesondere stark wachsende Märkte, in denen die Präsenz des Konzerns noch relativ gering ist, umfassender zu durchdringen. Dazu wird der Konzern vor allem den eigenen Einzelhandel weiter ausbauen. Insgesamt wird davon ausgegangen, dass sich der Anteil der außerhalb von Europa erwirtschafteten Umsätze mittelfristig erhöhen wird.

02|12 UMSATZ NACH REGIONEN (in %)



¹Inklusive Naher Osten und Afrika.

Transformation des Geschäftsmodells Schlüssel für fortgesetztes Wachstum in Europa

Europa wird jedoch auch zukünftig der größte Absatzmarkt für den Konzern bleiben. Dazu treibt der Konzern die prozessbezogene, organisatorische und kulturelle Transformation seines Geschäftsmodells hin zu einer verstärkten Ausrichtung auf den eigenen Einzelhandel voran. Durch den Ausbau eigener Stores und Shop-in-Shops stärkt er die Homogenität und Wertigkeit des Markenauftritts und steigert die Attraktivität sowohl für lokale Konsumenten als auch für die zunehmende Zahl von außereuropäischen Kunden, die die Region als Touristen besuchen. Darüber hinaus bewirtschaftet HUGO BOSS vermehrt Großhandelsflächen selbst. Umfassende Prozessveränderungen vor allem in den Bereichen Merchandise

Management, Retail Operations und Customer Service stärken außerdem die Retailkompetenz der Organisation. Der Konzern konnte damit in vielen Märkten ein Wachstum über dem Branchendurchschnitt erzielen. Neben dem Ausbau seiner Marktstellung in traditionellen Kernmärkten wie Deutschland, Großbritannien, Frankreich und den Beneluxstaaten sieht das Unternehmen attraktive Wachstumschancen in Osteuropa inklusive Russland und dem Nahen Osten.

HUGO BOSS genießt in Amerika eine starke Marktstellung. Sie gründet vor allem auf einer vorteilhaften, durch einen europäischen Lifestyle geprägten Wahrnehmung. Neben modernem, von schlanken Schnitten geprägtem Design werden HUGO BOSS insbesondere eine hohe Verlässlichkeit in Bezug auf Passform und Qualität sowie ein attraktives Wertversprechen attestiert. Diese Stärke möchte HUGO BOSS zunehmend auch in bislang unterrepräsentierten Teilen seines Portfolios wie dem Luxusbereich oder der Womenswear ausspielen. Die Womenswear sollte insbesondere von der hohen Bekanntheit des neuen Artistic Director Jason Wu in der Region profitieren. Im eigenen Einzelhandel stehen neben selektiven Neueröffnungen prozessbezogene Optimierungen und die Verbesserung des Einkaufserlebnisses im Vordergrund. Im Großhandelsbereich konzentriert sich der Konzern auf die Vertiefung der Partnerschaften mit Einzelhändlern im gehobenen Marktsegment, um die Markenpräsentation zu optimieren und Rabattaktivitäten zu verringern. In diesem Zusammenhang stellt die Einführung von Shop-in-Shop-Formaten, teilweise auch in konzernerneigener Verantwortung, einen wichtigen Stellhebel dar.

Starke Markenwahrnehmung bildet Basis für Erfolg in Amerika

Eine kontinuierlich wachsende Mittelschicht und der damit verbundene Zuwachs an Kaufkraft für Premium- und Luxusgüter bietet HUGO BOSS erhebliche Absatzpotenziale in Asien und insbesondere China. Ungeachtet der aktuell herausfordernden Marktsituation in China investiert der Konzern deshalb in die Qualität seines Einzelhandelsauftritts und seine Markenwahrnehmung. Durch die Eröffnung von Flagship Stores in Metropolen wie Shanghai und Hongkong, aber auch durch die Renovierung bestehender Stores wird die Hochwertigkeit des Markenauftritts weiter gesteigert. Prozessverbesserungen, die Ausweitung von Trainingsaktivitäten sowie die Implementierung eines strukturierten, systemunterstützten Kundenbeziehungsmanagements verbessern zudem das Einkaufserlebnis. Die vollständige Übernahme der bisherigen „Joint-Venture“-Aktivitäten im Jahr 2014 unterstützt dabei die Konsistenz des Marktauftritts. In seinen Kommunikationsaktivitäten betont HUGO BOSS den Markenkern in der Herrenkonfektion, deren Umsatzanteil in Asien noch deutlich niedriger als in anderen Regionen ist. So vermittelt eine mobile Ausstellung, die in verschiedenen Luxus-Einkaufszentren gezeigt wird, die Kompetenz der Marke im Bereich hochwertiger Herrenbekleidung. Darüber hinaus bieten sich weitere Potenziale im Bereich luxuriöser Sportswear und der Womenswear, die die stark wachsende Gruppe modeaffiner berufstätiger Frauen anspricht.

Unverändert große Wachstumschancen in Asien

AUSBAU DER OPERATIVEN STÄRKE

Der Konzern folgt dem Grundsatz, alle geschäftskritischen Prozesse in eigener Hand zu behalten. Leistungsfähige operative Prozesse versetzen das Unternehmen in die Lage, hochwertige Produkte in großen Stückzahlen effizient, schnell und im industriellen Maßstab zu entwickeln, zu beschaffen, zu produzieren und auszuliefern. Dies bietet HUGO BOSS die Chance, sich über die zeitnahe Reaktion auf Marktveränderungen, ein vorteilhaftes

Operative Stärke begründet kommerziellen Erfolg

Preis-Leistungs-Verhältnis und hohe Liefertreue vom Wettbewerb zu differenzieren. Der Konzern legt seinen Fokus weiterhin auf die Optimierung der operativen Prozesse entsprechend den Anforderungen des eigenen Einzelhandels.

**Integrierte Fertigungs-
prozesse sichern Design-
und Produktexzellenz**

HUGO BOSS hat den Produktdesign- und -entwicklungsprozess auch organisatorisch eng mit der industriellen Fertigung beziehungsweise Beschaffung verzahnt. Die Nutzung eigener Produktionsstätten sichert dem Unternehmen kritisches Know-how und ermöglicht die konsequente Ausrichtung der Entwicklungsaktivitäten auf die spätere industrielle Fertigung. Zudem ermöglichen die aus der eigenen Produktion gewonnenen Erkenntnisse die profitable Steuerung des externen Zulieferernetzes, das auf der Grundlage langfristig gewachsener Partnerschaften eine gleichbleibend hohe Produktqualität garantiert. → **Beschaffung und Produktion**

**IT-Innovationen
unterstützen
Einzelhandels-
management**

Eine weltweit einheitliche, leistungsfähige IT-Struktur auf Basis von SAP-Software unterstützt wirkungsvoll die operativen Prozesse aller Funktionen und schafft die notwendige Transparenz für unternehmerische Entscheidungen. Aktuell arbeitet der Konzern vor allem an der Einführung zweier neuer Systeme zur Verbesserung des Einzelhandelsmanagements. Das Retail Merchandise Planning (RMP) System ermöglicht eine vollständig integrierte Sicht auf den Warenfluss im eigenen Einzelhandel und erlaubt somit eine unmittelbar an der Nachfrage des Endkonsumenten ausgerichtete, systemunterstützte Planung. Es befindet sich momentan in der Einführung. Das Retail Assortment Planning (RAP) System optimiert das Produktangebot im eigenen Einzelhandel basierend auf den Kapazitäten einzelner Stores, den Charakteristika des jeweiligen Standorts und dem individuellen Produktlebenszyklus. Es wird mit der Entwicklung der Herbstkollektion 2016 erstmals zur Anwendung kommen.

**Inbetriebnahme eines
neuen Liegwarenlagers
stärkt logistische Infra-
struktur weiter**

Eine leistungsfähige Logistikinfrastruktur sichert die zeit- und mengengenaue Belieferung der eigenen Verkaufspunkte und der Großhandelspartner. Der Konzern hat in den vergangenen Jahren erhebliche Anstrengungen unternommen, um seine logistischen Prozesse entsprechend der Transformation seines Geschäftsmodells zu optimieren. Die wichtigste Einzelmaßnahme in diesem Zusammenhang war im Jahr 2014 die Inbetriebnahme eines neuen Liegwarenlagers in der Nähe des Hauptsitzes. Der Konzern erhöht damit die Geschwindigkeit der Warenversorgung insbesondere im eigenen Einzelhandel und verbessert durch eine weitgehende Automatisierung und die Übernahme zusätzlicher Services die Effizienz wesentlicher Handlingprozesse.

H U G O B O S S

MARKENWELT

BOSS
HUGO BOSS

Die Kernmarke BOSS steht für authentischen und dezenten Luxus. Die Marke bietet im Herrenbereich moderne und anspruchsvolle Business- und Abendmode sowie raffinierte Casualwear und Premium-Sportswear für die Freizeit. Eine einzigartige Passform und hochwertige Materialien, gepaart mit exquisitem Stil, unterstreichen die Persönlichkeit des Mannes und geben ihm das gute Gefühl, in jeder Situation perfekt gekleidet zu sein. Schuhe und Accessoires sowie die Lizenzprodukte Uhren, Brillen und Parfums ergänzen die Kollektion.



BOSS
HUGO BOSS

Die Womenswear Kollektion der Kernmarke BOSS steht für feminine Styles mit einem starken Fokus auf exzellenter Verarbeitung, hochwertigen Stoffen und Details. Sie bietet ein umfassendes Spektrum an moderner Businesswear, edler Leisurewear und glamouröser Abendmode. Dabei verbindet sie gekonnt modische Silhouetten und präzise Schnittführung mit zeitloser Eleganz. Passende Schuhe und Accessoires vervollständigen zusammen mit den Lizenzprodukten Uhren, Brillen und Parfums den Look.



BOSS
HUGO BOSS

Die Kidswear von BOSS bietet ein Premiumsortiment hochwertiger Leisure- und Sportswear für Neugeborene, Kinder und Jugendliche. Neben hochwertigen Materialien und raffinierten Details bestechen die Kollektionen durch ein umfassendes Angebot an modischen Freizeit-Looks bis hin zu eleganten Outfits für festliche Anlässe.



BOSS
HUGO BOSS

BOSS Green ist die Sport Lifestyle Linie von HUGO BOSS und hebt die Grenze zwischen modischer Freizeitkleidung und funktioneller Golfbekleidung auf. Die Kollektion im Premiumsegment verbindet Fashion, Lifestyle und Performance und bietet ausdrucksstarke dynamische Looks in kraftvollen Farben.



BOSS
HUGO BOSS

Als urbane Casualwear von HUGO BOSS steht BOSS Orange für ein unbeschwertes Lebensgefühl. Die lässigen Kollektionen richten sich an Männer und Frauen, die Wert auf Individualität legen. Dabei sind für sie Mobilität und Spontanität auch eine Frage der persönlichen Einstellung. Schuhe und Accessoires sowie in Lizenz gefertigte Uhren, Brillen und Parfums vervollständigen den unkomplizierten, modernen Look.



HUGO
HUGO BOSS

HUGO steht als modische Speerspitze von HUGO BOSS für progressive Looks und eine moderne, urbane Attitüde. Sie bietet angesagte Designtrends für die Business- und Leisurewear. Die Damen- und Herrenkollektionen setzen stets stilistisch souveräne Akzente und werden dabei ergänzt durch Schuhe und Accessoires sowie Parfums in Lizenz.



hugoboss.com

MITARBEITER

Die Arbeit der knapp 13.000 weltweit tätigen Mitarbeiter des HUGO BOSS Konzerns bildet die Grundlage für den Unternehmenserfolg. Die Fähigkeiten der Mitarbeiter und ihre Leidenschaft für Mode drücken sich in unverwechselbaren Produkten aus. Zentrales Ziel der Personalarbeit im HUGO BOSS Konzern ist es, in einem internationalen Umfeld den Teamgeist und die Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter zu fördern und ein von Offenheit und Kreativität geprägtes Arbeitsklima zu schaffen, in dem jeder Einzelne sein Erfolgspotenzial voll ausschöpfen kann. Die HUGO BOSS Unternehmenswerte Qualität, Leidenschaft, Respekt, Kooperation und Innovation bilden dafür den Rahmen.

Das Leitbild des Unternehmens – „HUGO BOSS inspiriert Menschen zum Erfolg“ – beruht auf den fünf Unternehmenswerten Qualität, Leidenschaft, Respekt, Kooperation und Innovation. Diese Werte prägen die tägliche Zusammenarbeit der Mitarbeiter und spiegeln die Unternehmenskultur des HUGO BOSS Konzerns wider. Das Personalmanagement des Unternehmens ist darauf ausgerichtet, die Werte des Unternehmensleitbildes in konkretes Handeln der Mitarbeiter zu übersetzen. So wurde beispielsweise im vergangenen Jahr zur Förderung des Innovationsgedankens eine Kommunikationsplattform eingeführt, über die die Mitarbeiter Ideen und Verbesserungsvorschläge rund um ihren Arbeitsalltag austauschen können. Die besten Ideen wurden dabei prämiert und umgesetzt. Zudem erarbeiteten Mitarbeiter aller Führungsebenen unternehmensweit gültige Führungsprinzipien, die auf den fünf Unternehmenswerten beruhen und sicherstellen, dass das Unternehmensleitbild fest in der Führungskultur verankert ist. → **Nachhaltigkeit**

Unternehmenswerte prägen Kultur der Zusammenarbeit

Ziel der Personalarbeit bei HUGO BOSS ist es, die passenden Mitarbeiter für das Unternehmen zu gewinnen, sie langfristig zu binden und systematisch weiterzuentwickeln, damit sie ihr Erfolgspotenzial voll ausschöpfen können. Durch das Angebot inspirierender und herausfordernder Aufgaben soll gewährleistet werden, dass sich jeder Einzelne bestmöglich einbringt und so den Unternehmenserfolg nachhaltig fördert. Damit dies gelingt, ist es für das Unternehmen von großer Bedeutung, zu erfahren, wie der einzelne Mitarbeiter seinen Arbeitgeber, sein Arbeitsumfeld und die ihm zugewiesenen Aufgaben wahrnimmt. Aus diesem Grund wurde im vergangenen Geschäftsjahr erstmals eine anonyme Befragung unter den Mitarbeitern der HUGO BOSS AG durchgeführt. Die Teilnahmequote von rund 70 % spiegelt das hohe Engagement der Belegschaft wider. Die Gesamtzufriedenheit von knapp 80 % bestätigt die Attraktivität, die HUGO BOSS als Arbeitgeber genießt. Die Ergebnisse der Befragung werden im kommenden Geschäftsjahr dazu genutzt, Maßnahmen zur weiteren Steigerung der Zufriedenheit umzusetzen, deren Erfolg in jährlich wiederkehrenden Mitarbeiterbefragungen überprüft werden soll.

Mitarbeiterbefragung misst Erfolg der Personalstrategie

Die im Jahr 2013 gestartete Employer Branding-Kampagne, mit der sich HUGO BOSS als attraktiver Arbeitgeber am Markt positioniert, wurde im vergangenen Geschäftsjahr vorangetrieben und weiterentwickelt. Sie kommt sowohl in der grundlegend überarbeiteten Karriere-Website als auch in der Einführung eines neuen Bewerbermanagement-Systems

Employer Branding erhöht die Attraktivität der Arbeitgebermarke

zum Ausdruck. Durch erweiterte Funktionalitäten, einen stärkeren Fokus auf Internationalität, eine intuitive Struktur sowie eine einheitliche Wort- und Bildsprache präsentiert HUGO BOSS seinen Bewerbern einen in sich stimmigen, ansprechenden ersten Kontaktpunkt mit dem Unternehmen. → jobs.hugoboss.com

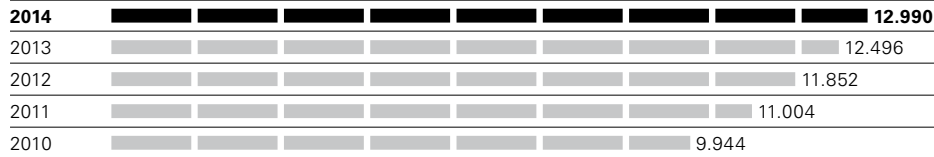
**Personalarbeit
fokussiert eigenen
Einzelhandel**

Ein weiterer Fokus der Personalarbeit lag im vergangenen Jahr auf der personalseitigen Abbildung der strategischen Ausrichtung des Unternehmens auf den eigenen Einzelhandel. So wurde in allen Tochtergesellschaften ein Handbuch für das Personalmanagement in den eigenen Stores eingeführt, das die Prozesse rund um die Themen Mitunternehmens-einstellung, -weiterentwicklung und -motivation standardisiert. In den eigenen Geschäften wurde im vergangenen Jahr zudem mit der Einführung eines Systems begonnen, das die Personaleinsatzplanung auf Basis historischer Erfahrungswerte optimiert. So kann sichergestellt werden, dass zu jeder Zeit die ideale Anzahl an Mitarbeitern mit der benötigten Qualifikation auf der Fläche im Einsatz ist und zugleich arbeitsrechtliche Vorgaben eingehalten werden.

**Ausbau der
Belegschaft im
Jahr 2014**

Die Mitarbeiterzahl des HUGO BOSS Konzerns legte im Jahr 2014 weiter zu. Am Ende des Geschäftsjahres 2014 waren 12.990 Mitarbeiter bei HUGO BOSS beschäftigt. Gegenüber dem Vorjahr (2013: 12.496 Mitarbeiter) stieg die Anzahl damit um 494 Mitarbeiter beziehungsweise 4 %.

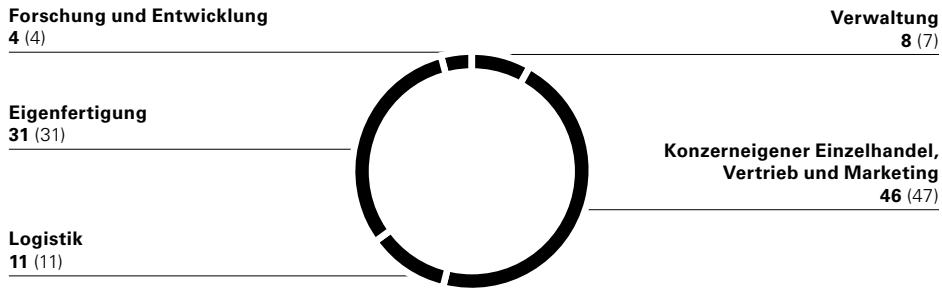
02|13 ANZAHL MITARBEITER ZUM 31. DEZEMBER



Dieser Anstieg ist auf die positive Geschäftsentwicklung und den damit einhergehenden höheren Bedarf an Mitarbeitern, vor allem im konzerneigenen Einzelhandel, zurückzuführen. So stieg die Zahl der im konzerneigenen Einzelhandel tätigen Mitarbeiter im vergangenen Jahr auf 4.965 (2013: 4.759). Der Großteil der neuen Mitarbeiter in diesem Bereich wurde in Europa eingestellt, wo der Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels unter anderem durch die Übernahme von Shop-in-Shop-Einheiten von Großhandelspartnern vorangetrieben wurde. → **Konzernstrategie**

02|14 MITARBEITER NACH FUNKTIONSBEREICHEN ZUM 31. DEZEMBER (in %)

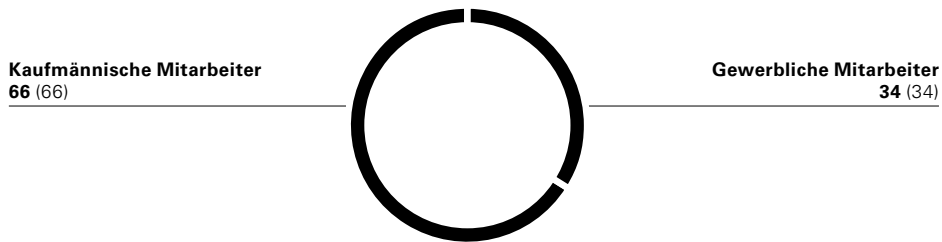
2014 (2013)



Das Verhältnis zwischen den im kaufmännischen und den im gewerblichen Bereich beschäftigten Mitarbeitern blieb im Vorjahresvergleich unverändert. Zum Jahresende 2014 waren 8.562 Mitarbeiter beziehungsweise 66 % der Gesamtbelegschaft (2013: 8.262) im kaufmännischen und 4.428 Mitarbeiter beziehungsweise 34 % der Gesamtbelegschaft (2013: 4.234) im gewerblichen Bereich tätig. → **Konzernanhang, Textziffer 10**

02|15 GEWERBLICHE UND KAUFMÄNNISCHE MITARBEITER ZUM 31. DEZEMBER (in %)

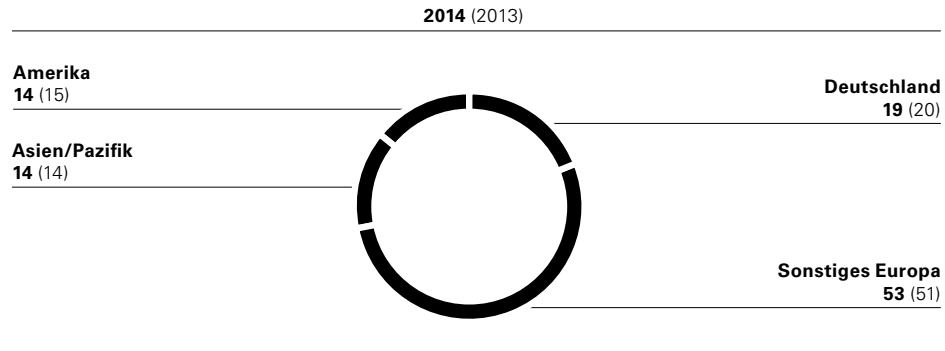
2014 (2013)



Internationalität, Offenheit und Vielfalt prägen die Unternehmenskultur bei HUGO BOSS. Dies spiegelt sich in der regionalen Verteilung der Belegschaft wider. 81 % der Konzernmitarbeiter arbeiten außerhalb von Deutschland (2013: 80 %).

Zunehmend internationale Belegschaft

02|16 MITARBEITER NACH REGIONEN ZUM 31. DEZEMBER (in %)



Weiter hoher Frauenanteil im Management

Der Frauenanteil im gesamten HUGO BOSS Konzern liegt bei 60 % (2013: 60 %). Im Management, das heißt in allen Führungsebenen, waren Ende Dezember 2014 45 % der Stellen durch Frauen besetzt (2013: 46 %). Damit entspricht das Unternehmen der Empfehlung des Deutschen Corporate Governance Kodex, nach der der Vorstand eine angemessene Berücksichtigung von Frauen in Führungspositionen anstreben soll. → **Corporate Governance Bericht**

02|17 MITARBEITERSTATISTIK (in %)

	2014	2013
Anteil Männer in Gesamtbelegschaft	40	40
Anteil Frauen in Gesamtbelegschaft	60	60
Anteil Männer im Management	55	54
Anteil Frauen im Management	45	46
Durchschnittsalter in Jahren	35	34

Ausbildung hat einen festen Platz im Unternehmen

HUGO BOSS investiert in die Berufsausbildung junger Menschen, um seinen Fachkräftebedarf langfristig zu sichern. Das Unternehmen bietet ein breitgefächertes Angebot an gewerblich-technischen und kaufmännischen Berufsausbildungen sowie Studiengängen an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) an. Während der Ausbildungszeit legt das Unternehmen großen Wert auf allgemeine und fachspezifische Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten. So wird beispielsweise den dual Studierenden ermöglicht, Auslandseinsätze in internationalen Konzerngesellschaften zu absolvieren.

Im Jahr 2014 befanden sich erneut mehr als 100 Auszubildende und dual Studierende im Unternehmen (2014: 101, 2013: 101). 31 Auszubildende und dual Studierende haben im Jahr 2014 ihre Ausbildung beziehungsweise ihr Studium erfolgreich beendet. Gleichzeitig haben 34 neue Auszubildende und dual Studierende ihre Ausbildung begonnen.

HUGO BOSS spricht seine Talente frühzeitig an

HUGO BOSS positioniert sich als attraktiver Arbeitgeber für junge Menschen klar am Markt. Um Talente frühzeitig zu entdecken und für sich zu gewinnen, arbeitet das Unternehmen eng mit nationalen und internationalen Hochschulen zusammen.

Durch eine Vielzahl von Unternehmenspräsentationen, Workshops sowie Führungen am Firmensitz in Metzingen, aber auch durch Vorträge der Mitarbeiter unterschiedlicher Fachbereiche an den Hochschulen selbst, bleibt HUGO BOSS in regelmäßigem Austausch mit Schülern und Studierenden. Im Jahr 2014 startete das Unternehmen beispielsweise eine Kooperation mit der Parsons The New School for Design in New York und steht in engem Kontakt mit dem Central Saint Martins College of Art and Design, einer Hochschule für Kunst und Design, in London sowie der Bocconi Universität in Mailand. Immer wieder greift HUGO BOSS bei der Rekrutierung von Nachwuchskräften auf die so geknüpften Kontakte zurück. Im Jahr 2014 hat das Unternehmen des Weiteren auf 15 Firmenkontaktmessen erste Kontakte zu jungen Talenten geknüpft.

Im Jahr 2014 hatten knapp 400 Praktikanten die Möglichkeit, in fast allen Fachbereichen praktische Erfahrungen bei HUGO BOSS zu sammeln. Während der Praktikumszeit können sie sich zudem bei speziell für Praktikanten organisierten Veranstaltungen eng vernetzen und über ihren Fachbereich hinaus über das Unternehmen informieren. Ausgewählte Praktikanten können im Anschluss an das Praktikum das Studium mit einer Abschlussarbeit im Unternehmen abrunden. Im Jahr 2014 wurden bei HUGO BOSS über 30 Abschlussarbeiten betreut.

Der Erfolg der Personalmarketing-Aktivitäten sowie der Praktikantenbetreuung zeigt sich unter anderem daran, dass das Unternehmen seine Platzierung in verschiedenen Rankings der beliebtesten Arbeitgeber Deutschlands im vergangenen Jahr verbessern konnte. So konnte der Konzern beispielsweise in der jährlich durchgeführten unabhängigen Studentenbefragung Universum TOP 100 seine Position unter den 100 attraktivsten Arbeitgebern Deutschlands weiter verbessern.

Das Unternehmen legt großen Wert darauf, seine Mitarbeiter dabei zu unterstützen, eine gesunde Balance zwischen Beruf und Privatleben zu finden. So können die Mitarbeiter an einer Vielzahl sportlicher Aktivitäten teilnehmen. Jungen Familien steht ein umfangreiches Programm zur Familienförderung zur Verfügung. Ernährungsberater, ein ausgewogenes Ernährungskonzept in der Betriebskantine sowie der jährlich stattfindende Gesundheitstag tragen des Weiteren zum persönlichen Wohlbefinden und zur Leistungsfähigkeit jedes Einzelnen bei. → **Nachhaltigkeit**

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

Durch gezielte Weiterbildungsmaßnahmen verbessern die Mitarbeiter ihre Leistung im Arbeitsalltag und bauen ihre Kenntnisse über die Anforderungen der aktuellen Stelle hinaus aus. Neben einer Vielzahl von Präsenzs Schulungen werden insbesondere im eigenen Einzelhandel verstärkt onlinebasierte Trainings angeboten, die in unterschiedlichen Sprachvarianten die standardisierte Weiterbildung der Mitarbeiter weltweit ermöglichen. Im vergangenen Geschäftsjahr wurden konzernweit über 46.000 onlinebasierte Trainings erfolgreich durchgeführt (2013: 33.000). Um den Mitarbeitern im eigenen Einzelhandel den Zugang zu

**Praktikum als Einstieg
in das Unternehmen**

**HUGO BOSS steigert
Attraktivität bei jungen
Nachwachskräften**

**Unterstützung der
Life-Balance durch
Familienförderung,
Ernährung und Sport**

**Individuelle Personal-
entwicklung steigert
Leistungsfähigkeit der
Organisation**

den Trainings zu erleichtern und ein flexibles Lernen zu ermöglichen, wurden die eigenen Stores im vergangenen Jahr mit Tablet PCs ausgestattet, auf denen die Schulungen als App zur Verfügung stehen.

Daneben wird die Weiterentwicklung des Einzelnen fallweise durch den Wechsel in andere Abteilungen oder Funktionen sowohl innerhalb der Konzernzentrale als auch bei einer internationalen Tochtergesellschaft, durch die Ausweitung des eigenen Aufgabengebiets oder durch den Aufstieg in eine Führungsposition unterstützt. Der berufliche Werdegang jeder Führungskraft wird durch die gezielte Beratung und die stetige Förderung der persönlichen, methodischen, fachlichen und führungsbezogenen Kompetenzen begleitet.

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

**Spezialistenlaufbahn
als Ergänzung zur
Führungskarriere**

Die in Ergänzung zur Führungskarriere eingeführte Fachkarriere ermöglicht es besonders leistungsstarken und talentierten Mitarbeitern, ihre Kenntnisse über transparente Entwicklungsstufen in einer Spezialistenlaufbahn auszubauen. Durch das Hinterlegen klar definierter Jobprofile und das Zugrundelegen externer Gehaltsbenchmarks wird eine transparente und zielgerichtete monetäre Entwicklung gewährleistet. Für die Mitarbeiter in der Spezialistenlaufbahn wird ein auf die Fachkarriere ausgerichtetes Excellence Program angeboten, das die Spezialisten fachlich und methodisch begleitet und ihnen eine Plattform zum gegenseitigen Austausch bietet. Im vergangenen Jahr wurden in der HUGO BOSS AG erstmals drei Mitarbeiter auf die höchste Stufe der Fachkarriere befördert.

**Entlohnung der
Mitarbeiter beruht
auf transparentem
Vergütungssystem**

Das Vergütungssystem im HUGO BOSS Konzern zielt auf die faire und transparente Entlohnung der Mitarbeiter ab und fördert eine Kultur von Leistungsbereitschaft und Engagement. Als Grundlage der Vergütung werden klar dokumentierte Stellenbeschreibungen und -bewertungen herangezogen. Die Vergütung der tariflich angestellten Mitarbeiter in Deutschland richtet sich dabei nach dem Tarifvertrag der Südwestdeutschen Bekleidungsindustrie. Die Vergütung des Personals mit Tätigkeiten im Einzelhandel orientiert sich am deutschen Einzelhandeltarifvertrag. Den Mitarbeitern im Einzelhandel und im Vertrieb steht neben dem fixen Gehalt eine variable, an quantitative Ziele geknüpfte Vergütung zu. So ist die Vergütung der Mitarbeiter in den eigenen Einzelhandelsgeschäften beispielsweise an die Erfüllung konzernweit einheitlich definierter Servicestandards und Richtlinien für den eigenen Einzelhandel gekoppelt. Zudem werden durch die Erreichung bestimmter Einzelhandelskennzahlen gemeinsame Anreize für die Mitarbeiter der einzelnen Stores geschaffen. Außertariflich angestellte Mitarbeiter erhalten neben ihrem Grundgehalt eine Tantieme, die jeweils zur Hälfte an Unternehmensziele und die Erreichung qualitativer und quantitativer persönlicher Ziele geknüpft ist. Die Unternehmensziele beziehen sich dabei auf die Entwicklung von Umsatz, operativem Ergebnis, operativer Marge sowie dem kurzfristigen operativen Nettovermögen in Prozent vom Umsatz. Im Jahr 2014 wurden zudem erstmals nachhaltigkeitsbezogene Kriterien in die Tantiemevereinbarungen der Mitarbeiter aufgenommen. → **Nachhaltigkeit**

HUGO BOSS bietet ein umfangreiches Angebot der betrieblichen Altersvorsorge. So schließt der Konzern für alle Mitarbeiter mit einer Betriebszugehörigkeit von mehr als sechs Monaten eine arbeitgeberfinanzierte Firmendirektversicherung ab. Auch wird die arbeitnehmerfinanzierte Entgeltumwandlung neben den tariflichen Zuschüssen durch eine zusätzliche Bezuschussung des Arbeitgebers gefördert. HUGO BOSS leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Absicherung seiner Mitarbeiter im Alter.

Neben den vertraglich festgelegten Gehaltskomponenten stehen den Mitarbeitern unter anderem ein Fahrtkostenzuschuss, der vergünstigte Einkauf von HUGO BOSS Produkten sowie die Nutzung des Kunst- und Kulturangebots im Rahmen der Sponsoringaktivitäten zu.

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

HUGO BOSS muss sich Saison für Saison im Wettbewerb des globalen Bekleidungsmarkts beweisen und Kollektionen entwickeln, die den hohen Ansprüchen der Kunden an Design und Qualität Rechnung tragen. Die am Anfang der Wertschöpfungskette stehenden Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten haben entscheidenden Einfluss auf die vom Kunden wahrgenommene Innovationsstärke und designerische Kompetenz des Unternehmens. Innovative Entwicklungsprozesse und Verarbeitungstechniken leisten darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zur Steigerung der Effizienz und Nachhaltigkeit des gesamten Produkt-erstellungprozesses. Innovation nimmt daher eine zentrale Rolle für den Erfolg des Unternehmens ein und ist als einer von fünf Werten fest in das Unternehmensleitbild des Konzerns integriert.

Forschung und Entwicklung wichtiger Bestandteil der Kollektionserstellung

HUGO BOSS versteht Forschung und Entwicklung (F&E) als wichtiges Element im Produktentstehungsprozess, der die Umsetzung einer kreativen Idee in ein kommerzialisierbares Produkt umfasst. Dieser Prozess beinhaltet als Ausgangspunkt die systematische Identifikation von Modetrends, die Analyse von Markt- und Abverkaufsdaten sowie die Auswertung des Konsumentenfeedbacks, um die Kundenbedürfnisse bestmöglich einschätzen zu können. Im Produktentwicklungsprozess im engeren Sinne äußert sich Innovation vor allem in der Verwendung neuartiger Materialien, innovativer Schnitte und Muster sowie qualitäts- und effizienzsteigernder Verarbeitungstechniken.

Innovation und Kontinuität gehen bei HUGO BOSS Hand in Hand

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

02|18 PRODUKTENTSTEHUNGSPROZESS BEI HUGO BOSS



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

Im ersten Schritt des Produktentstehungsprozesses definiert das Kreativmanagement die Kollektionsaussage, entwirft die Farb-, Themen-, Form- und Oberstoffkonzepte und legt angestrebte Produktpreise fest. Die Erkenntnisse aus der Analyse der Abverkäufe der Spielsaison fließen in den Entwurf der neuen Kollektion ein. Um sich frühzeitig über aktuelle Farb- und Stofftrends sowie neuartige Verarbeitungstechniken zu informieren, besuchen die Designabteilungen mehrmals im Jahr spezialisierte Fachmessen. Auf der Suche nach neuen Ideen lassen sich die Kreativteams darüber hinaus von Eindrücken inspirieren, die sie unter anderem in den Bereichen Architektur, Design und Kunst, aber auch in Bezug auf neue Technologien sowie gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen sammeln. In der Herbst/Winter-Kollektion 2014 der Herrenmode wurden beispielsweise Inspirationen aus den skandinavischen Hauptstädten – wie beispielsweise das neue Opernhaus in Oslo – verarbeitet. Architektonische Formen wurden in der Kollektion mit natürlichen Materialien und klaren Farben vereint. In diesem ersten Schritt der Produktentstehung greifen die Designteams in begrenztem Umfang auch auf externe Berater wie beispielsweise Trendscouts zurück, um Modetrends noch frühzeitiger zu erkennen.

Kreativmanagement entwirft neue Kollektion auf Basis vielfältiger Einflussfaktoren

In einem zweiten Schritt übergibt die Kreativabteilung ihre Skizzen an die Modellabteilung (Pattern Design), wo die kreativen Ideen zunächst schnitttechnisch auf ihre Umsetzbarkeit geprüft werden. Anschließend werden die Modelle in der technischen Entwicklung zu Prototypen weiterentwickelt. Mit seinem Entwicklungszentrum in Metzingen, das in seinem Aufbau einem industriellen Fertigungsbetrieb entspricht, ist HUGO BOSS in der Lage, kreative Entwürfe schnell in Prototypen umzusetzen und diese frühzeitig auf ihre Eignung im industriellen Produktionsprozess zu testen. Außerdem werden stetig neue Verarbeitungstechniken entwickelt. So wurde bei der Entwicklung der Damenmode im vergangenen Jahr erstmals mit einer innovativen Schweißtechnik gearbeitet. Durch die Verschweißung einzelner Produktteile können zusätzliche Elemente angebracht und so modische Akzente gesetzt werden.

Modellabteilung und technische Entwicklung entwickeln Entwürfe zu Prototypen weiter

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

Sampling schließt Entwicklungsprozess ab

In allen Phasen ist die schnittstellenübergreifende Zusammenarbeit aller Beteiligten, auch unter Einbezug externer Zulieferer und Technologiepartner, unerlässlich, um eine hohe Produktqualität zu sichern und die Effizienz des Forschungs- und Entwicklungsprozesses zu maximieren. Um technologisch auf dem neuesten Stand zu bleiben, besucht HUGO BOSS regelmäßig Fachmessen für Textilmaschinen und testet die Maschinen in seinem Entwicklungszentrum in Metzingen. So wurde am Standort in Metzingen im vergangenen Jahr beispielsweise eine moderne Schneidemaschine eingeführt. Durch das optische Scannen der Materialbeschaffenheit macht es die Maschine möglich, selbst die Schnittbilder gestreifter und kariertes Stoffe präzise, schnell und voll automatisiert zu bearbeiten.

Ständige technologische Weiterentwicklungen sichern Wettbewerbsvorteil

Um die technische Produktentwicklung weiter zu vereinfachen und zu beschleunigen, nutzt das Unternehmen in den Kategorien Hemden, Jersey, Knitwear, Outerwear, Hosen, Bodywear, Blusen, Kleider, Anzüge und Schuhe zunehmend eine computerbasierte Virtualisierungstechnik. Bei der virtuellen Produktentwicklung werden die kreativen Ideen der Designer zunächst in digitale 2D-Schnittmuster und anschließend in 3D-Simulationen des fertigen

Innovative Virtualisierungstechnik vereinfacht Entwicklungsprozess

Produkts umgewandelt. Mit Hilfe dieser 3D-Prototypen ist es möglich, verschiedene Farb- und Stoffvarianten sowie die Verwendung unterschiedlicher verarbeitungstechnischer Details virtuell darzustellen. Die virtuellen Prototypen können mit den am Prozess beteiligten internen Ansprechpartnern direkt am PC diskutiert und flexibel angepasst werden. Durch die enge Kooperation zwischen den Entwicklungsteams können die Produkte so nicht nur schneller, sondern durch den geringeren Bedarf an physischen Prototypen auch kostengünstiger und nachhaltiger entwickelt werden. Die Verwendung der 3D-Technologie ermöglicht es so, den Entwicklungsprozess deutlich zu optimieren.

Nutzung von Virtualisierungstechnik entlang der gesamten Wertschöpfungskette geplant

Zukünftig soll die Technik auf sämtliche Produktkategorien ausgeweitet und auch bereits bei der Abstimmung mit den Lieferanten angewendet werden. Zudem sollen die vielfältigen Möglichkeiten der Virtualisierung einerseits bereits in der kreativen Designphase sowie andererseits beim Verkauf der Produkte an Handelspartner und Endkunden zum Einsatz kommen. So bietet die Technik beispielsweise die Möglichkeit, bei der Präsentation der Kollektionen in den weltweiten Showrooms virtuelle statt physische Musterteile zur Veranschaulichung unterschiedlicher Oberstoff- oder Farbvarianten einzusetzen, was den Ressourceneinsatz deutlich optimiert.

Organisationsstruktur schafft durchgängigen Entwicklungsprozess

Die Organisationsstruktur des HUGO BOSS Konzerns ist darauf ausgerichtet, die verschiedenen Schritte des Produktdesign-, Produktentwicklungs- und Beschaffungsprozesses sehr eng aufeinander abzustimmen. Das Marken- und Kreativmanagement wird dabei anhand der Produktdivisionen Clothing, Sportswear, Womenswear sowie Shoes and Accessories organisiert. Durch diese Organisationslogik wird somit unter anderem eine unmittelbare Anbindung der Kreativbereiche an die für die Modell- und die technische Entwicklung verantwortlichen Produktdivisionen sowie die Beschaffungs- beziehungsweise Produktionsaktivitäten erreicht. Dies gewährleistet eine direktere Kommunikation aller an der Produktentwicklung beteiligten Verantwortlichen und Effizienzgewinne hinsichtlich Qualität, Geschwindigkeit und Kosten.

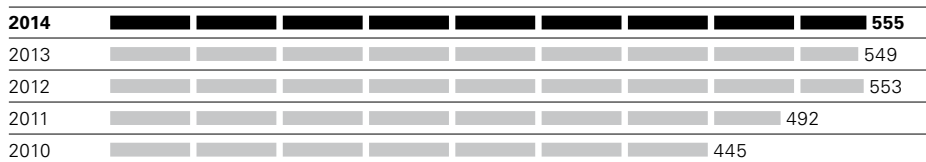
Entwicklungsarbeit auf fünf Standorte verteilt

Die Innovations- und Entwicklungsarbeit ist bei HUGO BOSS in den fünf Entwicklungszentren in Metzingen (Deutschland), New York City (USA), Coldrerio (Schweiz), Morrovalle (Italien) und Scandicci (Italien) organisiert. In der Konzernzentrale in Metzingen nutzt das Unternehmen die langjährige Erfahrung industrieller Textilfertigung für richtungsweisende kreative und technische Produktentwicklungen im Kernbereich der klassischen Konfektion sowie in der Freizeit- und Sportbekleidung. Seit der Ernennung Jason Wus zum Artistic Director werden die Kollektionen der BOSS Womenswear teilweise in einem Designstudio in New York City entworfen. Im Kompetenzzentrum in Coldrerio liegt sowohl die Verantwortung für die Entwicklung der textilen Produktgruppen Hemden, Krawatten und Strickware als auch die übergeordnete Betreuung für Schuhe und Lederaccessoires sowie Bodywear. An den italienischen Standorten in Morrovalle und Scandicci liegt der Schwerpunkt auf der Entwicklung von Schuhen und Lederaccessoires.

In den Kreativ- und Entwicklungsabteilungen des HUGO BOSS Konzerns arbeiten gelernte Modedesigner, Schneider, Schuh- und Bekleidungstechniker sowie Ingenieure. Im Jahr 2014 belief sich die Zahl der Beschäftigten im Bereich Forschung und Entwicklung auf 555 Mitarbeiter (2013: 549). → **Mitarbeiter**

**Leichter Anstieg der
Mitarbeiterzahl im
Bereich F&E**

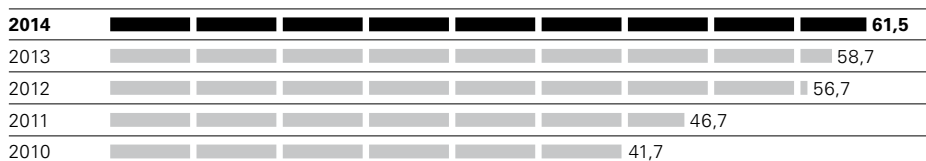
02|19 ANZAHL MITARBEITER F&E ZUM 31. DEZEMBER



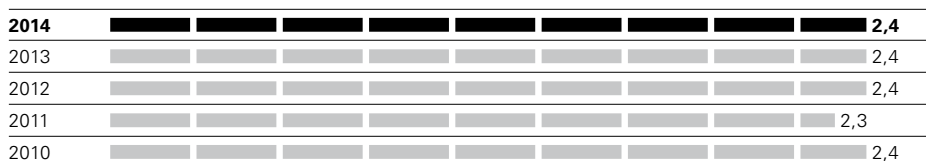
Die Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen setzen sich zum Großteil aus Personalaufwand und sonstigen betrieblichen Aufwendungen zusammen. Wie in den vergangenen Jahren wurde auch 2014 der Großteil der Kosten für Forschung und Entwicklung zum Zeitpunkt der Entstehung als Aufwand erfasst. Die produktionsbezogenen Entwicklungsaufwendungen sind darüber hinaus in den Herstellungskosten der Vorräte enthalten. Es wurden keine Forschungs- und Entwicklungskosten als selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte aktiviert. Die gesamten konzernweiten Ausgaben im Zusammenhang mit der Kollektionserstellung stiegen im abgelaufenen Geschäftsjahr um 5 % auf 62 Mio. EUR (2013: 59 Mio. EUR). Personalkosten machten mit 69 % den größten Anteil am Forschungs- und Entwicklungsaufwand aus (2013: 69 %). Das Verhältnis von Forschungs- und Entwicklungsaufwand zum Konzernumsatz betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr unverändert 2 % (2013: 2 %).

**Moderater Anstieg
des F&E-Aufwands**

02|20 F&E-AUFWENDUNGEN (in Mio. EUR)



02|21 F&E-AUFWENDUNGEN (in % vom Umsatz)



BESCHAFFUNG UND PRODUKTION

Das Ziel der Beschaffungs- und Produktionsaktivitäten von HUGO BOSS ist es, Produkte von höchster Qualität zu wettbewerbsfähigen Kosten und unter Einhaltung strikter Sozial- und Umweltstandards zu beschaffen und termingerecht an die Einzelhandelspartner und eigenen Stores auszuliefern. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeitet HUGO BOSS beständig daran, durch eine sorgfältige Lieferantenauswahl, den Aufbau strategischer Lieferantenbeziehungen und die Einhaltung höchster produktionstechnischer Standards fehlerfreie, effiziente und nachhaltige Beschaffungs- und Produktionsprozesse zu gewährleisten.

Großteil der Produktion durch unabhängige Lieferanten

Für HUGO BOSS als international produzierendes und wirtschaftendes Unternehmen sind eingespielte, standardisierte und systemunterstützte Beschaffungs- und Produktionsprozesse ein bedeutender Erfolgsfaktor. Nur so können die termingerechte Warenverfügbarkeit auf der Verkaufsfläche und die exzellente Qualität, die der Kunde von HUGO BOSS Produkten erwartet, gewährleistet werden. 20 % des gesamten Beschaffungsvolumens werden in HUGO BOSS eigenen Werken gefertigt (2013: 20 %). Die restlichen 80 % entfallen auf Produkte, die von unabhängigen Lieferanten in Lohnfertigung hergestellt oder als Handelsware bezogen wurden (2013: 80 %). Indem der Konzern einen erheblichen Teil seines Produktangebots in der klassischen Konfektion selbst produziert, sichert und erweitert er ständig bedeutendes Know-how, entwickelt Qualitätsstandards weiter und optimiert die Warenverfügbarkeit.

Die eigenen Produktionsstätten des Konzerns befinden sich in Izmir (Türkei), dem größten eigenen Produktionsstandort, Cleveland (USA), Metzingen (Deutschland), Radom (Polen) und Morrovalle (Italien). In Izmir werden Mäntel, Anzüge, Sakkos, Hemden und Damenkonfektion über sämtliche Produktgruppen hinweg produziert. Am Standort Metzingen werden neben Prototypen, Musterteilen und Einzelbestellungen vor allem Anzüge, Sakkos und Hosen in Kleinserie produziert. Insbesondere stellt HUGO BOSS hier die maßgefertigten „Made to Measure“-Anzüge her. Der Produktionsfokus in Radom und Morrovalle liegt auf der Fertigung von Schuhen. Das Werk in Cleveland (USA), in dem bislang Anzüge für den amerikanischen Markt produziert wurden, wird auf Grundlage einer umfassenden Standortanalyse im ersten Halbjahr 2015 geschlossen. Das bislang in Cleveland gefertigte Produktionsvolumen wird zukünftig auf die eigenen Produktionsstandorte beziehungsweise bereits bestehende Lieferanten des Konzerns verlagert. Die Kapazitäten der konzerneigenen Produktionsstätte in Izmir werden hingegen im Jahr 2015 durch den Anbau einer neuen Produktionshalle erweitert. Damit unterstreicht der Konzern seine Bestrebungen, wichtiges Fertigungs-Know-How auf weinigere, dafür aber größere Standorte zu konzentrieren.

Strategische Steuerung des Lieferantennetzwerks als Erfolgsfaktor

HUGO BOSS bietet ein breites Produktspektrum in den Bereichen Bekleidung und Accessoires an, das im Premium- und zunehmend im Luxussegment angesiedelt ist. Aufgrund der damit einhergehenden Komplexität greift HUGO BOSS auf ein hinreichend großes Netzwerk von erfahrenen und spezialisierten Zulieferbetrieben zurück. Durch eine optimierte Kapazitätsauslastung konnte dabei die Zahl der Zulieferbetriebe im vergangenen Jahr weiter reduziert werden. So arbeitete der Konzern im Jahr 2014 im Handelswaren- und Lohnfertigungsbereich mit circa 280 Lieferanten zusammen (2013: 300). Das Einkaufsvolumen wird grundsätzlich

auf ein weltweites Netzwerk von Lieferanten verteilt, um das Risiko zu streuen und sich möglichst unabhängig von einzelnen Beschaffungsmärkten und Produktionsbetrieben aufzustellen. So machte der größte unabhängige Lieferant im vergangenen Jahr nur 8 % des gesamten Einkaufsvolumens des HUGO BOSS Konzerns aus (2013: 7 %). → **Risiko- und Chancenbericht**

HUGO BOSS stellt sehr hohe Anforderungen an seine Lieferanten und arbeitet ausschließlich mit sorgfältig ausgewählten Partnern zusammen. Das wichtigste Kriterium bei der Lieferantenauswahl stellt die Einhaltung der hohen Qualitäts- und Verarbeitungsanforderungen dar. Weitere bedeutende Auswahlkriterien bilden die Liefertreue, die technische Ausstattung und Innovationsfähigkeit, die finanzielle Stärke sowie die Kosteneffizienz des Lieferanten. Die strikte Beachtung der vertraglich vereinbarten Sozialstandards ist unabdingbare Voraussetzung für die Aufnahme einer Geschäftsbeziehung. Die Einhaltung der Richtlinien in Bezug auf Qualität und Sozialstandards wird durch regelmäßige Audits vor Ort überprüft.

→ **Nachhaltigkeit**

Die Beschaffungsaktivitäten werden nach Rohwarenbezug, in Lohnfertigung produzierter Ware und bezogener Handelsware unterschieden. Im Bereich der Rohware werden hauptsächlich Stoffe, aber auch Zutaten wie Innenfutter, Knöpfe, Garne oder Reißverschlüsse eingekauft. Der Großteil der selbst und in Lohnfertigung verarbeiteten Rohware kommt dabei aus Europa. Stoffe werden vorrangig von langjährigen Partnern aus Italien bezogen.

In Lohnfertigung werden in erster Linie Mäntel, Sportswear-Jacken, Anzüge, Sakkos und Hosen produziert. HUGO BOSS arbeitet in diesen Produktgruppen hauptsächlich mit Betrieben in Osteuropa zusammen. Für die in Lohnfertigung erstellten Produkte bekommt der Lieferant neben den Schnitten die zu verwendenden Stoffe und Zutaten gestellt. Im Gegensatz dazu ist die Beschaffung im Bereich Sportswear stark auf Handelsware ausgerichtet, die hauptsächlich aus Asien, Osteuropa und Nordafrika bezogen wird. Bei dieser Art der Beschaffung werden die Lieferanten je nach Bedarf von HUGO BOSS mit den benötigten Schnittmustern versorgt, decken sich aber eigenständig mit Rohmaterialien ein. Die Produktkategorien Schuhe und Lederaccessoires werden mit Ausnahme der klassischen Schuhkollektion, die in den unternehmenseigenen Werken in Italien und Polen produziert wird, vorrangig von Handelspartnern aus Asien und Europa bezogen.

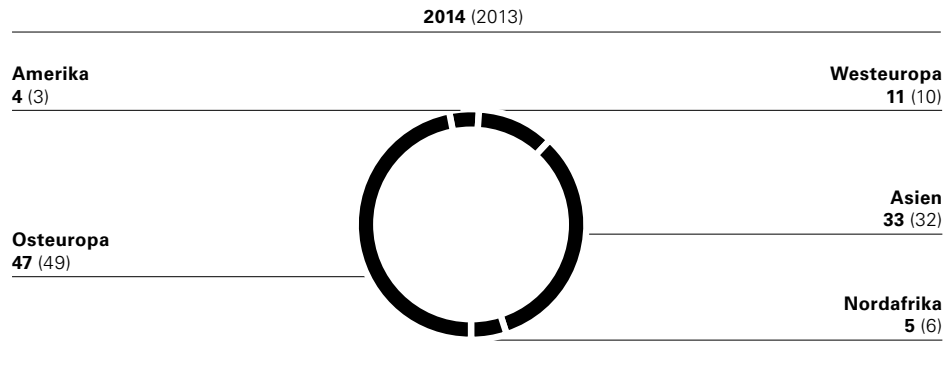
Nach wertmäßiger Betrachtung wird knapp die Hälfte aller HUGO BOSS Produkte in Osteuropa und der Türkei produziert (47 %, 2013: 49 %). Eine wichtige Rolle spielt in diesem Zusammenhang das eigene Werk in Izmir, das 15 % des gesamten Beschaffungsvolumens ausmacht (2013: 15 %). 33 % der Produkte werden aus Asien bezogen (2013: 32 %). China ist in dieser Region weiterhin das wichtigste Zulieferland. Der Rest der Ware stammt aus Westeuropa (11 %, 2013: 10 %), Nordafrika (5 %, 2013: 6 %) und Amerika (4 %, 2013: 3 %).

**Qualitätsanforderungen
wichtigster Faktor in
der Lieferantenauswahl**

**Beschaffungsformen
unterscheiden sich
nach Produktgruppen**

**Osteuropa bleibt
wichtigste
Beschaffungsregion**

02|22 REGIONALE VERTEILUNG DES BESCHAFFUNGS- UND PRODUKTIONSVOLUMENS (in %)



Aufbau strategischer Lieferantenbeziehungen von großer Bedeutung

Der Konzern hat großes Interesse an einer langfristigen strategischen Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten. Nur durch die gemeinsame Weiterentwicklung des Fertigungs-Know-hows kann die exzellente Verarbeitungsqualität gewährleistet werden, für die HUGO BOSS Produkte weltweit bekannt sind. Um eine schnelle Reaktion auf Marktentwicklungen zu ermöglichen und die Vorlaufzeiten zu minimieren, ist eine enge Abstimmung zwischen den produzierenden Betrieben und der technischen Entwicklungsabteilung im HUGO BOSS Konzern unentbehrlich. So werden produktionstechnische Erwägungen zu einem sehr frühen Zeitpunkt in den Produktentwicklungsprozess integriert. Ebenso fließt das Feedback der Lieferanten zu den verarbeiteten Stoffen und Schnitten der vergangenen Kollektionen in die Konzeption der neuen Entwürfe mit ein. Innovative Verarbeitungstechniken werden immer wieder in enger Kooperation mit den Produktionspartnern getestet, um Weiterentwicklungen im Bezug auf Prozesse, IT-Systeme und Maschinen im Anschluss auch in Partnerbetrieben einzuführen. So wurde im vergangenen Jahr gemeinsam mit ausgewählten Lieferanten beispielsweise ein Handbuch zur Verarbeitung von Daunen erstellt und in den beteiligten Zulieferbetrieben Maschinen zur automatischen Befüllung von Daunenprodukten eingeführt.

→ **Forschung und Entwicklung**

Komplexitätsreduktion erhöht Effizienz in der Beschaffung

Um Kostensteigerungen in den Beschaffungsprozessen, vor allem aufgrund von höheren Lohnkosten, wirksam begegnen zu können, sind ständige Effizienzverbesserungen in der gesamten Lieferkette notwendig. Ein wichtiger Hebel ist dabei die Sicherstellung einer saisonal gleichmäßigen Auslastung der Kapazitäten bei den Lieferanten mit möglichst hohen Losgrößen. In diesem Zusammenhang spielen die Core Range und die mit ihr einhergehende Reduktion der Kollektionskomplexität eine wichtige Rolle. So wurde die Komplexität der Kollektionen in den letzten Jahren um ein Drittel reduziert. Im Geschäftsjahr 2014 konnte dabei eine Verringerung um 10 % im Vorjahresvergleich erreicht werden. Ebenso prüft der Konzern fortlaufend die regionale Optimierung seiner Beschaffungsaktivitäten vor dem Hintergrund divergierender Lohnkostenentwicklungen und sich verändernder Industriestrukturen und Fertigungskompetenzen in den einzelnen Märkten.

HUGO BOSS arbeitet darüber hinaus weiter daran, seine Planungs-, Produktions- und Logistikprozesse IT-seitig zu optimieren. Zu diesem Zweck wurde die einheitliche systemseitige Anbindung der Zulieferbetriebe an das Unternehmen in den vergangenen Jahren weiter ausgebaut und somit die Transparenz der Warenflüsse über die gesamte Beschaffungskette hinweg verbessert. So vereinfacht beispielsweise eine SAP-verknüpfte, internetbasierte Lieferantenplattform die Kommunikation mit den Produktionspartnern. Auch macht der systemseitige Informationsaustausch es möglich, Aufträge bedarfsorientiert zu bündeln und frühzeitig und kostengünstig die benötigten Produktionskapazitäten beim Lieferanten zu reservieren. Anhand einer ständigen Statusangabe können Aufträge je nach Dringlichkeit gesteuert werden, so dass die Ware termingerecht ausgeliefert werden kann. Die engere Vernetzung mit den Lieferanten ermöglicht es zudem, auch kurzfristige Nachbestellungen kosteneffizient und mit geringer Reaktionszeit zu erfüllen. Besonders relevant ist dies für das sogenannte Replenishment-Geschäft, das die kurzfristige Belieferung der Handelspartner vor allem mit dem saisonunabhängig verfügbaren Basissortiment abdeckt.

**Systemseitige Anbindung
der Lieferanten steigert
Effizienz in der Lieferkette**

HUGO BOSS stellt höchste Anforderungen an die Qualität seiner Produkte. Um sie 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. Für die HUGO BOSS eigenen Werke werden die wichtigsten qualitätsrelevanten Prozesse zudem in einem Prozesshandbuch beschrieben. Um den hohen Qualitätsanforderungen zu genügen und Fertigungstoleranzen zu minimieren, ist der Fertigungsprozess, wo ökonomisch sinnvoll, automatisiert. Die Einhaltung der Fertigungsstandards wird durch fixe, technisch unterstützte Kontrollen, die stets an bestimmten Arbeitsschritten innerhalb der Produktionslinie durchgeführt werden, sichergestellt. Neben den fest eingerichteten Kontrollstufen erfolgt die Überprüfung der anderen Arbeitsschritte durch regelmäßige Stichproben.

**Qualitätssicherung
umfasst gesamten
Produktionsprozess**

NACHHALTIGKEIT

Als eines der weltweit führenden Unternehmen der Bekleidungsindustrie trägt HUGO BOSS die Verantwortung für die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards entlang einer globalen Wertschöpfungskette mit. Über sein verantwortungsbewusstes Handeln schafft der Konzern einen Mehrwert – für Kunden, Aktionäre, Geschäftspartner, Mitarbeiter und die Gesellschaft. Nachhaltigkeit ist damit fester Bestandteil des Unternehmensleitbilds von HUGO BOSS, seiner Strategie und seiner Geschäftsprozesse.

Die sechs Handlungsfelder **Wir, Umwelt, Mitarbeiter, Partner, Produkt und Gesellschaft** wurden im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse formuliert. Sie definieren die zentralen Nachhaltigkeits Herausforderungen für HUGO BOSS und bilden gemeinsam mit dem Berichtsstandard der Global Reporting Initiative (GRI) die Grundlage und Struktur für die Berichterstattung zu den Nachhaltigkeitsleistungen und -zielen des Konzerns:

02|23 VERANTWORTLICHES HANDELN

Wir handeln verantwortungsvoll

Wir		Stakeholderorientiert handeln
Umwelt		Natürliche Ressourcen bewahren
Mitarbeiter		Fair beschäftigen und zielorientiert fördern
Partner		Verantwortungsbewusst zusammenarbeiten
Produkt		Ideen für morgen entwickeln
Gesellschaft		Gemeinsame Werte schaffen

In allen in diesem Kapitel beschriebenen Handlungsfeldern will sich der Konzern kontinuierlich verbessern und hat sich entsprechend ambitionierte Ziele gesetzt. Um den Fortschritt des Unternehmens und die Umsetzung dieser Ziele messbar zu machen, strebt HUGO BOSS unter anderem die Aufnahme in den Dow Jones Sustainability Index an.

Wir. „Stakeholderorientiert handeln“

Im Rahmen seines Nachhaltigkeitsmanagements stellt sich HUGO BOSS dem Dialog mit seinen Stakeholdern. Deren vielfältige Erwartungen und Anforderungen begreift das Unternehmen als Chance, für beide Seiten Werte zu schaffen. So hat HUGO BOSS sich 2014 intensiv mit den Bedürfnissen und Anforderungen von Kunden in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen auseinandergesetzt und auch mit Investoren, die ein besonderes Augenmerk auf den Bereich Nachhaltigkeit legen, den offenen Austausch gesucht. Mit wissenschaftlichen Institutionen, in branchenübergreifenden Initiativen und in Kooperationen mit Nichtregierungsorganisationen hat HUGO BOSS im Jahr 2014 ferner den bestehenden Dialog vertieft und damit die Grundlage für einen offenen und transparenten Austausch zu gesellschaftlich relevanten Themen geschaffen. Hierzu zählt auch die ausgeweitete Berichterstattung des Konzerns über die eigenen Aktivitäten, die 2014 erstmals im Rahmen des Nachhaltigkeitsberichts 2013 veröffentlicht wurden.

Einen ebenso hohen Stellenwert misst HUGO BOSS der Verankerung des Nachhaltigkeitsgedankens innerhalb der Organisation bei. Das Management hat deshalb die in den Handlungsfeldern Umwelt, Mitarbeiter, Partner, Produkt und Gesellschaft festgeschriebenen Unternehmensziele in die individuellen Zielvereinbarungen der Führungskräfte aufgenommen.

Der Schutz von Umwelt und Klima hat für HUGO BOSS eine hohe Priorität. Über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg sollen die Umweltauswirkungen kontinuierlich verringert werden – von der Beschaffung der Rohstoffe über die Entwicklung und Herstellung der Produkte bis hin zu deren Transport, Handel und Vermarktung. In diesem Zusammenhang verfolgt HUGO BOSS das Ziel, bis 2020 seine spezifischen CO₂-Emissionen (Greenhouse Gas Protocol Scope 1 und 2) im Verhältnis zum Umsatz um 30 % gegenüber 2010 zu reduzieren.

So beziehen die Verwaltungs- und Lagergebäude der HUGO BOSS AG am Standort Deutschland bereits zu 100 % Strom aus erneuerbaren Quellen. HUGO BOSS Ticino (Schweiz) wird bereits seit 2010 mit Strom versorgt, der zu 100 % aus regenerativen Quellen stammt. Das im Jahr 2012 eingeführte Energiemanagementsystem (DIN EN ISO 50001) der HUGO BOSS AG am Standort Metzingen wurde im Jahr 2014 erfolgreich reauditiert. Ausgenommen ist das Lagergebäude in Frickenhausen, dessen Mietvertrag zum 31. Dezember 2014 endete. Zudem wurde erstmals Izmir, der größte Produktionsstandort von HUGO BOSS, nach DIN EN ISO 14001 und DIN EN ISO 50001 zertifiziert. HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, die Gebäudeeffizienz kontinuierlich zu verbessern. Bei allen Neubauten von eigenen Betriebsimmobilien werden anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierungen angestrebt. In diesem Zusammenhang wurde 2013 bereits ein wichtiger Meilenstein erreicht: Die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) zeichnete das neuste Verwaltungsgebäude in Metzingen als einen der drei nachhaltigsten Büro- und Verwaltungsneubauten in Deutschland mit dem „Gold“-Zertifikat aus. Für das neue Liegwarenlager in Filderstadt-Bonlanden nahe Stuttgart hat HUGO BOSS 2014 ebenfalls eine DGNB „Gold“-Zertifizierung erhalten. Der Konzern hat darüber hinaus auch Maßnahmen ergriffen, um die in den Logistik- und Distributionsprozessen entstehenden CO₂-Emissionen (Scope 3) weiter zu verringern.

Zudem wurde die Umweltverträglichkeit verwendeter Verpackungen kritisch analysiert. In der Konsequenz wurden alle Papiertragetaschen der Kernmarke BOSS im Jahr 2014 auf ein umweltfreundliches Recyclingpapier (Post Consumer Recycled) umgestellt und entsprechen damit den strengsten ökologischen Standards.

Der HUGO BOSS Verhaltenskodex bildet die Basis für die Zusammenarbeit im Unternehmen und mit externen Partnern. Er ist für alle Mitarbeiter verbindlich. Der Kodex formuliert unter anderem grundsätzliche Anforderungen an das Verhalten im Geschäftsbetrieb, enthält Vorschriften zur Vermeidung von Interessenkonflikten, regelt die Themen Datenschutz, Gesundheitsschutz sowie Arbeitssicherheit und verbietet Korruption und Bestechung. Innerhalb dieser Regeln haben die Führungskräfte die Verantwortung, gemeinsam mit den Mitarbeitern eine durch die Unternehmenswerte Qualität, Leidenschaft, Respekt, Kooperation und Innovation geprägte Kultur zu gestalten. Diese Werte wurden in die Zielvereinbarung jedes Mitarbeiters aufgenommen und in einer Vielzahl von Aktionen und Workshops vertieft. → **Mitarbeiter**

Umwelt.
**„Natürliche Ressourcen
bewahren“**

Mitarbeiter.
**„Fair beschäftigen und
zielorientiert fördern“**

Diversity ist bei HUGO BOSS als international tätigem und geprägtem Unternehmen ferner gelebte Wirklichkeit. Sie bedeutet für den Konzern die Anerkennung der gesellschaftlichen Vielfalt und die Sicherstellung der Chancengleichheit für alle Mitarbeiter im Unternehmen – unabhängig von Nationalität, Geschlecht, religiöser und politischer Gesinnung, sexueller Orientierung, Alter oder möglicher Behinderung. Diversity ist damit eine Bereicherung der Unternehmenskultur und ein klarer Erfolgsfaktor im internationalen Wettbewerb. Den hohen Stellenwert, den Diversity im Unternehmen einnimmt, hat der Konzern zudem mit dem Beitritt zur „Charta der Vielfalt“ unterstrichen.

Bereits im siebten Jahr ist HUGO BOSS zudem Mitglied des bundesweiten Netzwerks „Erfolgsfaktor Familie“ und bietet seinen Mitarbeitern damit ein flexibles Modell der Familienförderung an. Vor allem die Rückkehr an den Arbeitsplatz nach der Elternzeit und dem Mutterschutz wird durch die dahingehenden Angebote maßgeblich erleichtert. Für Mitarbeiter in der Konzernzentrale in Metzingen gibt es eigens reservierte Plätze in zwei Kindertagesstätten und die Möglichkeit, finanzielle Unterstützung für eine anderweitige Betreuung zu erhalten.

Um die Mitarbeiter für Themen wie gesunde Ernährung, Bewegung oder Stressabbau zu sensibilisieren und sie dabei zu unterstützen, wird am Stammsitz in Metzingen ein jährlicher Gesundheitstag organisiert. Im eigenen Betriebsrestaurant fördert HUGO BOSS die gesunde Ernährung durch ein ausgewogenes Konzept mit täglich wechselnden Menüs. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, sich durch einen Ernährungsberater individuell coachen zu lassen. Alle Mitarbeiter in der Konzernzentrale können die auf dem Gelände gelegenen Sportplätze nutzen, im unternehmenseigenen Fitnessstudio trainieren und an subventionierten Kursen teilnehmen. Ähnliche Angebote stellt HUGO BOSS an anderen Standorten, beispielsweise in Coldrerio oder am Produktionsstandort in Izmir, zur Verfügung.

Partner.
„Verantwortungsbewusst
zusammenarbeiten“

Schwerpunkte des Nachhaltigkeitsmanagements von HUGO BOSS sind Social Compliance und Umweltschutz. Die Einhaltung von Menschenrechts- und Umweltstandards ist für das Unternehmen demnach von zentraler Bedeutung.

HUGO BOSS verpflichtet sich und seine Lieferanten zur Einhaltung der international anerkannten arbeits- und sozialrechtlichen Standards nach den Konventionen der International Labour Organization (ILO) und der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen. Die darauf aufbauenden HUGO BOSS Sozialstandards sind fester Bestandteil der vertraglichen Regelungen mit den Lieferanten. Neue Lieferanten werden vor Aufnahme einer dauerhaften Geschäftsbeziehung stets hinsichtlich der Erfüllung der Sozialstandards beurteilt. Dies erfolgt entweder durch Audits oder Self-Assessments. In den Sozialstandards sind unter anderem folgende Punkte geregelt: Einhaltung von nationalen Gesetzen, Verbot von Kinderarbeit, Verbot von Zwangsarbeit, maximale Arbeitszeiten, menschenwürdige Arbeitsbedingungen, Diskriminierungsverbot, Zahlung angemessener Löhne, gesunde und sichere Arbeitsbedingungen, Anspruch auf Koalitionsfreiheit und Tarifverhandlung sowie ein bewusster Umgang mit der Umwelt. Gibt es keine ausreichende nationale Gesetzgebung, die beispielsweise Arbeitszeiten oder Löhne definiert, so setzen die HUGO BOSS Sozialstandards den Mindeststandard.

Um die Einhaltung guter und sicherer Arbeits- und Sozialbedingungen bestmöglich umzusetzen und dem Wunsch nach Transparenz noch stärker nachzukommen, hat der Konzern im Geschäftsjahr 2014 eine Partnerschaft mit der Fair Labour Association (FLA) begonnen. Die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen und NGOs im Rahmen der Multi-Stakeholder-Initiative ermöglicht es, von Best Practices zu lernen und gemeinsam auf die Verbesserung von Arbeitsbedingungen hinzuwirken. Darüber hinaus wurden von der Fair Labour Association Projekte zum weiteren Ausbau einer „Fair Compensation“ ins Leben gerufen, bei denen HUGO BOSS mitarbeitet.

Um sich mit dem Thema der angemessenen Lohnzahlung noch umfassender auseinanderzusetzen zu können, ist der Konzern auch im direkten Austausch mit der International Labour Organization (ILO).

Lohnfertiger und Handelswarenlieferanten, die einen relevanten Umsatz mit HUGO BOSS generieren, werden weltweit in regelmäßigen Audits überprüft. Diese werden sowohl von eigenen Auditoren als auch in Zusammenarbeit mit erfahrenen externen Dienstleistungspartnern durchgeführt. Die Audits stellen die Einhaltung der HUGO BOSS Sozialstandards sicher und dienen der Unterstützung der HUGO BOSS Lieferanten, sich auf dem Gebiet des Social Compliance Managements weiterzuentwickeln. Das Auditergebnis fließt in eine halbjährliche Lieferantenbewertung mit ein. Werden Verstöße gegen die HUGO BOSS Sozialstandards oder die gesetzlichen Vorgaben festgestellt, wird ein verbindlicher Maßnahmenplan mit dem Lieferanten ausgearbeitet sowie eine erneute Umsetzungskontrolle vereinbart. In Ausnahmefällen, beispielsweise bei wiederholten Verwarnungen ohne eingeleitete Verbesserungen oder schwerwiegenden Verstößen gegen die HUGO BOSS Sozialstandards, behält sich HUGO BOSS das Recht vor, die Zusammenarbeit zu beenden. Grundsätzlich setzt das Unternehmen bei der Lieferantenentwicklung auf gemeinsam definierte, kontinuierliche Verbesserungsmaßnahmen, um langfristige Partnerschaften zu ermöglichen.

Des Weiteren verpflichten die HUGO BOSS Sozialstandards alle Lieferanten die lokalen und nationalen Umweltgesetze zu erfüllen sowie an ihren Standorten das notwendige Bewusstsein zu schaffen, um Umweltauswirkungen kontinuierlich zu reduzieren. Im Geschäftsjahr 2014 wurde das Umweltmodul der GSCP (Global Social Compliance Program), ein offener Standard basierend auf Best Practices, weltweit mit Erfolg bei ersten Lieferanten getestet. In 2015 wird das Modul als weitere Maßnahme zur Verbesserung der Umweltauswirkungen entlang der Lieferkette eingesetzt. Zusätzlich unterstützt HUGO BOSS seine Partner wo möglich, um einen kontinuierlichen Wissenstransfer sicherzustellen.

HUGO BOSS zählt zu den international führenden Unternehmen im Premium- und Luxussegment der Bekleidungsindustrie. Aus diesem Grund ist es für das Unternehmen selbstverständlich, auch der Verantwortung gegenüber den Verbrauchern gerecht zu werden. Für seine Kollektionen verwendet HUGO BOSS ausschließlich Materialien, die hohe Qualitätsansprüche erfüllen, und unternimmt große Anstrengungen, um sicherzustellen, dass seine Produkte frei von Gefährdungen sind.

HUGO BOSS verpflichtet demnach seine Lieferanten eine Garantieerklärung zur Einhaltung der sogenannten Restricted Substances List (RSL) zu unterzeichnen. Die RSL enthält Vorgaben zur Einhaltung der jeweiligen Landesgesetze, die die Verwendung von Chemikalien und anderen gesundheitsgefährdenden Stoffen in Produkten regeln, sowie die häufig über diese

Produkt.
**„Ideen für morgen
entwickeln“**

Mindestbestimmungen hinausgehenden internen Richtlinien des Konzerns. Diese Vorgaben gelten für alle eingesetzten Materialien sowie für die im Produktionsprozess relevanten Substanzen. HUGO BOSS unterstützt diese Prävention durch aktive Schadstofftests, die in akkreditierten Laboren durchgeführt werden und die Sicherheit und Qualität der Produkte gewährleisten. Darauf aufbauend hat der Konzern 2014 ein Projekt gestartet, um die Produktionsprozesse mittels neuer Technologien und umweltverträglicher Chemikalien noch sicherer zu gestalten.

Ebenso misst HUGO BOSS der Vermeidung von Gesundheitsgefahren in den Produktionsbetrieben eine hohe Bedeutung bei. Vor diesem Hintergrund verzichtet der Konzern auf das sogenannte Sandblasting. Das Verfahren bezeichnet die Verwendung von Sandstrahlen als Veredelungsmethode bei Denim-Produkten, um einen „Used“-Effekt zu erzielen. Wird dabei Quarzsand ohne ausreichende Schutzmaßnahmen eingesetzt, kann dies zu schweren Gesundheitsschäden bei den Mitarbeitern führen. Ferner setzt der Konzern keine anderweitige Strahltechnik ein und verzichtet damit auch auf alternative Strahlmittel.

Ein weiterer zentraler Grundsatz bei der Produktverantwortung ist der Tier- und Artenschutz. Der Konzern respektiert diese Biodiversität und unterstützt damit die Erhaltung der Artenvielfalt. Tierversuche, nicht artgerechte Tierzucht- und Tierhaltungsmethoden werden abgelehnt. Beim Einsatz von Fellprodukten im Rahmen der Kollektionen, die prozentual nur in sehr geringem Volumen vorkommen, handelt es sich meist um Applikationen sowie Verbrämungen an Kragen, Kapuze und Ärmeln.

So hat das Unternehmen beispielsweise entschieden, den Einkauf von Merinowolle möglichst auf Quellen umzulenken, die nachweisen können, dass das für Schafe schmerzhaftes Mulesing-Verfahren bei ihnen keine Anwendung findet. Im Geschäftsjahr 2014 wurde ferner die Entscheidung getroffen, auf den Einsatz von Angorawolle zu verzichten, da diese meist durch für die Tiere schmerzhaftes Prozeduren gewonnen wird. Den Einsatz von Daunen aus Lebendrupf lehnt das Unternehmen ebenfalls strikt ab und setzt bereits alternative Materialien ein.

Darüber hinaus steht HUGO BOSS seit vielen Jahren mit einzelnen Tierschutz- und Verbraucherschutzorganisationen im Austausch, um sich im Bereich des Tierschutzes ständig zu verbessern.

Gesellschaft.
**„Gemeinsame Werte
schaffen“**

Gesellschaftliches Engagement ist für HUGO BOSS eine Selbstverständlichkeit. So ist sich das Unternehmen bewusst, dass sein Erfolg auch von einer intakten Gesellschaft abhängt. Seine wirtschaftliche Stärke befähigt und verpflichtet HUGO BOSS dazu, gesellschaftliche Unterstützung zu leisten und auf Verbesserungen hinzuwirken.

Den Rahmen für das gesellschaftliche Engagement legt ebenfalls der HUGO BOSS Verhaltenskodex fest. Er verbietet Spenden an politische Parteien und deren Vertreter sowie an Organisationen wie beispielsweise Gewerkschaften, Verbraucherschutzverbände und Umweltverbände, mit denen möglicherweise Interessenkonflikte auftreten können. Der Kodex sieht darüber hinaus konkrete Kriterien für die Spendentätigkeit von HUGO BOSS vor.

HUGO BOSS hat sein gesellschaftliches Engagement darauf ausgerichtet, benachteiligten Kindern ein besseres Leben insbesondere über den Zugang zu Bildung zu ermöglichen. So arbeitet das Unternehmen mit ausgewählten Kinderschutzorganisationen zusammen. UNICEF und HUGO BOSS verbindet dahingehend eine langjährige Partnerschaft. Das Unternehmen unterstützt seit vielen Jahren erfolgreich die UNICEF-Initiative „Schulen für Afrika“ und fördert Bildungsprojekte in Bangladesch. Darüber hinaus engagiert sich HUGO BOSS in Krisenzeiten, wenn gezielte Hilfe notwendig ist. Dies geschah im Jahr 2014 beispielsweise im Rahmen einer Weihnachtsaktion, die syrischen Flüchtlingskindern zugutekam. Auch auf nationaler Ebene setzt sich HUGO BOSS für Kinder und Jugendliche ein, beispielsweise als Partner der Off Road Kids Stiftung, eines bundesweit arbeitenden Hilfswerks für Straßenkinder in Deutschland.

HUGO BOSS und die Mitarbeiter der Hauptverwaltung sind ferner eng mit dem Standort Metzingen verbunden. So werden gemeinsam mit dem Betriebsrat zahlreiche gemeinnützige regionale Projekte sowie medizinische, gesellschaftliche und karitative Einrichtungen gefördert. Auch besteht seit vielen Jahren eine Zusammenarbeit mit der Kinderkrebstation Tübingen, die mit Spenden und Sachmitteln intensiv unterstützt wird.

3

ZUSAMMENGEFASSTER
LAGEBERICHT
DAS GESCHÄFTSJAHR

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT DAS GESCHÄFTSJAHR

75	Gesamtwirtschaftliche Lage und Branchenentwicklung
78	Konzernertragslage
94	Vermögenslage
98	Finanzlage
104	Vergütungsbericht
109	Rechtliche Angaben
112	Risiko- und Chancenbericht
137	Nachtrags- und Prognosebericht
144	HUGO BOSS AG (Erläuterungen auf Basis HGB)
152	Zusammenfassende Beurteilung des Vorstands zur wirtschaftlichen Lage des Konzerns

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE UND BRANCHENENTWICKLUNG

Die gesamtwirtschaftlichen und branchenspezifischen Rahmenbedingungen gestalteten sich für den HUGO BOSS Konzern im vergangenen Jahr als herausfordernd. So konnte sich die Weltwirtschaft nicht wie ursprünglich angenommen deutlich beleben sondern blieb laut dem IWF mit einem Wachstum von 3,3% hinter den Erwartungen zurück. Das Wachstum fiel dabei regional uneinheitlich aus, wobei die Entwicklungsländer tendenziell ein schwächeres Wachstum aufwiesen als die Industrienationen. Vor dem Hintergrund des weiter schwachen wirtschaftlichen Umfelds und der damit einhergehenden zurückhaltenden Konsumtätigkeit, konnte sich das Wachstum der Premium- und Luxusgüterbranche nicht beschleunigen und lag mit 5% leicht unter Vorjahresniveau. Alle Regionen trugen zu diesem Branchenwachstum bei.

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE

Die Entwicklung der **Weltwirtschaft** verlief gemessen an der ursprünglichen Erwartung einer deutlichen Erholung im vergangenen Jahr enttäuschend. Zwar belebte sich die Konjunktur nach einem schwachen Jahresauftakt wieder leicht, insgesamt konnte sich das Wachstum im Vergleich zum Jahr 2013 aber nicht beschleunigen. So legte die Weltwirtschaft laut dem IWF auch im Jahr 2014 um 3,3% zu, wobei die Entwicklung regional uneinheitlich ausfiel und von der teilweise weiter hohen Verschuldung im privaten und staatlichen Sektor, geopolitischen Spannungen sowie einer Verlangsamung des Welthandels beeinträchtigt wurde. Entwicklungsländer wiesen tendenziell ein schwächeres Wachstum auf als die Industrienationen.

**Durchwachsene
Entwicklung der
Weltwirtschaft**

Die **europäische Wirtschaft** entwickelte sich laut dem IWF im Jahr 2014 mit einem Wachstum von 0,8% insgesamt leicht positiv. Das Wachstum schwächte sich nach einer Belebung im ersten Quartal im weiteren Jahresverlauf wieder ab und enttäuschte damit die ursprünglichen Erwartungen. Ausschlaggebend für diese Entwicklung war vor allem eine schwächere Investitionstätigkeit vor dem Hintergrund einer nachlassenden Auslandsnachfrage sowie geopolitischer Spannungen. So wirkten sich die gegen Russland verhängten Wirtschaftssanktionen nachhaltig negativ auf die Stimmung der Unternehmen aus. Der private Konsum wirkte hingegen stützend. Zur Ankurbelung der Wirtschaft setzte die EZB weitere geldpolitische Lockerungsmaßnahmen um. Trotz einer Verlangsamung im zweiten Halbjahr fiel das Wachstum der deutschen Wirtschaft im Vergleich zur Gesamtregion überdurchschnittlich gut aus. Während sich die französische und italienische Wirtschaft schwach entwickelten, konnte vor allem in Irland und Spanien eine deutliche Konjunkturbelebung beobachtet werden. Die Konjunktur in Großbritannien befand sich im Jahr 2014 auf solidem Wachstumskurs und wurde vor allem von zunehmenden Staatsausgaben unterstützt.

**Leichtes Wachstum der
europäischen Wirtschaft**

Amerikanische Wirtschaft expandiert nach schwachem Jahresauftakt

Nach einem wetterbedingten Einbruch im ersten Quartal gewann die **US-amerikanische Wirtschaft** im weiteren Jahresverlauf wieder deutlich an Schwung und legte laut dem IWF insgesamt um 2,4 % zu. Das Wachstum wurde dabei von robusten Investitionen, vor allem auch aus dem Ausland, anziehenden privaten Konsumausgaben und einer spürbaren Erholung auf dem Arbeitsmarkt gestützt. Die deutlich restriktivere Fiskalpolitik und die Beendigung der Anleihekäufe der US-Notenbank blieben dabei bislang ohne unmittelbare negative Auswirkung. Die Wirtschaft in Lateinamerika entwickelte sich im Jahr 2014 unerwartet schwach, wobei der IWF von einem Wachstum von 1,2 % ausgeht. Ein Rückgang ausländischer Direktinvestitionen, eine geringere Exporttätigkeit, politische Unsicherheiten und ausbleibende Strukturreformen wirkten dämpfend. Auch verlangsamte sich die Konsumtätigkeit aufgrund der schwachen Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt deutlich. Der vor allem am Jahresende zu beobachtende Rückgang der Rohstoffpreise scheint sich in Summe ebenfalls negativ auf das Wachstum der Region ausgewirkt zu haben.

Regional uneinheitliche Konjunkturentwicklung in Asien

Die Konjunkturentwicklung in **Asien** verlief im Jahr 2014 regional uneinheitlich. Während die Wachstumsdynamik in vielen kleineren Ländern nachhaltig stark blieb, verzeichnete China eine Wachstumsverlangsamung. Laut dem IWF legte die Region insgesamt (exklusive Japan) wie im Vorjahr um 6,5 % zu, das Wachstum in China belief sich auf 7,4 %. Hier, wie auch in anderen Ländern, wirkte eine nachlassende Exportaktivität aufgrund der eingetrübten weltwirtschaftlichen Nachfrage belastend. Zusätzlich hatten schwache Entwicklungen von Produktion und Handel sowie die deutliche Konsolidierung am Immobilienmarkt negative Effekte. Die chinesische Regierung reagierte mit Steuererleichterungen und Infrastrukturprojekten auf das schwache Wirtschaftswachstum. Zusätzlich senkte die Zentralbank die Leitzinsen. Die japanische Wirtschaft wuchs vor allem aufgrund einer schwächer als erwartet ausgefallenen Entwicklung des privaten Konsums laut den Schätzungen des IWF nur um 0,1 %. Gestützt wurde das Wachstum vor allem von der stark expansiven Geldpolitik der japanischen Notenbank und der Verschiebung ursprünglich geplanter Steuererhöhungen. In Australien wurde das Wirtschaftswachstum von 2,8 % von einer anziehenden Konsum- und Exporttätigkeit unterstützt.

BRANCHENENTWICKLUNG

Branche wächst in anspruchsvollem Marktumfeld moderat

Die Premium- und Luxusgüterbranche sah sich im vergangenen Jahr mit weiter herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und einer zurückhaltenden Konsumtätigkeit, vor allem in den Schwellenländern, konfrontiert. Die politischen Spannungen in Russland und Hongkong, verschärfte Antikorruptionsgesetze in China und schwache Wirtschaftsdaten aus Europa belasteten die Entwicklung über das Jahr hinweg. Trotz allem konnte die Branche ihr Wachstum fortsetzen und legte laut einer Studie des Branchenverbands Altgamma und der Beratungsfirma Bain & Company währungsbereinigt um 5 % zu. Verantwortlich dafür war in erster Linie die positive Entwicklung im Einzelhandelskanal, zu der der Onlinekanal überdurchschnittlich beitrug. Im Großhandelsbereich litt die Branche unter dem angespannten Marktumfeld und der Rationalisierung kleinerer Einzelhandelsunternehmen, die insbesondere in Europa zu beobachten war. Ungünstige Währungseffekte beeinflussten die Umsatz- und Ergebnisentwicklung vieler Unternehmen vor allem in der ersten Jahreshälfte. Das Damensegment entwickelte sich insgesamt leicht stärker als das Herrensegment.

In **Europa** wurde das währungsneutrale Branchenwachstum von 2 % in großen Teilen der Region von den durchwachsenen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und einer entsprechend schwachen Nachfrage beeinflusst. Die Kundenfrequenz im Einzelhandel entwickelte sich vielfach negativ. Während sich der Markt in Großbritannien dennoch positiv entwickelte, war der deutsche Bekleidungsmarkt rückläufig. In Osteuropa litt die Branche unter dem anhaltenden Ukraine-Konflikt, der sich auch in einer sinkenden Zahl russischer Touristen in anderen Teilen der Region Europa niederschlug. Dennoch unterstützte eine insgesamt steigende Nachfrage von Touristen besonders in den Metropolregionen West- und Südeuropas weiter das Marktwachstum.

Das Premium- und Luxussegment der Bekleidungsbranche in **Amerika** verzeichnete nach einem schwachen Jahresauftakt eine Belebung im weiteren Jahresverlauf. Insgesamt stiegen die Umsätze in der Region in lokalen Währungen um 6 % im Vergleich zum Vorjahr. Zum einen spiegelten sich in den USA die wieder anziehende Konjunktur und das steigende Verbrauchervertrauen in einer robusten lokalen Nachfrage wider. Zum anderen wurde das Wachstum von einer zunehmenden Nachfrage chinesischer und lateinamerikanischer Touristen unterstützt. In Lateinamerika selbst entwickelte sich die Branche schwächer, wobei vor allem der brasilianische Markt unter dem schwachen Konsumklima litt.

Der Beitrag **Asiens** zum Branchenwachstum fiel im vergangenen Jahr geringer aus als ursprünglich erwartet. Das um Wechselkurseffekte bereinigte Wachstum von 5 % gestaltete sich dabei regional uneinheitlich. In China belasteten das geringere gesamtwirtschaftliche Wachstum, die Konsolidierung im Immobiliensektor und die von den verschärften Antikorruptionsgesetzen der Regierung beeinträchtigte Konsumstimmung die Branchenentwicklung. Insgesamt entwickelten sich die Umsätze für Luxusgüter auf dem chinesischen Festland sogar leicht rückläufig. Unter Einbezug der Nachfrage chinesischer Touristen blieb China allerdings auch im vergangenen Jahr die Nation mit dem weltweit höchsten Umsatzanteil. So profitierte die Branche beispielsweise in den Ländern Südostasiens und Japans von steigenden Touristenzahlen aus China. Das Wachstum in Hongkong hingegen schwächte sich vor allem im Zuge zunehmender politischer Spannungen deutlich ab. In Japan verzeichnete die Branche Zuwächse in lokalen Währungen von 10 %, die von einer soliden Nachfrage inländischer Konsumenten sowie der zunehmenden Zahl von Touristen getragen wurden.

**Tourismus stützt
ansonsten schwache
Branchenentwick-
lung in Europa**

**Marktentwicklung in
Amerika beschleunigt
sich im Jahresverlauf**

**Rückläufige Markt-
entwicklung in China
belastet Branche in
Asien**

KONZERNERTRAGSLAGE

Der HUGO BOSS Konzern hat im Geschäftsjahr 2014 seinen dynamischen Wachstumskurs beibehalten. In einem herausfordernden Marktumfeld sind Umsatz und operatives Ergebnis des Konzerns auf neue Bestwerte gestiegen. So erhöhte sich der währungsbereinigte Konzernumsatz um 6 % und lag mit 2.572 Mio. EUR auch in Berichtswährung um 6 % über dem Vorjahreswert. Das EBITDA vor Sondereffekten verbesserte sich um 5 % auf 591 Mio. EUR.

UMSATZLAGE

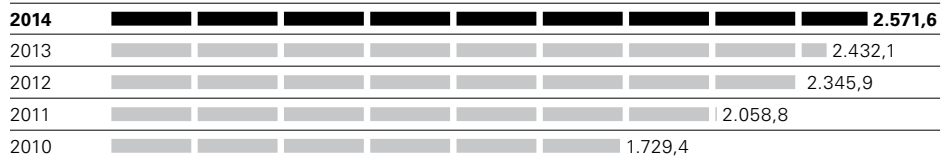
GESAMTAUSSAGE ZUR GESCHÄFTSENTWICKLUNG

**HUGO BOSS
steigert Umsatz und
Konzernergebnis**

Dem HUGO BOSS Konzern ist es im Geschäftsjahr 2014 trotz herausfordernder konjunktureller und branchenspezifischer Lage gelungen, seinen Wachstumskurs fortzusetzen. Die effektive Umsetzung der Konzernstrategie sorgte dafür, dass HUGO BOSS auch im Geschäftsjahr 2014 Umsatz und Konzernergebnis auf neue Höchstwerte steigern konnte. Allerdings blieb die Entwicklung leicht hinter den ursprünglichen Erwartungen zurück. Maßgeblich dafür war ein schwächeres Wachstum des konzerneigenen Einzelhandels gegen Jahresende.

UMSATZENTWICKLUNG

03|01 UMSATZENTWICKLUNG (in Mio. EUR)

2014		2.571,6
2013		2.432,1
2012		2.345,9
2011		2.058,8
2010		1.729,4

Im Geschäftsjahr 2014 erzielte HUGO BOSS einen Konzernumsatz in Höhe von 2.572 Mio. EUR. Damit lag die Umsatzentwicklung in Konzernwährung um 6 % über dem Niveau des Vorjahres (2013: 2.432 Mio. EUR). Wechselkursschwankungen glichen sich im Jahresverlauf aus und blieben ohne Einfluss auf die Konzernumsatzentwicklung. So verzeichnete HUGO BOSS im abgelaufenen Geschäftsjahr auch in lokalen Währungen einen Umsatzanstieg von 6 % gegenüber dem Vorjahr.

03|02 UMSATZENTWICKLUNG NACH QUARTALEN (in Mio. EUR)

Q4/2014		683,6
Q4/2013		649,0
Q3/2014		716,5
Q3/2013		657,9
Q2/2014		558,9
Q2/2013		531,7
Q1/2014		612,6
Q1/2013		593,5

Die **unterjährige Umsatzentwicklung** reflektiert insbesondere den steigenden Umsatzanteil des konzerneigenen Einzelhandels. Der Umsatz im ersten Quartal konnte dank zweistelliger Zuwächse im eigenen Einzelhandel um 3 % auf 613 Mio. EUR zulegen (Q1 2013: 593 Mio. EUR). In lokalen Währungen belief sich das Umsatzwachstum auf 6 %. Trotz herausfordernder Vorgaben der Gesamtwirtschaft und der nur langsam anziehenden Konsumtätigkeit beschleunigte sich das Umsatzwachstum im zweiten Quartal. Mit 559 Mio. EUR übertraf der Konzernumsatz das Niveau der Vergleichsperiode um 5 % (Q2 2013: 532 Mio. EUR), was einem währungsbereinigten Umsatzanstieg von 8 % entspricht. Auch im dritten Quartal setzte HUGO BOSS seinen Wachstumskurs fort. Zum Umsatzanstieg in Höhe von 9 % auf 717 Mio. EUR trugen somit sowohl der konzerneigene Einzelhandel als auch das Großhandelsgeschäft bei (Q3 2013: 658 Mio. EUR). Auch währungsbereinigt belief sich das Umsatzwachstum im dritten Quartal auf 9 %. Das schwächere Wachstum des konzerneigenen Einzelhandels zum Jahresende wurde durch das anziehende Ordergeschäft mit Großhandelspartnern teilweise ausgeglichen. Mit 684 Mio. EUR lag der Umsatz im vierten Quartal des Geschäftsjahres 2014 um 5 % über dem Vorjahreswert (Q4 2013: 649 Mio. EUR). Währungsbereinigt konnte ein Umsatzwachstum von 3 % verzeichnet werden.

Unterjährige Umsatzentwicklung reflektiert veränderte Saisonalität des Geschäftsmodells

UMSATZ NACH REGIONEN

03|03 UMSATZ NACH REGIONEN (in Mio. EUR)

	2014	In % des Umsatzes	2013	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs-bereinigte Veränderung in %
Europa ¹	1.566,5	61	1.457,3	60	7	7
Amerika	586,6	23	570,1	24	3	4
Asien/Pazifik	360,8	14	346,8	14	4	7
Lizenzen	57,7	2	57,9	2	0	0
GESAMT	2.571,6	100	2.432,1	100	6	6

¹ Inklusiv Naheer Osten und Afrika.

03|04 UMSATZ NACH REGIONEN – FÜNFJAHRESÜBERSICHT (in Mio. EUR)

	2014	2013	2012	2011	2010
Europa ¹	1.566,5	1.457,3	1.378,0	1.245,4	1.073,2
Amerika	586,6	570,1	558,7	454,8	380,7
Asien/Pazifik	360,8	346,8	352,7	309,3	230,4
Lizenzen	57,7	57,9	56,5	49,3	45,1
GESAMT	2.571,6	2.432,1	2.345,9	2.058,8	1.729,4

¹ Inklusiv Naheer Osten und Afrika.

Währungsbereinigtes Umsatzwachstum in allen Regionen

Auch im Geschäftsjahr 2014 konnte HUGO BOSS in allen drei Regionen währungsbereinigte Umsatzzuwächse verzeichnen. Der Umsatz in der **Region Europa** inklusive Naheer Osten und Afrika konnte in Berichtswährung um 7 % auf 1.567 Mio. EUR gesteigert werden (2013: 1.457 Mio. EUR). In einem schwierigen Marktumfeld stiegen die Umsätze auch in lokalen Währungen um 7 %. Zweistellige Umsatzzuwächse in Großbritannien und auf der Iberischen Halbinsel trugen zu dieser Entwicklung bei. In der **Region Amerika** stieg der Umsatz in Berichtswährung um 3 % auf 587 Mio. EUR (2013: 570 Mio. EUR). In lokalen Währungen konnte insbesondere aufgrund des Wachstums in den USA und Mittel- und Südamerika ein Anstieg von 4 % verzeichnet werden. Der Umsatz in der **Region Asien/Pazifik** lag in Berichtswährung mit 361 Mio. EUR 4 % über dem Vorjahresniveau (2013: 347 Mio. EUR). In lokalen Währungen erhöhte sich der Umsatz um 7 % gegenüber dem Vorjahr. Dieses Wachstum wurde durch Umsatzzuwächse in allen Märkten getragen. → **Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente**

UMSATZ NACH VERTRIEBSKANÄLEN

03|05 UMSATZ NACH VERTRIEBSKANÄLEN (in Mio. EUR)

	2014	In % des Umsatzes	2013	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzerneigener Einzelhandel	1.471,3	57	1.314,1	54	12	12
DOS	976,4	38	874,0	36	12	12
Outlet	427,1	16	378,6	15	13	13
Online	67,8	3	61,5	3	10	10
Großhandel	1.042,6	41	1.060,1	44	-2	-1
Lizenzen	57,7	2	57,9	2	0	0
GESAMT	2.571,6	100	2.432,1	100	6	6

03|06 UMSATZ NACH VERTRIEBSKANÄLEN – FÜNFJAHRESÜBERSICHT (in Mio. EUR)

	2014	2013	2012	2011	2010
Konzerneigener Einzelhandel	1.471,3	1.314,1	1.149,7	924,2	691,1
DOS	976,4	874,0	757,6	617,7	447,7
Outlet	427,1	378,6	343,2	273,6	223,7
Online	67,8	61,5	48,9	32,9	19,7
Großhandel	1.042,6	1.060,1	1.139,7	1.085,3	993,2
Lizenzen	57,7	57,9	56,5	49,3	45,1
GESAMT	2.571,6	2.432,1	2.345,9	2.058,8	1.729,4

Der **konzerneigene Einzelhandel (Retail)** trug im Geschäftsjahr 2014 erneut mit zweistelligen Wachstumsraten zur Umsatzentwicklung bei. Vor allem der Ausbau eigener Einzelhandelsaktivitäten mittels Neueröffnungen und Übernahmen führte im Berichtszeitraum zu einem Umsatzanstieg sowohl in lokalen Währungen als auch in Berichtswährung von 12 % auf 1.471 Mio. EUR (2013: 1.314 Mio. EUR). Auf vergleichbarer Fläche, also unter Einbezug vor dem 31. Dezember 2012 eröffneter oder übernommener Einzelhandelsflächen, lagen die Umsätze im konzerneigenen Einzelhandel in Konzernwährung 3 % über dem Niveau des Vorjahres. Währungsbereinigt stiegen die Umsätze ebenfalls um 3 %. Der Anteil des konzerneigenen Einzelhandels am Konzernumsatz wurde weiter ausgebaut und lag im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 57 % (2013: 54 %).

Der Umsatz über **konzerneigene Einzelhandelsflächen (DOS)** konnte im Berichtszeitraum um 12 %, währungsbereinigt ebenfalls um 12 %, auf 976 Mio. EUR (2013: 874 Mio. EUR) gesteigert werden. Darin enthalten sind die Umsätze der eigenen freistehenden Einzelhandelsgeschäfte sowie die mit Konzessionspartnern erwirtschafteten Umsätze. Im Konzessionsmodell bewirtschaftet der Konzern eigenständig HUGO BOSS Shop-in-Shops auf der Fläche des Einzelhandelspartners. Die **Outletgeschäfte** trugen mit einem Umsatzwachstum in Konzernwährung von 13 % auf 427 Mio. EUR zur positiven Umsatzentwicklung des konzerneigenen Einzelhandels bei (2013: 379 Mio. EUR). Dies entspricht

Umsatzzuwächse von 3 % auf vergleichbarer Fläche unterstützen Wachstum im eigenen Einzelhandel

Zweistellige Umsatzzuwächse der konzerneigenen Einzelhandelsflächen (DOS)

einem währungsbereinigten Anstieg von ebenfalls 13 %. Die über den konzerneigenen **Online-Einzelhandel** erzielten Umsätze stiegen im Geschäftsjahr 2014 sowohl in lokalen Währungen wie auch in Berichtswährung um 10 % auf 68 Mio. EUR (2013: 61 Mio. EUR).

**Leicht rückläufige
Umsatzentwicklung im
Großhandelskanal**

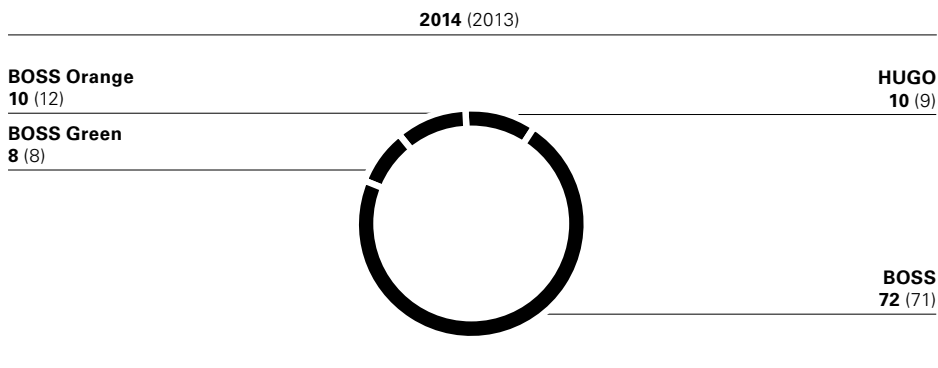
Die Umsätze im **Großhandelskanal** lagen im Geschäftsjahr 2014 in Berichtswährung um 2 % unter dem Niveau des Vorjahres und summierten sich auf 1.043 Mio. EUR (2013: 1.060 Mio. EUR). Der währungsbereinigte Umsatzrückgang betrug 1 %. Die Übernahme bisher durch Großhandelspartner geführter Verkaufsflächen verursachte eine Umsatzverschiebung vom Großhandelsgeschäft hin zum konzerneigenen Einzelhandel. Des Weiteren trug die Konsolidierung des Kundenportfolios und die damit verbundene rückläufige Geschäftsentwicklung mit kleineren Handelspartnern zu dieser Entwicklung bei. Im Geschäft mit großen Department-Store-Partnern verzeichnete HUGO BOSS hingegen solide Zuwächse. Ursächlich dafür war eine gute Entwicklung der Vororder. Das Replenishment, mit dem HUGO BOSS auf kurzfristige Nachfragesteigerungen der Handelspartner reagieren kann, wies im abgelaufenen Geschäftsjahr allerdings eine leicht rückläufige Entwicklung auf. Der Anteil des Großhandelskanals am Konzernumsatz verminderte sich von 44 % im Vorjahr auf 41 % im Geschäftsjahr 2014.

**Umsatzentwicklung im
Lizenzgeschäft stabil**

Das **Lizenzgeschäft** entwickelte sich im Geschäftsjahr 2014 stabil. Die von Partnern hergestellten Produkte umfassen unter anderem Düfte, Brillen und Uhren. Der Umsatz mit externen Lizenznehmern lag wie im Vorjahr bei 58 Mio. EUR (2013: 58 Mio. EUR). Die Lizenzeinnahmen für Düfte waren im Vergleich zum Vorjahr leicht rückläufig. Ein zweistelliges Wachstum bei Damendüften wurde durch rückläufige Lizenzeinnahmen im Herrenduftbereich ausgeglichen. Bei den Lizenzeinnahmen für Uhren konnte hingegen ein zweistelliger Umsatzanstieg verzeichnet werden. Der Anteil des Lizenzgeschäfts am Konzernumsatz lag unverändert bei 2 %.

UMSATZ NACH MARKEN

03|07 UMSATZ NACH MARKEN (in %)



**Kernmarke BOSS
auf währungsbereinigter
Basis mit 8 %
Umsatzzuwachs**

Im Geschäftsjahr 2014 verzeichnete die Kernmarke **BOSS** ein Umsatzwachstum von 7 % im Vergleich zum Vorjahr und erzielte einen Umsatz in Höhe von 1.858 Mio. EUR (2013: 1.735 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis entspricht dies einem Anstieg von 8 %. Die Markenlinie **BOSS Green** konnte den Umsatz im selben Zeitraum sowohl in lokalen

Währungen wie auch in Berichtswährung um 12 % auf 210 Mio. EUR (2013: 187 Mio. EUR) steigern. Die Umsätze der Markenlinie **BOSS Orange** lagen mit 260 Mio. EUR um 8 % unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (2013: 283 Mio. EUR), währungsbereinigt um 7 %, wohingegen die Marke **HUGO** mit 243 Mio. EUR ein Umsatzwachstum von 7 % im Vorjahresvergleich aufwies (2013: 227 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis wurde bei Letzterer ein Zuwachs von 8 % verzeichnet.

Der Umsatz mit **Herrenmode** lag im Berichtszeitraum um 5 % über dem Niveau des Vorjahres und summierte sich auf 2.283 Mio. EUR (2013: 2.169 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis wurde ein Umsatzwachstum von 6 % verzeichnet. Dies entspricht einem Anteil am Gesamtumsatz von unverändert 89 % (2013: 89 %). Der Umsatz mit **Damenmode** konnte überproportional gesteigert werden, in Berichtswährung um 10 %, in lokalen Währungen um 11 %, und lag bei 289 Mio. EUR (2013: 263 Mio. EUR). Die Wachstumsraten der von Artistic Director Jason Wu verantworteten BOSS Womenswear lagen im Vergleich dazu noch höher. Diese Entwicklung entsprach der positiven Kundenresonanz auf die vorgestellten Kollektionen und wurde von ausgeweiteten Markenkommunikationsaktivitäten und einer damit verbundenen gewachsenen Markenwahrnehmung unterstützt. Der Anteil der Damenmode am Gesamtumsatz belief sich wie im Vorjahr auf 11 %.

Der **Markenumsatz**, der mit HUGO BOSS Produkten weltweit erzielt wurde, lag im Geschäftsjahr 2014 mit 5.123 Mio. EUR insbesondere aufgrund der positiven Entwicklung des konzernerneigenen Einzelhandels um 2 % über dem Wert des Vorjahres (2013: 5.014 Mio. EUR). Der Markenumsatz ergibt sich als Summe der über den konzernerneigenen Einzelhandel erzielten Umsätze und der auf Retailbasis hochgerechneten Umsätze sowohl mit Großhandelspartnern als auch der HUGO BOSS Lizenzpartner.

ENTWICKLUNG DER AUFTRAGSLAGE

HUGO BOSS richtet seine Vertriebsaktivitäten und sein Geschäftsmodell immer stärker auf den eigenen Einzelhandel aus. Aufgrund des dadurch erzielten, überdurchschnittlichen Wachstums im eigenen Einzelhandel ist der Umsatzanteil des Großhandelskanals rückläufig. Insofern verliert das Vorordergeschäft, also der Verkauf im Vorfeld bestellter Ware an Großhandelspartner, für die Entwicklung der Gesamtgeschäftslage an Bedeutung, obwohl sein Umsatzanteil im Großhandelsbereich im vergangenen Jahr unverändert blieb.

Bezogen auf den Gesamtumsatz des Konzerns ging der **Anteil des klassischen Ordergeschäfts** im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 32 % (2013: 34 %) zurück. Um seine Produktion dennoch bestmöglich zu planen, bezieht HUGO BOSS dementsprechend neben dem Ordereingang vor allem die Entwicklung im eigenen Einzelhandel in die Mengenplanung ein.

ANZAHL KONZERNEIGENER EINZELHANDELSGESCHÄFTE

Im Geschäftsjahr 2014 erhöhte sich die Gesamtzahl der eigenen **Einzelhandelsgeschäfte** inklusive Outletgeschäften um netto 31 auf 1.041 (2013: 1.010). Mit einem Anstieg um netto 17 Standorte entfiel der Großteil der Expansion auf freistehende Geschäfte. Die Gesamtverkaufsfläche der eigenen Einzelhandelsgeschäfte stieg dabei um 4 % auf rund 140.000 Quadratmeter (31. Dezember 2013: 135.000 Quadratmeter). :// www.hugoboss.com/

Store Locator

**Damenmode mit
zweistelligem
Umsatzanstieg**

**Anstieg des
Markenumsatzes**

**Bedeutung des
Ordergeschäfts sinkt
aufgrund steigenden
Umsatzanteils des
eigenen Einzelhandels**

**Konzernerneigenes
Einzelhandelsnetz-
werk wächst 2014 um
netto 31 Geschäfte**

und Taiwan übernahm HUGO BOSS insgesamt 15 bisher von Großhandelspartnern geführte Verkaufspunkte. Unter Berücksichtigung der Schließung von 25 meist kleineren Standorten ergibt sich ein Nettoanstieg von acht auf nunmehr 242 eigene Einzelhandelsgeschäfte in dieser Region (2013: 234).

Zusätzlich werden weltweit rund 6.550 Verkaufspunkte von Großhandelspartnern entweder in separaten Stores und Shop-in-Shops oder aber im Multibrand-Umfeld bewirtschaftet. Somit können Kunden heute HUGO BOSS Produkte an insgesamt rund 7.600 Verkaufspunkten in 130 Ländern erwerben. → **Hauptstandorte/Weltweite Marktpresenz**

ERTRAGSLAGE

03|10 GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (in Mio. EUR)

	2014	In % des Umsatzes	2013	In % des Umsatzes	Veränderung in %
Umsatzerlöse	2.571,6	100,0	2.432,1	100,0	6
Umsatzkosten	-872,5	-33,9	-852,5	-35,1	-2
Rohhertrag	1.699,1	66,1	1.579,6	64,9	8
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-994,9	-38,7	-891,6	-36,7	-12
Verwaltungsaufwendungen	-236,2	-9,2	-228,5	-9,4	-3
Sonstige betriebliche Aufwen- dungen und Erträge	-19,3	-0,8	-3,3	-0,1	>-100
EBIT	448,7	17,4	456,2	18,7	-2
Zinsergebnis	-4,5	-0,2	-14,4	-0,6	69
Übrige Finanzposten	-7,1	-0,3	-8,3	-0,3	14
Finanzergebnis	-11,6	-0,5	-22,7	-0,9	49
Ergebnis vor Ertragsteuern	437,1	16,9	433,5	17,8	1
Ertragsteuern	-102,6	-4,0	-100,1	-4,1	-2
Konzernergebnis	334,5	13,0	333,4	13,7	0
Davon entfallen auf:					
Anteilseigner des Mutter- unternehmens	333,3	12,9	329,0	13,5	1
Nicht beherrschende Anteile	1,2	0,1	4,4	0,2	-73
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	4,83		4,77		1
EBITDA	571,5	22,2	561,4	23,1	2
Sondereffekte	-19,3	-0,8	-3,3	-0,1	>-100
EBITDA vor Sondereffekten	590,8	23,0	564,7	23,2	5
Ertragsteuerquote in %	23		23		

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

stehen. Ein im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2014 erzielter Ertrag im Zusammenhang mit der Veräußerung eines Showrooms in Frankreich wurde dabei vollständig kompensiert.

→ Konzernanhang, Textziffer 5

03|12 BEREINIGTE EBITDA-MARGE (in %)

2014		23,0
2013		23,2
2012		22,5
2011		22,8
2010		20,5

03|13 EBITDA VOR SONDEREFFEKTEN NACH QUARTALEN (in Mio. EUR)

Q4/2014		167,4
Q4/2013		157,3
Q3/2014		181,9
Q3/2013		173,1
Q2/2014		110,2
Q2/2013		101,8
Q1/2014		131,3
Q1/2013		132,5

Die interne Steuerungsgröße **EBITDA vor Sondereffekten** erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 5 % auf 591 Mio. EUR (2013: 565 Mio. EUR). Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit 23,0 % um 20 Basispunkte unter dem Vorjahresniveau (2013: 23,2 %). Der Anstieg der operativen Aufwendungen im Vertriebs- und Marketingbereich konnte durch die Steigerung der Rohertragsmarge nicht vollständig kompensiert werden. Die **Abschreibungen** lagen aufgrund einer höheren Anlagenintensität durch Investitionen in den konzerneigenen Einzelhandel mit 123 Mio. EUR um 17 % über dem Niveau des Vorjahres (2013: 105 Mio. EUR). Das **Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)** lag zum Ende des Geschäftsjahres 2014 mit 449 Mio. EUR 2 % unter dem Vorjahresniveau (2013: 456 Mio. EUR).

Anstieg des EBITDA vor Sondereffekten um 5 %

Das **Finanzergebnis** als Nettoaufwand der Positionen Zinsergebnis und übrige Finanzposten verbesserte sich im Geschäftsjahr 2014 um 49 % auf 12 Mio. EUR (2013: 23 Mio. EUR). Der Nettozinsaufwand verringerte sich aufgrund einer geringeren Verschuldung und eines niedrigen Zinsniveaus deutlich um 69 % auf 5 Mio. EUR (2013: 14 Mio. EUR). Die übrigen Finanzposten summierten sich auf einen Nettoaufwand von 7 Mio. EUR und lagen insbesondere aufgrund einer im Vergleich zum Vorjahr günstigeren Entwicklung der Wechselkurse um 14 % unter dem Niveau des Vorjahres (2013: Nettoaufwand von 8 Mio. EUR). → Konzernanhang, Textziffer 6






Verbesserung des Finanzergebnisses

Das **Ergebnis vor Steuern** lag mit 437 Mio. EUR 1 % über dem Vorjahresniveau (2013: 433 Mio. EUR). Mit 23 % lag die **Konzernsteuerquote** auf dem Niveau des Vorjahres (2013: 23 %). Die aus dem regional unterschiedlichen Wachstum resultierenden Ergebnisanteile

Konzernergebnis leicht über Vorjahresniveau

der inländischen und ausländischen Gesellschaften des HUGO BOSS Konzerns wirkten sich im Geschäftsjahr 2014 neutral auf den Konzernsteuersatz aus. Das **Konzernergebnis** lag im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 437 Mio. EUR leicht über dem Wert des Vorjahres (2013: 433 Mio. EUR). Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn stieg um 1 % auf 333 Mio. EUR (2013: 329 Mio. EUR). Der Ergebnisanteil anderer Gesellschafter in Höhe von 1 Mio. EUR bezieht sich im Wesentlichen auf den 40 %-Anteil der Rainbow-Gruppe an den „Joint-Venture“-Gesellschaften in China, den HUGO BOSS Ende Juni vollständig übernahm (2013: 4 Mio. EUR).

03|14 ERGEBNIS JE AKTIE (in EUR)

2014		4,83
2013		4,77
2012		4,44
2011		4,12
2010		2,73

Das Ergebnis je Aktie verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr um 1 % auf 4,83 EUR (2013: 4,77 EUR).

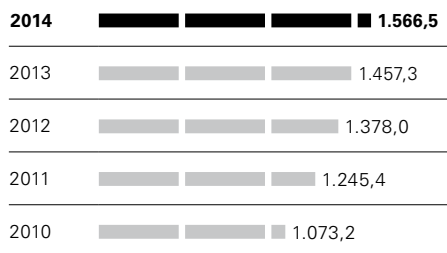
DIVIDENDE UND ERGEBNISVERWENDUNG

Das Geschäftsjahr 2014 der HUGO BOSS AG schloss mit einem Jahresüberschuss von 292 Mio. EUR ab (2013: 211 Mio. EUR). Der Bilanzgewinn betrug nach Einstellung in die Gewinnrücklagen 255 Mio. EUR (2013: 235 Mio. EUR). Vor dem Hintergrund einer **ertragsorientierten Ausschüttungspolitik** werden Aufsichtsrat und Vorstand der Hauptversammlung vorschlagen, eine **Dividende von 3,62 EUR je Aktie** (2013: 3,34 EUR je Aktie) für das Geschäftsjahr 2014 auszuschütten. Dies entspricht einem Betrag von 250 Mio. EUR (2013: 231 Mio. EUR). Des Weiteren wird der Hauptversammlung vorgeschlagen, den auf eigene Anteile entfallenden Dividendenbetrag in Höhe von 5 Mio. EUR auf neue Rechnung vorzutragen (2013: 5 Mio. EUR).

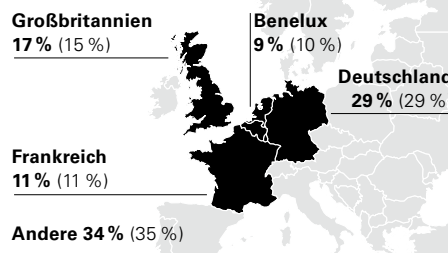
UMSATZ- UND ERTRAGSENTWICKLUNG DER GESCHÄFTSSEGMENTE

EUROPA

03|15 UMSATZ EUROPA
(in Mio. EUR)



03|16 UMSATZANTEILE EUROPA 2014
(2013)



Der **Umsatz** in der **Region Europa** inklusive Naher Osten und Afrika konnte im Geschäftsjahr 2014 in lokalen Währungen wie auch in Berichtswährung um 7 % auf 1.567 Mio. EUR gesteigert werden (2013: 1.457 Mio. EUR).

Die Umsätze im **konzerneigenen Einzelhandel** konnten in der Region Europa im abgelaufenen Geschäftsjahr um 14 % auf 851 Mio. EUR gesteigert werden (2013: 747 Mio. EUR). Dies entspricht einem Anstieg von 13 % in lokalen Währungen. Zu dieser positiven Entwicklung trugen neben der fortgesetzten Flächenexpansion insbesondere die gesteigerte Produktivität bestehender Einzelhandelsflächen bei. Der Umsatz mit Kunden des **Großhandels** erhöhte sich in lokalen Währungen wie auch in Berichtswährung um 1 % auf 716 Mio. EUR (2013: 710 Mio. EUR). Diese Entwicklung war insbesondere auf das anziehende Ordergeschäft in der zweiten Jahreshälfte zurückzuführen.

Der Umsatz in **Deutschland** lag mit 448 Mio. EUR 7 % über dem Niveau des Vorjahres (2013: 417 Mio. EUR). Ein zweistelliges Wachstum im konzerneigenen Einzelhandel sowie ein Umsatzanstieg im Großhandelskanal trugen zu dieser Entwicklung bei. In **Großbritannien** verzeichneten sowohl der konzerneigene Einzelhandel als auch das Geschäft mit Großhandelspartnern zweistellige Umsatzzuwächse. So lag der Umsatz in Großbritannien in Berichtswährung mit 262 Mio. EUR um 22 % über dem Wert der Vorperiode (2013: 215 Mio. EUR). In lokaler Währung entspricht dies einem Umsatzanstieg von 16 %. In **Frankreich** lag der Umsatz mit 171 Mio. EUR um 3 % über dem Vorjahresniveau (2013: 166 Mio. EUR), wobei ein zweistelliges Wachstum im konzerneigenen Einzelhandel einen Rückgang im Großhandelskanal kompensieren konnte. Bedingt durch die fortgesetzte Konsolidierung im Großhandelskanal lagen die Umsätze in den **Beneluxstaaten** mit 145 Mio. EUR um 6 % unter dem Niveau des Vorjahres (2013: 153 Mio. EUR). Der konzerneigene Einzelhandel entwickelte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr jedoch auch in diesem Markt positiv. Das Geschäft in **Osteuropa** entwickelte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr ebenfalls positiv. So verzeichnete HUGO BOSS auf diesem Wachstumsmarkt ein zweistelliges Umsatzwachstum in lokalen Währungen.

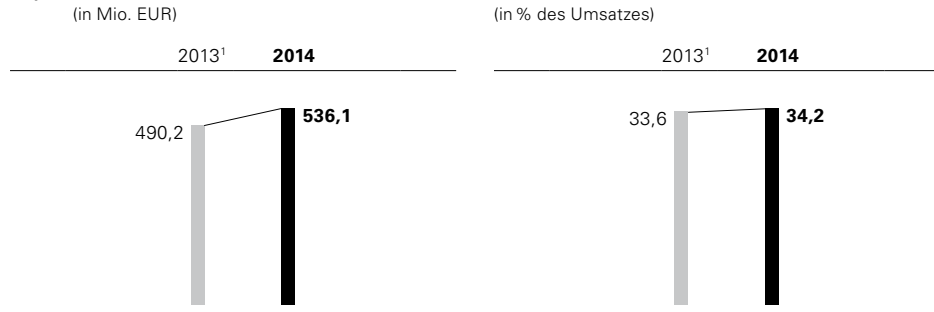
Fortgeführte Transformation des Geschäftsmodells und gesteigerte Flächenproduktivität

Großbritannien bleibt der am stärksten wachsende Kernmarkt innerhalb der Region

**Konjunkturbelebung
unterstützt Umsatz-
wachstum in Spanien**

In **Südeuropa** konnte HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2014 Umsatzzuwächse sowohl in **Italien** als auch auf der **Iberischen Halbinsel** erzielen. Zweistellige Wachstumsraten im konzerneigenen Einzelhandel wie auch im Großhandelskanal führten insbesondere auf der Iberischen Halbinsel zu einem deutlichen Umsatzanstieg.

03|17 ERGEBNISENTWICKLUNG EUROPA



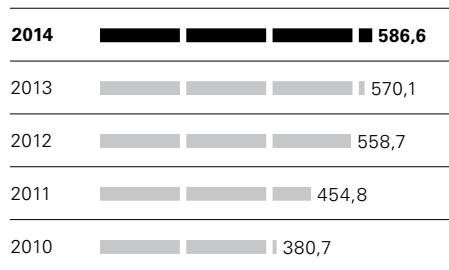
¹Die Vorjahresangaben weichen aufgrund einer Reallokation von Kostenstellen zwischen den Corporate Units und Europa von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

**Anstieg des Rohertrags
bedingt verbessertes
Segmentergebnis der
Region Europa**

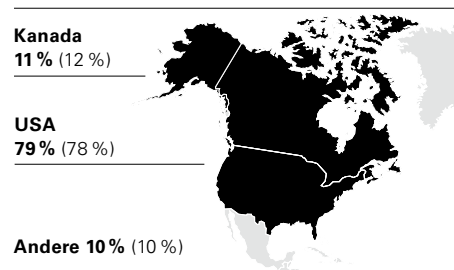
Das **Segmentergebnis** der Region Europa lag mit 536 Mio. EUR um 9 % über dem Niveau des Vorjahres (2013: 490 Mio. EUR). Die Rohertragsmarge konnte aufgrund des Wachstums des konzerneigenen Einzelhandels sowie der Reduzierung von Preisnachlässen in diesem Vertriebskanal gesteigert werden. Höhere Vertriebs- und Marketingaufwendungen konnten durch die Steigerung des Rohertrags kompensiert werden. Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit 34,2 % um 60 Basispunkte über dem Vorjahresniveau (2013: 33,6 %).

AMERIKA

03|18 UMSATZ AMERIKA
(in Mio. EUR)



03|19 UMSATZANTEILE AMERIKA 2014
(2013)



In der **Region Amerika** stieg der **Umsatz** in Berichtswährung um 3 % im Vergleich zum Vorjahr auf 587 Mio. EUR (2013: 570 Mio. EUR). In lokalen Währungen entspricht dies einem Umsatzzuwachs von 4 %.

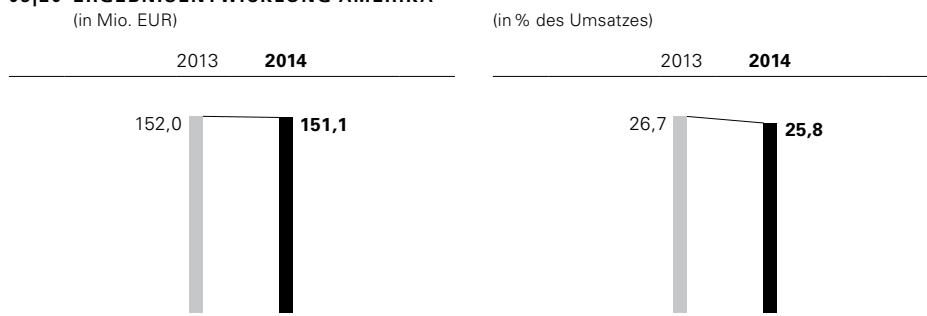
Der Umsatz im **konzerneigenen Einzelhandel** konnte im Geschäftsjahr 2014 um 11 % gesteigert werden und belief sich auf 326 Mio. EUR (2013: 293 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Anstieg von 13 %. Unterstützt von der fortgeführten Expansion in diesem Vertriebskanal trugen alle Märkte der Region mit zweistelligem Umsatzwachstum zu dieser Entwicklung bei. Im **Großhandelskanal** wurden im gleichen Zeitraum 261 Mio. EUR umgesetzt (2013: 277 Mio. EUR). Der Umsatz in diesem Absatzkanal verringerte sich somit in Konzernwährung um 6 %, in lokalen Währungen um 5 %. Insbesondere in den USA führten die im Geschäftsjahr 2013 getätigten Übernahmen bisher durch Großhandelspartner geführter Verkaufsflächen zu einer Umsatzverschiebung vom Großhandelsgeschäft hin zum konzerneigenen Einzelhandel.

Zuwächse im konzerneigenen Einzelhandel kompensieren Entwicklung im Großhandel

In den **USA** erhöhte sich der Umsatz in lokalen Währungen wie auch in Berichtswährung um 4 % und summierte sich nach Ablauf der zwölf Monate auf 463 Mio. EUR (2013: 447 Mio. EUR). Ein zweistelliges Umsatzwachstum im konzerneigenen Einzelhandel konnte die gegenläufige Entwicklung im Großhandelsgeschäft dabei mehr als kompensieren. Die Umsätze in **Kanada** lagen in Berichtswährung mit 67 Mio. EUR 3 % unter dem Niveau des Vorjahres (2013: 68 Mio. EUR). Unterstützt durch die Entwicklung im konzerneigenen Einzelhandel konnten die Umsätze in lokaler Währung jedoch auch in diesem Markt um 5 % zulegen. In **Mittel- und Südamerika** stiegen die Umsätze um 5 % in Berichtswährung auf 57 Mio. EUR (2013: 55 Mio. EUR). Trotz einer Verlangsamung des Wirtschaftswachstums in dieser Region konnte hier ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum von 10 % erzielt werden.

Umsätze in den USA legen währungsbereinigt um 4 % zu

03|20 ERGEBNISENTWICKLUNG AMERIKA



Das **Segmentergebnis** der Region Amerika lag mit 151 Mio. EUR um 1 % unter dem Vorjahresniveau (2013: 152 Mio. EUR). Die verbesserte Rohertragsmargenentwicklung wurde durch den Anstieg der Vertriebs- und Marketingaufwendungen aufgrund der Expansion des konzerneigenen Einzelhandels kompensiert. Die bereinigte EBITDA-Marge lag in dieser Region mit 25,8 % um 90 Basispunkte unter der des Vorjahres (2013: 26,7 %).

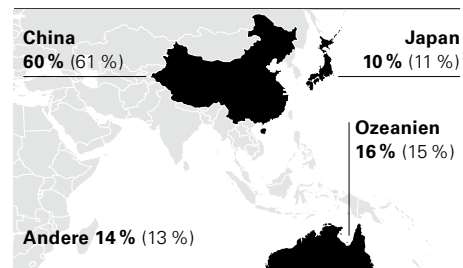
Segmentergebnis der Region Amerika leicht unter Vorjahresniveau

ASIEN/PAZIFIK

03 | 21 UMSATZ ASIEN/PAZIFIK (in Mio. EUR)



03 | 22 UMSATZANTEILE ASIEN/PAZIFIK 2014 (2013)



HUGO BOSS übernimmt vollständige Kontrolle über sein Storenetz in China und Macau

HUGO BOSS betreibt sein Storenetz in China und Macau seit dem 30. Juni 2014 komplett in Eigenregie. Auf Grundlage der erzielten Übereinkunft hat HUGO BOSS den verbleibenden 40 %-Anteil an dem im Juli 2010 mit der Rainbow-Gruppe gegründeten „Joint Venture“ zum 30. Juni 2014 übernommen. Der Konzern erlangte damit die volle Kontrolle über die 55 Stores, die bislang vom „Joint Venture“ auf dem chinesischen Festland und in Macau betrieben wurden. Bis auf den Wegfall der Ergebnisanteile der Rainbow-Gruppe ergaben sich keine Auswirkungen auf die Umsatz- und Ertragslage des HUGO BOSS Konzerns im Geschäftsjahr 2014. → Konzernanhang, Akquisition nicht beherrschender Anteile ohne Kontrollwechsel

Im Geschäftsjahr 2014 lag der **Umsatz** in der **Region Asien/Pazifik** in Berichtswährung mit 361 Mio. EUR um 4 % über dem Vorjahresniveau (2013: 347 Mio. EUR). In lokalen Währungen erhöhte sich der Umsatz um 7 %.

Zweistelliges Umsatzwachstum im konzern-eigenen Einzelhandel

Im **konzerneigenen Einzelhandel** verzeichnete die Region einen Umsatzanstieg in Berichtswährung von 7 % auf 295 Mio. EUR (2013: 274 Mio. EUR). In lokalen Währungen entspricht dies einem Wachstum von 10 % gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz mit Kunden des **Großhandels** lag in Konzernwährung mit 66 Mio. EUR um 8 % unter dem Vorjahresniveau (2013: 72 Mio. EUR), was einem währungsbereinigten Rückgang von 7 % entspricht.

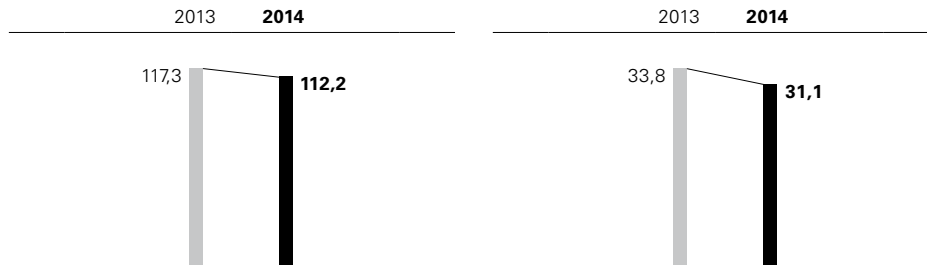
Währungsbereinigtes Umsatzwachstum in allen Einzelmärkten

Mit 215 Mio. EUR lagen die Umsätze in **China** um 2 % über dem Niveau des Vorjahres (2013: 211 Mio. EUR). Auch der währungsbereinigte Umsatzanstieg betrug 2 %. Das weiterhin schwierige Einzelhandelsumfeld belastete hier die Umsatzentwicklung. In **Ozeanien** lag der Umsatz mit 57 Mio. EUR um 6 % über dem Niveau des Vorjahres (2013: 53 Mio. EUR). Negative Währungseffekte belasteten auch hier die Umsatzentwicklung. Unterstützt durch deutliche Produktivitätsfortschritte im eigenen Einzelhandel konnte währungsbereinigt ein Umsatzanstieg von 13 % verzeichnet werden. Der Umsatz in **Japan** lag mit 38 Mio. EUR 3 % unter dem Niveau des Vorjahres (2013: 39 Mio. EUR), was jedoch einem währungsbereinigten Umsatzanstieg von 5 % entspricht.

03|23 ERGEBNISENTWICKLUNG ASIEN/PAZIFIK

(in Mio. EUR)

(in % des Umsatzes)



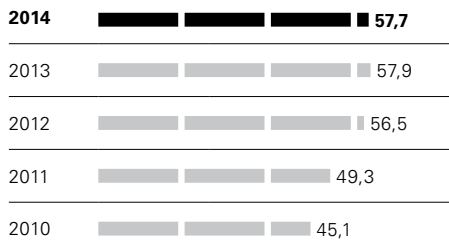
Das **Segmentergebnis** der Region Asien/Pazifik lag mit 112 Mio. EUR um 4 % unter dem Vorjahresniveau (2013: 117 Mio. EUR). Ein überproportionaler Anstieg der Vertriebs- und Marketingaufwendungen, insbesondere aufgrund der Expansion des konzerneigenen Einzelhandels, war der Haupttreiber dieser Entwicklung. Die bereinigte EBITDA-Marge in dieser Region lag mit 31,1 % um 270 Basispunkte unter dem Vorjahresniveau (2013: 33,8 %).

Segmentergebnis der Region Asien/Pazifik leicht unter Vorjahresniveau

LIZENZEN

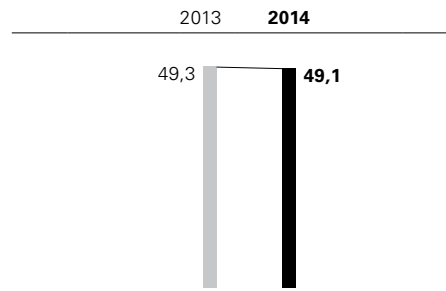
03|24 UMSATZ LIZENZEN

(in Mio. EUR)



03|25 ERGEBNISENTWICKLUNG LIZENZEN

(in Mio. EUR)



Das **Lizenzgeschäft** entwickelte sich im Geschäftsjahr 2014 stabil. Die von Partnern hergestellten Produkte umfassen unter anderem Düfte, Brillen und Uhren. Der Umsatz mit externen Lizenznehmern lag wie im Vorjahr bei 58 Mio. EUR (2013: 58 Mio. EUR). Die Lizeineinnahmen für Düfte waren im Vergleich zum Vorjahr leicht rückläufig. Ein zweistelliges Wachstum bei Damendüften wurde durch rückläufige Lizeineinnahmen im Herrenduftbereich ausgeglichen. Bei den Lizeineinnahmen für Uhren konnte hingegen ein zweistelliger Umsatzanstieg verzeichnet werden.

Stabile Entwicklung des Lizenzgeschäfts

Das **Ergebnis des Segments** Lizenzen lag mit 49 Mio. EUR auf dem Niveau des Vorjahres (2013: 49 Mio. EUR).

VERMÖGENSLAGE

Die Entwicklung der bilanziellen Kennzahlen des Konzerns war im Geschäftsjahr 2014 insbesondere durch die Expansion des konzerneigenen Einzelhandels geprägt. So führten Investitionen in das Vertriebsnetz zu einem Anstieg des Anlage- und Vorratsvermögens. Die Effizienz des kurzfristigen Kapitaleinsatzes, definiert als Verhältnis von kurzfristigem operativen Nettovermögen zum Umsatz, lag zum Bilanzstichtag über dem zum Jahresende 2013 erreichten Niveau.

03|26 BILANZSTRUKTUR ZUM 31. DEZEMBER (in %)

AKTIVA	2013	2014
Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	34	32
Vorräte	29	30
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	15	15
Sonstige Vermögenswerte	14	15
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	8	8
GESAMT	100	100
AKTIVA (in Mio. EUR)	1.501,3	1.661,8

..II Für absolute Zahlen siehe Konzernbilanz, S. 157

Erhöhtes Vorrats- und Anlagevermögen bedingen Anstieg der Bilanzsumme

Die **Bilanzsumme** stieg zum Ende des Geschäftsjahres 2014 um 11 % auf 1.662 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 1.501 Mio. EUR). Diese Veränderung wurde insbesondere durch einen Anstieg der Vorräte und des Anlagevermögens im Zuge der Expansion des konzerneigenen Einzelhandels getrieben. Der **Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte** erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr auf 60 % (31. Dezember 2013: 59 %). Der **Anteil der langfristigen Aktiva** sank entsprechend von 41 % im Vorjahr auf 40 % zum 31. Dezember 2014.

Anstieg des Anlagevermögens aufgrund von Einzelhandelsinvestitionen

Das **Anlagevermögen** stieg zum Ende des Berichtszeitraums um 5 % auf 531 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 508 Mio. EUR). Ursächlich hierfür waren Investitionen in den Ausbau und die Aufwertung des konzerneigenen Einzelhandels. → **Finanzlage, Investitionen**

03|27 VORRÄTE ZUM 31. DEZEMBER (in Mio. EUR)

2014		507,4
2013		440,8
2012		421,2
2011		450,2
2010		377,3

Die **Vorräte** stiegen zum 31. Dezember 2014 um 15 % auf 507 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 441 Mio. EUR). Bereinigt um Wechselkurseffekte stieg das Vorratsvermögen im Vorjahresvergleich um 8 %. Das höhere Vorratsvolumen war insbesondere durch die weitere Expansion im konzerneigenen Einzelhandel getrieben.

Expansion im konzerneigenen Einzelhandel bedingt Anstieg der Vorräte

03|28 FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN ZUM 31. DEZEMBER (in Mio. EUR)

2014		250,5
2013		226,2
2012		214,9
2011		174,6
2010		133,4

Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 11 % auf 251 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 226 Mio. EUR). Bereinigt um Wechselkurseffekte entspricht dies einem Anstieg von 7 %. Der Anstieg ist im Wesentlichen durch einen im Vergleich zum Vorjahr höheren Anteil von Auslieferungen im Großhandelsgeschäft am Ende der Berichtsperiode sowie höheren Forderungen in Zusammenhang mit dem Ausbau des Konzessionsmodells getrieben.

Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die **sonstigen Vermögenswerte** erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 17 % auf 243 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 207 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist überwiegend auf höhere Erstattungsansprüche aus Retouren sowie einen Anstieg der aktiven latenten Steuern aufgrund zusätzlicher temporärer Differenzen zurückzuführen. → **Konzernanhang, Textziffer 7**

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** beliefen sich zum Bilanzstichtag auf 129 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 119 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf die positive Entwicklung des Free Cash Flows zurückzuführen.

03|29 BILANZSTRUKTUR ZUM 31. DEZEMBER (in %)

PASSIVA	2013	2014
Eigenkapital	49	51
Rückstellungen und latente Steuern	11	12
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	16	15
Sonstige Verbindlichkeiten	12	12
Finanzverbindlichkeiten	12	10
GESAMT	100	100
PASSIVA (in Mio. EUR)	1.501,3	1.661,8

..II Für absolute Zahlen siehe Konzernbilanz, S. 157

Eigenkapitalquote steigt auf 51 %

Das Eigenkapital erhöhte sich zum Bilanzstichtag um 14 % auf 844 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 740 Mio. EUR). Somit stieg die **Eigenkapitalquote** zum Bilanzstichtag auf 51 % (31. Dezember 2013: 49 %).

Die **Rückstellungen und latenten Steuern** lagen mit 196 Mio. EUR um 15 % über dem Vorjahresniveau (31. Dezember 2013: 170 Mio. EUR). Darin enthalten sind Rückstellungen für Pensionen und andere Personalaufwendungen in Höhe von 91 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 83 Mio. EUR). Sonstige Rückstellungen sind mit 95 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 69 Mio. EUR) und passive latente Steuern mit 10 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 17 Mio. EUR) enthalten. Der Anstieg der sonstigen Rückstellungen ergibt sich im Wesentlichen aus Rückstellungen in Zusammenhang mit der vorzeitigen Vertragsauflösung mit einem Handelsagenten im Nahen Osten sowie der für das erste Halbjahr 2015 geplanten Schließung des Produktionsstandortes in Cleveland, Ohio. → **Konzernanhang, Textziffer 25**

03|30 VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN ZUM 31. DEZEMBER
(in Mio. EUR)

2014	255,0
2013	235,3
2012	227,6
2011	225,1
2010	188,0

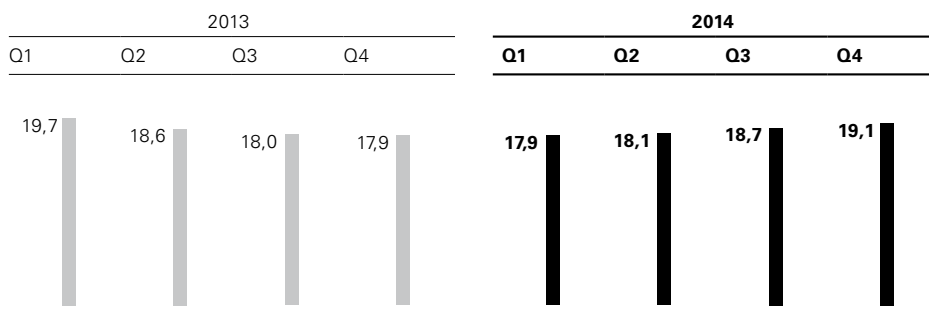
Höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr volumenbedingt um 8 % auf 255 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 235 Mio. EUR). Währungsbereinigt entspricht dies einem Anstieg von 6 %.

Die **sonstigen Verbindlichkeiten** erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr um 10 % auf 195 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 176 Mio. EUR) und enthalten neben Umsatzsteuerschulden und ausstehenden Sozialversicherungsbeiträgen im Wesentlichen abgegrenzte Schulden aus Mietverpflichtungen für den konzerneigenen Einzelhandel sowie für Urlaubsansprüche, Löhne und Gehälter. Der Veränderung zum Vorjahr ergibt sich hauptsächlich aus einer Erhöhung der abgegrenzten Schulden aus Mietverpflichtungen sowie höheren Umsatzsteuerschulden.

Die Summe der **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** verringerte sich zum Bilanzstichtag um 4 % auf 172 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 179 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf die im Vergleich zum Vorjahr geringere Inanspruchnahme des Konsortialkredits in Höhe von 100 Mio. EUR zurückzuführen (31. Dezember 2013: 111 Mio. EUR). Neben den in Anspruch genommenen Tranchen des Konsortialkredits enthalten die Finanzverbindlichkeiten negative Marktwerte von Zins- und Währungssicherungsgeschäften in Höhe von insgesamt 8 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 3 Mio. EUR).

03|31 KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN (in % des Umsatzes)



Das **kurzfristige operative Nettovermögen (Trade Net Working Capital)** stellt die zentrale Steuerungsgröße des HUGO BOSS Konzerns zur Messung eines effizienten Kapitaleinsatzes dar. Als Komponenten gehen dabei ausschließlich die drei operativen Bestandsgrößen Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in die Berechnung dieser Kennzahl ein. Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte sich das kurzfristige operative Nettovermögen um 16 % auf 503 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 432 Mio. EUR). Der Anstieg der Vorräte sowie der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen waren der Haupttreiber dieser Entwicklung. Der Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen konnte dies nur teilweise kompensieren. Der gleitende Durchschnitt des **kurzfristigen operativen Nettovermögens im Verhältnis zum Umsatz** auf Basis der letzten vier Quartale lag mit 19,1 % um 120 Basispunkte über dem Niveau des Vorjahres (2013: 17,9 %).

Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % des Umsatzes über Vorjahresniveau

FINANZLAGE

Angesichts seiner starken Innenfinanzierungskraft und der langfristig zu vorteilhaften Konditionen abgeschlossenen Finanzierung durch einen Konsortialkredit ergaben sich für den Konzern im Geschäftsjahr 2014 keine wesentlichen Finanzierungsaktivitäten. Die Steigerung des Free Cashflows unterstützte den Abbau der Nettofinanzverbindlichkeiten auf nunmehr 36 Mio. EUR. Mit einem Wert von 135 Mio. EUR lagen die Investitionen unter dem Vorjahreswert.

FINANZMANAGEMENT UND FINANZIERUNGSGRUNDSÄTZE

Das wichtigste Ziel des **Finanzmanagements** von HUGO BOSS ist es, die Finanzkraft des Konzerns durch ausreichende Liquiditätsreserven langfristig sicherzustellen.

Zentrale Bündelung des weltweiten Finanzmanagements

Das konzernweite Finanzmanagement umfasst dabei die Konzernfinanzierung, das Cash- und Liquiditätsmanagement, das Management von Marktpreisrisiken sowie von Kreditausfallrisiken. Es ist im Konzern zentral in der Konzern-Treasuryabteilung organisiert. Dem **weltweiten Finanzmanagement** liegen konzerneinheitliche Grundsätze und Richtlinien zugrunde. Auf Ebene der Tochtergesellschaften verantworten die Finanzleiter die Einhaltung der Treasury-Richtlinien.

Das **externe Finanzierungsvolumen** des HUGO BOSS Konzerns wird im Wesentlichen über die HUGO BOSS International B.V. aufgenommen. Auf diese Weise können Größenvorteile genutzt und Kapitalkosten optimiert werden. 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, gibt die HUGO BOSS AG in Ausnahmefällen Garantien oder Patronatserklärungen ab.

Im Rahmen des Cash- und Liquiditätsmanagements optimiert und zentralisiert die Konzern-Treasuryabteilung Zahlungsströme und stellt die konzernweite Liquidität sicher. Die wichtigste Liquiditätsquelle des Konzerns stellen dabei die Mittelzuflüsse aus der operativen Geschäftstätigkeit der einzelnen Konzerngesellschaften dar.

Mithilfe effizienter **Cash-Management-Systeme** werden Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzernunternehmen genutzt, um den Finanzbedarf anderer zu decken (Cash-Pooling). Durch diesen konzerninternen Finanzausgleich wird der externe Finanzierungsbedarf reduziert und der Nettozinsaufwand gesenkt.

FREMDKAPITALAUSSTATTUNG UND FINANZIERUNGSSTRUKTUR

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

→ **Konzernanhang, Textziffer 27 und Textziffer 30**

Der Konzern hat die **finanzielle Flexibilität** durch die Refinanzierung der im Mai 2013 ausgelaufenen syndizierten Kreditlinie langfristig sichergestellt. Ein Bankenkonsortium unter Führung der DZ Bank, der Landesbank Baden-Württemberg sowie der Unicredit AG gewährte den syndizierten Kredit in Höhe von 450 Mio. EUR und mit einer Laufzeit von fünf Jahren. Er besteht aus einer festen Tranche in Höhe von 100 Mio. EUR und einer revolvingierenden Tranche von 350 Mio. EUR. Zum Bilanzstichtag war lediglich die feste Tranche in Anspruch genommen worden.






In ihrer Funktion als „In-House-Bank“ stellt die HUGO BOSS International B.V. diese Mittel über konzerninterne Darlehen den Konzerngesellschaften mit erhöhtem Finanzierungsbedarf zur Verfügung. Diese Darlehen werden in der Landeswährung der jeweiligen Vertriebsgesellschaft begeben und haben größtenteils den Charakter eines Kontokorrentkredits. Darüber hinaus ermöglichen Abzweiglinien der revolvingierenden Tranche, Kreditziehungen in Fremdwährungen vorzunehmen. Zur weiteren Liquiditätssicherung verfügt der Konzern über bilaterale Kreditlinien im Gesamtvolumen von 111 Mio. EUR, von denen zum 31. Dezember 2014 67 Mio. EUR beansprucht wurden. Neben den ungenutzten Kreditlinien in Höhe von 394 Mio. EUR verfügt der Konzern zum Bilanzstichtag über 129 Mio. EUR liquide Mittel, von denen 10 Mio. EUR auf Termingeldkonten mit einer Laufzeit von bis zu drei Monaten angelegt sind.

Konsortialkredit sichert langfristig finanzielle Flexibilität

FINANZIERUNGSKONDITIONEN

Der **Konsortialkreditvertrag** enthält eine marktübliche Vereinbarung zur Einhaltung der Kennziffer (Covenant) der Finanzierungsstärke, die als Verhältnis von Nettoverschuldung zu operativem Gewinn (EBITDA vor Sondereffekten) definiert ist. → **Konzernanhang, Textziffer 27**

03|32 FINANZIERUNGSSTÄRKE ZUM 31. DEZEMBER¹

2014		0,1
2013		0,1
2012		0,2
2011		0,3
2010		0,6

¹ Nettoverschuldung/EBITDA vor Sondereffekten.

Zum 31. Dezember 2014 lag HUGO BOSS hier wie bereits in den vorangegangenen Geschäftsjahren deutlich unter dem maximal zulässigen Höchstwert. Zum Bilanzstichtag befindet sich die Kennzahl zur Finanzierungsstärke mit einem Wert von 0,1 auf dem Niveau des Vorjahres.

Finanzierungsstärke auf Vorjahresniveau

Die **Finanzverbindlichkeiten** des HUGO BOSS Konzerns sind größtenteils variabel verzinslich und unterliegen zum überwiegenden Teil einer kurzfristigen Zinsbindung. Von den variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 133 Mio. EUR waren zum 31. Dezember 2014 rund 111 Mio. EUR durch Payer-Swaps gegen einen Zinsanstieg gesichert. Weitere fest verzinsliche Darlehen unterliegen keinem Zinsänderungsrisiko. → **Konzernanhang, Textziffer 27**

Im Zusammenhang mit Grundstücken und Gebäuden existieren Grundschulden in Höhe von 42 Mio. EUR (2013: 45 Mio. EUR).

AUSSERBILANZIELLE FINANZIERUNGSTRUMENTE

Ergänzt wird die Finanzierung durch Operating-Leasing-Verträge für konzerneigene Einzelhandelsstandorte sowie für Logistik- und Verwaltungsimmobilien. → **Konzernanhang, Textziffer 33**

KAPITALFLUSSRECHNUNG

03|33 FREE CASHFLOW (in Mio. EUR)

2014	268,4
2013	230,0
2012	220,6
2011	194,9
2010	246,3

Die Darstellung der Kapitalflussrechnung erfolgt gemäß IAS 7. Der betrachtete Zahlungsmittelfonds entspricht dabei der Bilanzposition „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“. Durch die währungsbereinigte Darstellung im Cashflow lassen sich diese Werte nicht aus der Bilanz ableiten.

Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit unter Vorjahresniveau

Der **Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit** lag mit 395 Mio. EUR unter dem Niveau des Vorjahres (2013: 416 Mio. EUR). Ein erhöhter Mittelabfluss aus der Veränderung der Vorräte sowie der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wirkte sich negativ aus. Der aus der Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen resultierende erhöhte Mittelzufluss kompensierte die Entwicklung teilweise und führte insgesamt zu einem Mittelabfluss aus dem kurzfristigen Nettovermögen in Höhe von 50 Mio. EUR (2013: 45 Mio. EUR). Aufgrund von Nachzahlungen für Vorjahre ergab sich auch aus gezahlten Ertragsteuern ein im Vergleich zum Vorjahr erhöhter Mittelabfluss.

Der Nettomittelabfluss aus gezahlten und erhaltenen Zinsen reduzierte sich zum Bilanzstichtag auf 3 Mio. EUR (2013: 8 Mio. EUR). Eine geringere Verschuldung sowie das niedrigere Marktzinsniveau wirkten sich hierbei positiv aus.

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit** lag mit 127 Mio. EUR unter dem Vorjahresniveau (2013: 186 Mio. EUR). Im Vorjahreszeitraum sorgten die Investitionen in das neue Liegwarenlager sowie der Erwerb von sonstigen Geschäftseinheiten für einen erhöhten Mittelabfluss.

Rückgang des Mittelabflusses aus Investitionstätigkeit

Der **Free Cashflow**, der sich aus dem Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit und aus dem Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit ermittelt, erhöhte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr um 38 Mio. EUR auf 268 Mio. EUR (2013: 230 Mio. EUR).

Der **Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit** summierte sich im Geschäftsjahr 2014 auf insgesamt 262 Mio. EUR (2013: 363 Mio. EUR) und war im Wesentlichen durch die Dividendenausschüttung in Höhe von 230 Mio. EUR geprägt (2013: 215 Mio. EUR). Der Erwerb des verbleibenden 40 %-Anteils an den „Joint-Venture“-Gesellschaften in China und Macau führte zu einem Mittelabfluss in Höhe von 19 Mio. EUR. Im Vorjahr führten Refinanzierungsaktivitäten zu einem erhöhten Mittelabfluss.

Dividenden-ausschüttung prägt Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit

03|34 ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE ZUM 31. DEZEMBER
(in Mio. EUR)

2014	128,6
2013	119,2
2012	254,6
2011	200,4
2010	294,9

Der **Zahlungsmittelbestand** belief sich zum Bilanzstichtag auf 129 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 119 Mio. EUR).

NETTOVERSCHULDUNG

03|35 NETTOVERSCHULDUNG ZUM 31. DEZEMBER (in Mio. EUR)

2014	35,7
2013	57,0
2012	130,4
2011	149,1
2010	201,1

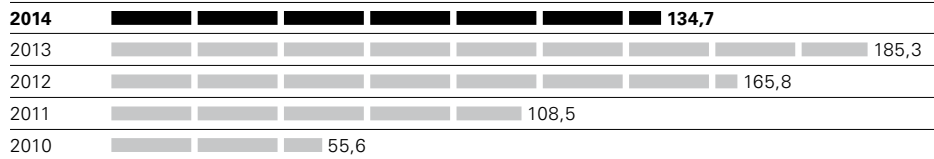
Verbesserung der Nettoverschuldung

Die **Nettoverschuldung** als Summe aller Finanzverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten abzüglich der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente verbesserte sich zum Ende des Geschäftsjahres 2014 um 37 % auf 36 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 57 Mio. EUR).

Die Finanzverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten lagen mit 164 Mio. EUR leicht unter dem Vorjahresniveau (31. Dezember 2013: 176 Mio. EUR).

INVESTITIONEN

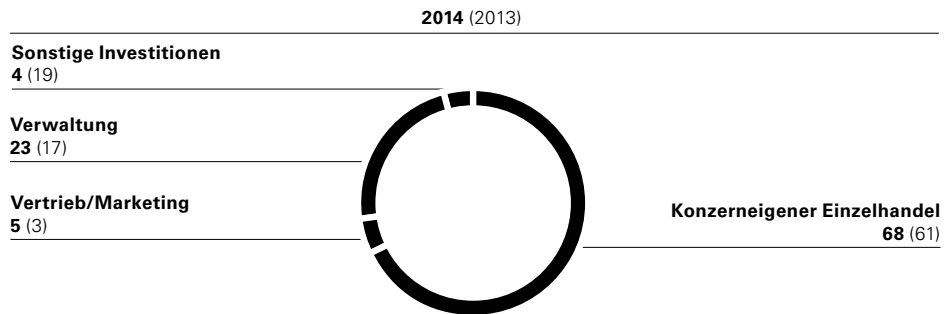
03|36 INVESTITIONEN (in Mio. EUR)



HUGO BOSS investiert 135 Mio. EUR im Geschäftsjahr 2014

HUGO BOSS hat im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt 135 Mio. EUR in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände investiert. Die Investitionssumme hat sich damit um 27 % gegenüber dem Vorjahr reduziert (2013: 185 Mio. EUR). Der Rückgang ist im Wesentlichen durch die im Vorjahreszeitraum getätigten Investitionen in die Erweiterung der Logistikkapazitäten begründet, die in diesem Jahr nicht wieder anfielen.

03|37 INVESTITIONEN NACH FUNKTIONSBEREICHEN (in %)



Eigener Einzelhandel bildet Schwerpunkt der Investitionen

Mit einem Anteil von 68 % am Gesamtinvestitionsvolumen bildete die **weltweite Expansion und Modernisierung des konzerneigenen Einzelhandels** auch weiterhin den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit im abgelaufenen Geschäftsjahr (2013: 61 %). Dies entspricht einer Investitionssumme von 92 Mio. EUR (2013: 113 Mio. EUR).

Die Investitionen in **Neueröffnungen** konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte beliefen sich im Geschäftsjahr 2014 auf 48 Mio. EUR (2013: 75 Mio. EUR). In der Region Europa wurden unter anderem Flagship-Stores in Rom und Mailand sowie Einzelhandelsgeschäfte in

Marseille, Berlin und Moskau eröffnet. In der Region Amerika konnten attraktive Standorte in Metropolen wie Washington, D. C., und Vancouver hinzugewonnen werden. Darüber hinaus sind in der Region Asien/Pazifik die Eröffnung eines Flagship-Stores in Hongkong sowie Neueröffnungen in Sydney und Osaka hervorzuheben.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden weltweit 44 Mio. EUR in die **Renovierung und Modernisierung** bestehender Einzelhandelsstandorte investiert (2013: 38 Mio. EUR). Die Investitionen entfielen insbesondere auf die Region Europa. Hier standen die Modernisierung zweier Stores in London sowie in Zürich im Vordergrund. In mehreren Fällen erweiterte der Konzern im Zuge von Modernisierungen die Grundfläche der Stores durch die Übernahme benachbarter Verkaufsflächen.

Modernisierung eigener Einzelhandelsstandorte steigt

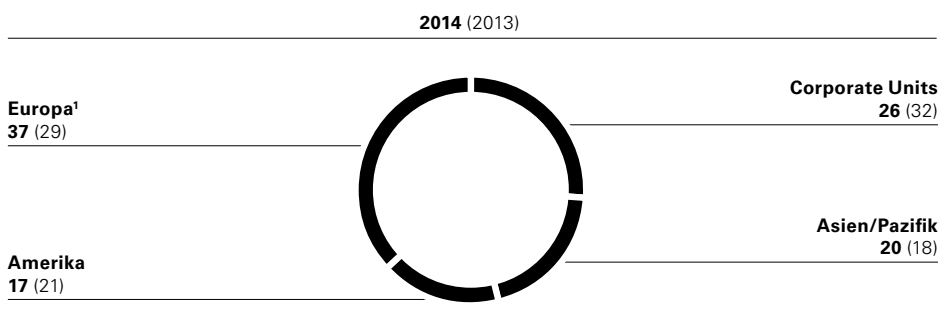
Investitionen in die **Produktions-, Logistik- und Vertriebsstruktur** sowie in **Forschung und Entwicklung** beliefen sich 2014 auf 12 Mio. EUR (2013: 41 Mio. EUR). Der Rückgang ist im Wesentlichen durch die im Vorjahreszeitraum getätigten Investitionen in die Erweiterung der Logistikkapazitäten begründet.

Die Investitionen in den **Verwaltungsbereich** beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 31 Mio. EUR (2013: 32 Mio. EUR). Darin enthalten sind insbesondere Investitionen in die IT-Infrastruktur in Höhe von 21 Mio. EUR (2013: 16 Mio. EUR).

Die kumulierten Abschreibungen auf das Anlagevermögen unter Berücksichtigung von aktivierten Eigenleistungen betragen 688 Mio. EUR (2013: 603 Mio. EUR). → **Konzernanhang, Textziffer 11 und 12**

Die bestehenden Verpflichtungen aus begonnenen Investitionsvorhaben beliefen sich zum 31. Dezember 2014 auf 1 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 2 Mio. EUR). → **Konzernanhang, Textziffer 33**

03|38 INVESTITIONEN NACH REGIONEN (in %)



¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

VERGÜTUNGSBERICHT

Der Bericht richtet sich nach den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex und beinhaltet Angaben nach den Erfordernissen des Deutschen Rechnungslegungsstandards (DRS) 17, des deutschen Handelsgesetzbuches (HGB) sowie der International Financial Reporting Standards (IFRS). Die Angaben nach IAS 24 sind im Konzernanhang enthalten.

GRUNDZÜGE DES VERGÜTUNGSSYSTEMS FÜR DEN VORSTAND

Entscheidungen über das Vergütungssystem des Vorstands liegen ebenso wie die regelmäßige Beratung und Überprüfung des Vergütungssystems in der Verantwortung des Aufsichtsrats. Die Erarbeitung von Vorschlägen soll durch den Personalausschuss erfolgen. Das Vergütungssystem, das für die Mitglieder des Vorstands der HUGO BOSS AG seit dem Geschäftsjahr 2010 gilt, wurde von der Hauptversammlung am 10. Mai 2011 mit großer Mehrheit gebilligt. Unter prinzipieller Beibehaltung dieses von der Hauptversammlung gebilligten Systems wurden mit Wirkung zum 1. Januar 2013 die Verträge mit allen Vorstandsmitgliedern dahingehend angepasst, dass die erfolgsabhängige Vergütungskomponente sich allein an quantitativen Zielgrößen orientiert und keine persönlichen Ziele mehr in die Zielvereinbarung der Vorstandsmitglieder einbezogen werden.

Die Gesamtvergütung des Vorstands setzt sich aus erfolgsunabhängigen (fixen) Vergütungsbestandteilen und erfolgsabhängigen (variablen) Vergütungsbestandteilen zusammen. Die Vergütungsstruktur ist durch die Berücksichtigung von Vergütungskomponenten mit mehrjähriger Bemessungsgrundlage auch auf die nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet. Die Gesamtvergütung der einzelnen Vorstandsmitglieder wird vom Aufsichtsrat unter Einbeziehung von etwaigen Konzernbezügen auf der Grundlage einer Leistungsbeurteilung festgelegt. Kriterien für die Angemessenheit der Vergütung bilden sowohl die Aufgaben des einzelnen Vorstandsmitglieds, seine persönliche Leistung, die wirtschaftliche Lage, der Erfolg und die Zukunftsaussichten des Unternehmens als auch die Üblichkeit der Vergütung unter Berücksichtigung des Vergleichsumfelds und der Vergütungsstruktur, die ansonsten in der Gesellschaft gilt. Der Aufsichtsrat kann nach seinem pflichtgemäßen Ermessen bei außerordentlichen Leistungen oder Erfolgen eines Vorstandsmitglieds über Sonderleistungen entscheiden.

Aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 21. Juni 2010 unterbleibt die Angabe der individuellen Bezüge der Vorstandsmitglieder. Die in § 285 Satz 1 Nr. 9 Buchstabe a Satz 5 bis 8 sowie § 314 Abs. 1 Nr. 6 Buchstabe a Satz 5 bis 8 des Handelsgesetzbuchs verlangten Angaben unterbleiben entsprechend für fünf Jahre. Dieser Beschluss gilt für das am 1. Januar 2010 begonnene Geschäftsjahr und die weiteren vier folgenden Geschäftsjahre, also bis einschließlich zum 31. Dezember 2014. Daher erfolgt der Ausweis der Gesamtvergütung sowohl als Gesamtsumme als auch aufgeteilt in die einzelnen Vergütungsbestandteile.

ERFOLGSUNABHÄNGIGE VERGÜTUNGSKOMPONENTEN

Die fixen Vergütungsbestandteile umfassen eine feste Grundvergütung, Nebenleistungen und einen Beitrag zur Altersversorgung. Die feste Grundvergütung wird monatlich als Gehalt ausgezahlt. Die Vorstandsmitglieder erhalten zusätzliche Nebenleistungen wie Dienstwagen, Zuschüsse zu Kranken- und Pflegeversicherungen, Abschluss von und Beiträge zu Unfall- sowie D&O-Versicherungen und sonstige zum Gehalt gehörende Sachleistungen sowie weitere zur Erfüllung der Vorstandsaufgaben notwendige Ausstattungen und Leistungen. Der Selbstbehalt der D&O-Versicherung entspricht gemäß § 93 Abs. 2 Satz 3 AktG einer Höhe von 10 % des jeweiligen Schadens, beträgt jedoch maximal das Eineinhalbfache der festen jährlichen Vergütung. Der aus der privaten Nutzung des Dienstwagens entstehende geldwerte Vorteil ist durch das Vorstandsmitglied zu versteuern.

ERFOLGSABHÄNGIGE VERGÜTUNGSKOMPONENTEN

Im Geschäftsjahr 2013 wurde die aus einem Jahresbonus und einem Mehrjahresbonus bestehende erfolgsabhängige Vergütung auf ausschließlich quantitative Zielgrößen umgestellt. Zukünftig werden keine persönlichen Ziele mehr in die Zielvereinbarung der Vorstandsmitglieder einbezogen.

KURZFRISTIGE VARIABLE VERGÜTUNG

Der Jahresbonus bemisst sich an der Entwicklung einer für ein Geschäftsjahr festgelegten quantitativen Zielgröße. Als Bemessungsgrundlage des Jahresbonus wurde für alle Vorstandsmitglieder das Trade Net Working Capital (Summe von Roh- und Fertigwaren sowie Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) festgelegt. Für den Jahresbonus eines Geschäftsjahres werden das zu erreichende Ziel sowie das Maximal- und Mindestziel für das Trade Net Working Capital als Prozentanteil vom Umsatz zu Beginn des Geschäftsjahres zwischen dem Vorstand und dem Aufsichtsrat festgelegt. Bei vollständiger Zielerreichung erfolgt die Auszahlung des für jedes Vorstandsmitglied vertraglich bestimmten Betrages zu 100 %. Der Höchstbetrag von 150 % des Ziel-Jahresbonus kommt zur Auszahlung, wenn ein bestimmter, unterhalb des Jahresziels liegender Prozentsatz erreicht wird. Der Jahresbonus entfällt, wenn ein bestimmter, oberhalb des Jahresziels liegender Prozentsatz erreicht oder überschritten wird. Der Jahresbonus ist innerhalb einer Woche nach Billigung des Konzernabschlusses für das jeweilige Geschäftsjahr durch den Aufsichtsrat zur Auszahlung fällig.

LANGFRISTIGE VARIABLE VERGÜTUNG

Der Mehrjahresbonus beruht auf mehrjähriger Bemessungsgrundlage und bemisst sich an der Entwicklung der für einen Dreijahreszeitraum festgelegten quantitativen Zielgrößen. Die quantitativen Zielgrößen sind auf die Wertsteigerung des Unternehmens ausgerichtet und orientieren sich an der Entwicklung der beiden Steuerungskennzahlen Umsatz und EBITDA vor Sondereffekten über einen Zeitraum von drei Jahren. Die Höhe der variablen Vergütung für ein Geschäftsjahr ist abhängig von der Erfüllung der im Vorfeld für den Mehrjahreszeitraum definierten Zielgrößen für die Kennzahlen Umsatz und EBITDA vor Sondereffekten. Für den Mehrjahreszeitraum werden Zielwerte sowie Maximal- und Minimalziele für die beiden Ergebniskennzahlen für jedes der drei Geschäftsjahre definiert. Der Grad der Zielerreichung wird für jedes der drei Geschäftsjahre einzeln ermittelt. Der gewichtete Durchschnitt der

jährlichen Zielerreichung der drei Geschäftsjahre ist maßgeblich für den Auszahlungsbetrag. Bei vollständiger Zielerreichung erfolgt die Auszahlung des für jedes Vorstandsmitglied vertraglich bestimmten Betrages zu 100 %. Der Höchstbetrag von 150 % des Ziel-Mehrjahresbonus kommt zur Auszahlung, wenn die festgelegten Maximalziele erreicht oder überschritten werden. Bei Erreichen oder Unterschreiten der festgelegten Minimalziele erfolgt keine Auszahlung des Mehrjahresbonus.

Abschlagszahlungen auf den erwarteten Ziel-Mehrjahresbonus erfolgen innerhalb einer Woche nach Billigung des Konzernabschlusses für das erste Geschäftsjahr des Dreijahreszeitraums. Die Ermittlung der tatsächlichen Zielerreichung für den Mehrjahresbonus erfolgt mit Ablauf des dritten Geschäftsjahres. Übersteigt der auf Basis der tatsächlichen Zielerreichung ermittelte Betrag des Mehrjahresbonus den Abschlagsbetrag, so erhält das Vorstandsmitglied die Differenz innerhalb einer Woche nach Billigung des Konzernabschlusses für das dritte Geschäftsjahr. Sofern die erhaltenen Abschlagszahlungen den verdienten Mehrjahresbonus für den Dreijahreszeitraum übersteigen, ist die Differenz vom Vorstandsmitglied innerhalb einer Woche nach Billigung des Konzernabschlusses für das dritte Geschäftsjahr an die HUGO BOSS AG zurückzuzahlen.

GESAMTVERGÜTUNG UND ZUFLUSS IM BERICHTSJAHR

Die Gesamtvergütung des Vorstands belief sich für das Geschäftsjahr 2014 auf 4.434 TEUR (2013: 5.211 TEUR). Davon entfielen 3.682 TEUR auf die fixen Gehaltsbestandteile inklusive Nebenleistungen (2013: 3.466 TEUR), die im Berichtsjahr 2014 vollständig zur Auszahlung kamen.

In der Gesamtvergütung für das Geschäftsjahr 2014 ist (anders als im Vorjahr) kein Jahresbonus enthalten. Der Jahresbonus entfällt, wenn hinsichtlich der für seine Bemessung festgelegten Zielgröße Trade Net Working Capital ein bestimmter, oberhalb des Jahresziels liegender Prozentsatz erreicht oder überschritten wird. Für das Geschäftsjahr 2014 wurde dieser Prozentsatz überschritten.

Die Gesamtvergütung des Geschäftsjahres 2014 enthält einen Betrag für kurzfristig variable Vergütung in Höhe von 752 TEUR. Dieser entfällt auf die tatsächliche Zielerreichung für den Jahresbonus 2013 und ergibt sich als Differenz aus der im Jahr 2014 erfolgten Auszahlung in Höhe von 1.607 TEUR und dem im Vorjahr zurückgestellten Betrag in Höhe von 855 TEUR. Für langfristig variable Vergütung (Mehrjahresboni 2013–2015 sowie 2014–2016) ist aufgrund der dreijährigen Bemessungsgrundlage anders als im Vorjahr kein Betrag in der Gesamtvergütung des Jahres enthalten. Im Vorjahr enthielt die Gesamtvergütung einen Betrag in Höhe von 890 TEUR, welcher sich als Differenz aus der tatsächlichen Zielerreichung des Mehrjahresbonus 2010–2012 und dem im Vorjahr anteilig zurückgestellten Betrag ergab.

Im Geschäftsjahr 2014 erhielt der Vorstand eine Abschlagszahlung in Höhe von insgesamt 2.844 TEUR (2013: 0 TEUR) auf den Mehrjahresbonus für das Geschäftsjahr 2013, dessen endgültige Bemessung sich nach der Zielerreichung für den Mehrjahreszeitraum 2013–2015 richtet.

AKTIENBASIERTE VERGÜTUNG

Die aktiven Vorstände halten keine Partizipationsrechte aus den in den Geschäftsjahren 2001 bis 2009 aufgelegten Tranchen des „Stock Appreciation Rights Program“.

LEISTUNGEN IM FALL DER BEENDIGUNG DER TÄTIGKEIT

Für den Fall der vorzeitigen Beendigung enthalten die Dienstverträge Regelungen, die – von der in der Entsprechenserklärung vom Dezember 2013 erklärten Abweichung abgesehen – im Einklang mit den Vorgaben des Corporate Governance Kodex stehen. Für den Fall der regulären Beendigung enthalten die Dienstverträge – mit Ausnahme von Pensionsregelungen – keine Regelungen.

Der Anstellungsvertrag mit einem Vorstandsmitglied enthält eine Bestimmung, die bei einem „Change of Control“ (Erwerb von mehr als 30 % der Stimmrechte an der HUGO BOSS AG) den Vertragspartnern unter bestimmten Voraussetzungen ein zusätzliches Kündigungsrecht einräumt und für den Fall, dass es zu einer Kündigung kommt, eine Entschädigungspflicht gegenüber dem Vorstandsmitglied vorsieht. Im Übrigen bestehen keine Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft für den Fall eines Übernahmeangebots mit den übrigen Mitgliedern des Vorstands oder mit Arbeitnehmern.

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

03|39 PENSIONSAUFWENDUNGEN (in TEUR)

	2014	2013
Service Costs (IFRS)	2.148	1.638
Barwert Rückstellung (IFRS) nach Saldierung des Planvermögens	10.466	4.432
Aufwand erdiente Pensionszusagen (HGB)	2.206	3.908
Barwert Rückstellung (HGB) nach Saldierung des Planvermögens	1.515	411

SONSTIGE ANGABEN

Ehemalige Vorstandsmitglieder und deren Hinterbliebene erhielten im Jahr 2014 Gesamtbezüge in Höhe von 197 TEUR (2013: 3.967 TEUR). Im abgelaufenen Geschäftsjahr enthalten die Gesamtbezüge keine Leistungen an frühere Vorstandsmitglieder im Zusammenhang mit der Beendigung ihrer Tätigkeit sowie Auszahlungen im Zusammenhang mit der Ausübung noch ausstehender Partizipationsrechte aus dem „Stock Appreciation Rights Program“ (2013: 3.774 TEUR).

VERGÜTUNG FÜR DEN AUFSICHTSRAT

Die von der Hauptversammlung festgelegte Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder ist in § 12 der Satzung der HUGO BOSS AG geregelt. Die Vergütung orientiert sich an der Unternehmensgröße und dem Tätigkeitsumfang der Aufsichtsratsmitglieder. Die Vergütung der Aufsichtsräte ist in einen fixen und einen variablen Bestandteil aufgeteilt. 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. Die fixe und variable Vergütung wird nach Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung des Aufsichtsrats für das jeweilige abgelaufene Geschäftsjahr entscheidet, ausgezahlt. Mitglieder des Aufsichtsrats, die nur während eines Teils des Geschäftsjahres dem Aufsichtsrat oder einem Ausschuss angehört haben, erhalten für jeden angefangenen Monat ihrer Tätigkeit eine zeitanteilige Vergütung. Mitgliedern des Aufsichtsrats werden Auslagen, die im Zusammenhang mit der Ausübung des Mandats entstehen, erstattet. Eine etwaige Umsatzsteuer wird von der Gesellschaft vergütet, soweit die Mitglieder des Aufsichtsrats berechtigt sind, die Umsatzsteuer der Gesellschaft gesondert in Rechnung zu stellen, und dieses Recht ausüben. Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit im Jahr 2013 Gesamtbezüge in Höhe von 2.134 TEUR. Für das Jahr 2014 betragen die Gesamtbezüge voraussichtlich 2.209 TEUR, darin enthalten ist eine Rückstellung für den variablen Anteil in Höhe von 1.454 TEUR (2013: 1.408 TEUR), der sich an der Höhe des voraussichtlichen Ergebnisses je Aktie im Konzernabschluss bemisst.

RECHTLICHE ANGABEN

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die Erklärung zur Unternehmensführung (gem. § 289a HGB) beinhaltet die Entsprechenserklärung, Angaben zu den Unternehmensführungspraktiken sowie die Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat. :// [group.hugoboss.com/Investor Relations/Corporate Governance](http://group.hugoboss.com/Investor%20Relations/Corporate%20Governance)

BERICHT ÜBER DIE BEZIEHUNGEN ZU VERBUNDENEN UNTERNEHMEN

Der Vorstand der HUGO BOSS AG 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 zu den zum HUGO BOSS Konzern gehörenden Unternehmen erfasst. Über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen hat der Vorstand Bericht erstattet und zusammenfassend erklärt: „... dass die Gesellschaft nach den Umständen im Zeitpunkt des jeweiligen Geschäfts für jede Leistung im Sinne dieses Berichts stets eine angemessene Gegenleistung erhalten hat. Maßnahmen auf Veranlassung oder im Interesse der Permira Holdings Limited, Guernsey, bzw. ihrer verbundenen Unternehmen wurden im Geschäftsjahr 2014 weder getroffen noch unterlassen.“

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

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

Das **gezeichnete Kapital** der HUGO BOSS AG setzt sich aus 70.400.000 nennwertlosen Stammaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von 1,00 EUR je Stammaktie zusammen.

Es bestehen Kapitalbeteiligungen, die 10 % der Stimmrechte überschreiten. Die zugehörigen Stimmrechtsmitteilungen sind im Internet unter group.hugoboss.com/de/investor-relations/kapitalmarktnachrichten verfügbar und finden sich zudem im Jahresabschluss der HUGO BOSS AG für das Geschäftsjahr 2014.

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

Im Geschäftsjahr 2014 erhielt die HUGO BOSS AG 16 Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG. Die zugehörigen Stimmrechtsmitteilungen sind im Internet unter group.hugoboss.com/de/investor-relations/kapitalmarktnachrichten verfügbar und finden sich zudem im Jahresabschluss der HUGO BOSS AG für das Geschäftsjahr 2014.

Es liegen dem Unternehmen keine weiteren 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.

Ernennung und 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 Abs. 2 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.

ERMÄCHTIGUNG DES VORSTANDS ZUR ERHÖHUNG DES GRUNDKAPITALS MIT DER MÖGLICHKEIT DES BEZUGSRECHTSAUSSCHLUSSES

Der Vorstand der HUGO BOSS AG kann mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis 12. Mai 2019 das Grundkapital um bis zu 35.200.000,00 EUR durch Ausgabe von bis zu 35.200.000 neuen, auf den Namen lautenden Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmal oder mehrmals erhöhen (Genehmigtes Kapital). Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu.

Der Vorstand wird jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Bezugsrecht der Aktionäre bis zu maximal 20 % des Grundkapitals (a) zum Ausgleich von Spitzenbeträgen, (b) bei Kapitalerhöhung gegen Sacheinlagen und (c) in dem Fall auszuschließen, wenn der Ausgabepreis der neuen Aktien bei Kapitalerhöhungen gegen Bareinlagen den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabepreises, die möglichst zeitnah zur Platzierung der Aktien erfolgen soll, nicht wesentlich unterschreitet, wobei in diesem Fall (c) die ausgegebenen Aktien unter Anrechnung eventuell

unter Bezugsrechtsausschluss nach § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG veräußerter eigener Aktien insgesamt 10 % des Grundkapitals weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung überschreiten dürfen.

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

Der Vorstand ist auf Grund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 21. Juni 2010 ermächtigt bis zum 20. Juni 2015 Namensstamm und/oder Namensvorzugsaktien 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 Namensstamm- und/oder Namensvorzugsaktien 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 Bezugsrechts 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 AG und 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** – sogenannte Change-of-Control-Klauseln – den Vertragspartnern zusätzliche Kündigungsrechte einräumen.

Auch der Anstellungsvertrag mit einem Vorstandsmitglied enthält eine Bestimmung, die bei einem „Change of Control“ (Erwerb von mehr als 30 % der Stimmrechte an der HUGO BOSS AG) den Vertragspartnern unter bestimmten Voraussetzungen ein zusätzliches Kündigungsrecht einräumt und für den Fall, dass es zu einer Kündigung kommt, eine Entschädigungspflicht gegenüber dem Vorstandsmitglied vorsieht. Im Übrigen bestehen keine Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft für den Fall eines Übernahmeangebots mit den übrigen Mitgliedern des Vorstands oder mit Arbeitnehmern.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Die Risiko- und Chancenpolitik des HUGO BOSS Konzerns ist in erster Linie der Erreichung der finanziellen und strategischen Unternehmensziele verpflichtet. Somit verfolgt sie nicht nur das Ziel der Bestandssicherung, sondern vielmehr einer nachhaltigen Erhöhung des Unternehmenswertes. Durch ein wirksames Risikomanagement wird gewährleistet, dass Unsicherheiten und daraus resultierende Risiken frühzeitig erkannt und anhand geeigneter Maßnahmen mögliche negative Auswirkungen minimiert werden. Gemeinsam mit einer systematischen Identifikation neuer Chancen wird so die Entscheidungssicherheit im Unternehmen erhöht und die Grundlage für eine konstante Zielerreichung gelegt.

RISIKOBERICHT

Der Erfolg des HUGO BOSS Konzerns beruht auf der konsequenten Nutzung von Chancen im Rahmen der mittel- und langfristigen Unternehmensstrategie. Ergänzend dazu verfolgt die Risikopolitik das Ziel, den Bestand des Unternehmens zu sichern sowie die operativen Bereiche bei der erfolgreichen Umsetzung der Strategie zu unterstützen. Das frühzeitige Erkennen von Risiken und eine unmittelbare Bewertung möglicher Auswirkungen ist jedoch nur der erste Schritt, der die Grundlage für die Entwicklung effektiver Maßnahmen zur aktiven Risikosteuerung bildet. Somit fördert das Risikomanagement im zweiten Schritt verantwortungsbewusstes Handeln und leistet einen wichtigen Wertbeitrag.

RISIKOMANAGEMENT

**Konzern einheitliche
Standards sichern
erfolgreiches
Risikomanagement**

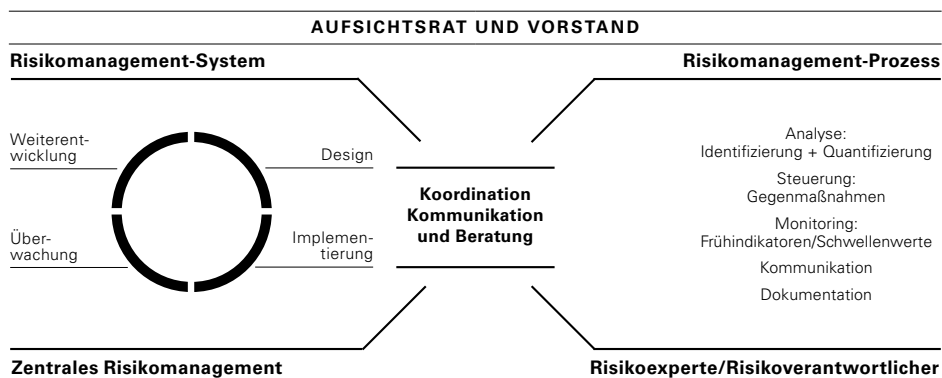
Die Basis eines erfolgreichen Risikomanagements stellen konzern einheitliche Standards für den systematischen Umgang mit Risiken dar. Diese werden für den HUGO BOSS Konzern im Rahmen der Risikopolitik durch den Vorstand festgelegt und in einem konzernweit gültigen Risikohandbuch dokumentiert, das allen Mitarbeitern online zur Verfügung steht. Risiken sind als potenzielle negative Abweichungen vom geplanten operativen Ergebnis (EBIT) bzw. bei Steuer- und Zinsrisiken vom Cashflow definiert. Festgelegte Grenzwerte beschreiben die Risikotragfähigkeit des HUGO BOSS Konzerns und ermöglichen eine Einordnung der Risiken in Risikostufen von „gering“ bis „hoch“. Die Identifikation und Bewertung von Risiken erfolgt in regelmäßigen Zeitabständen. Bei Vorliegen kritischer Themen wird der reguläre Reportingprozess durch eine Ad-hoc-Berichterstattung ergänzt, um neue Entwicklungen rechtzeitig analysieren zu können. Darüber hinaus sind alle Mitarbeiter des HUGO BOSS Konzerns zu risikobewusstem Handeln und zur Vermeidung existenzgefährdender Risiken verpflichtet. Alle Risiken sowie eingeleiteten Maßnahmen werden nach einheitlicher Methodik in einer Risikosoftware erfasst. Die Historisierung sowie Revisionsicherheit werden damit sichergestellt. Das Risikomanagement-System des HUGO BOSS Konzerns ist gemäß dem internationalen Standard ISO 31000 gestaltet und folgt den dort festgelegten Empfehlungen.

Um Risiken und Chancen frühzeitig erkennen, analysieren, überwachen und gegebenenfalls mit risikominimierenden Maßnahmen steuern zu können, ist für die Koordination des konzernweiten Risikomanagements ein eigenständiges Team am Hauptsitz der HUGO BOSS AG verantwortlich. Es entwickelt die Instrumente des Risikomanagement-Systems weiter und stellt sicher, dass Risiken unternehmensweit systematisch und regelmäßig innerhalb der festgelegten Intervalle erfasst werden. Alle Informationen bezüglich der in den weltweiten Tochtergesellschaften identifizierten Risiken laufen hier zusammen und können somit auf Konzernebene zeitnah aggregiert und analysiert werden. Das Team steht in kontinuierlichem Austausch mit allen Risikoverantwortlichen und ist somit stets über aktuelle Entwicklungen informiert. Auf der anderen Seite berichtet es regelmäßig an den Vorstand und unterstützt ihn bei der Umsetzung, Durchführung und Überwachung des Risikomanagement- und Internen Kontrollsystems sowie bei der Berichterstattung an den Prüfungsausschuss („Audit Committee“) des Aufsichtsrats.

Die Verantwortung für die Risikoidentifikation und -analyse, den adäquaten Umgang mit Unsicherheiten und die Umsetzung wirksamer risikoreduzierender Maßnahmen liegt dezentral in den jeweiligen Unternehmensbereichen beziehungsweise Tochtergesellschaften, in denen die Risiken auftreten. Hierzu sind je Bereich jeweils ein Risikoexperte sowie ein Risikoverantwortlicher („Risk Owner“) definiert.

Dezentrale Risikosteuerung in den Unternehmensbereichen

03|40 HUGO BOSS RISIKOPOLITIK



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

Alle identifizierten Risiken werden mindestens einmal im Jahr, in Abhängigkeit von ihrem Ausmaß jedoch auch in halb- oder vierteljährlichen beziehungsweise monatlichen Intervallen, auf ihre Aktualität überprüft, neue Entwicklungen dokumentiert und gegebenenfalls die Risikoquantifizierung überarbeitet. Diese erfolgt durch Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeiten der Risiken einerseits und der damit verbundenen Auswirkungen auf das

Differenzierte Risikoquantifizierung durch Szenariobetrachtung

operative Ergebnis (EBIT) oder den Cashflow andererseits. Das jeweilige Nettorisiko als tatsächliches Risikopotenzial ergibt sich aus dem Bruttorisiko abzüglich der Effekte getroffener Maßnahmen zur Reduzierung oder Vermeidung der identifizierten Risiken.

03|41 BEWERTUNGSKRITERIEN DER UNTERNEHMENSRISENEN

Eintrittswahrscheinlichkeit		Ausmaß der finanziellen Auswirkung
unwahrscheinlich	≤ 20 %	gering
möglich	> 20–40 %	moderat
wahrscheinlich	> 40–60 %	wesentlich
sehr wahrscheinlich	> 60 %	hoch

Um ein möglichst präzises Bild der Auswirkungen der identifizierten Risiken zu erhalten, werden unterschiedliche Risikoszenarien für den besten, mittleren und schlechtesten Fall betrachtet. Damit wird dem potenziell starken Einfluss von Extremszenarien mit geringer Eintrittswahrscheinlichkeit, aber großer Auswirkung Rechnung getragen. Über eine Gewichtung der drei Szenarien, die ebenfalls durch die Risikoverantwortlichen festgelegt wird, kann so eine durchschnittliche Auswirkung pro Eintrittsfall bestimmt werden. Dieser Ansatz erlaubt nicht nur eine differenziertere Betrachtung möglicher Auswirkungen, sondern ebenso eine gründliche Analyse unwahrscheinlicher Extremszenarien, die potenziell einen deutlich stärkeren Effekt auf die Zielerreichung des HUGO BOSS Konzerns hätten. Bei Letzteren stehen weniger präventive Maßnahmen, sondern die Entwicklung von Notfallplänen im Fokus, die nach Risikoeintritt eine schnelle Wiederherstellung des operativen Betriebs unterstützen. Zusätzlich zu der auf die zwölfmonatige Planperiode abgestellten Risikoquantifizierung wird auch eine mittelfristige Risikotendenz ermittelt. Dieser Indikator wird dafür verwendet, die Entwicklung adäquater Gegenmaßnahmen für ansteigende Risiken frühzeitig einleiten zu können.

Mithilfe der kontinuierlichen Überwachung von Frühwarnindikatoren können Planabweichungen rechtzeitig erkannt werden. Meldekettens und das Einleiten geeigneter, im Vorfeld definierter Gegenmaßnahmen gewährleisten eine rasche Reaktion im Eintrittsfall eines Risikos. Alle diese Informationen werden in der konzernweiten Risikosoftware erfasst und sind jederzeit verfügbar.

Der HUGO BOSS Konzern ist somit in der Lage, Risiken frühzeitig zu erkennen und darauf kurzfristig und zielgerichtet zu reagieren. Die Funktionsfähigkeit und Angemessenheit des Risikomanagements wird in regelmäßigen Abständen von der Internen Revision überprüft. Mit der Überwachung der Wirksamkeit des Internen Kontroll-, Risikomanagement- und Revisionsystems befasst sich darüber hinaus der vom Aufsichtsrat eingerichtete Prüfungsausschuss („Audit Committee“), auch unter Einbeziehung der Wirtschaftsprüfer. Im Rahmen der Jahresabschlussprüfung wird durch den Wirtschaftsprüfer geprüft, ob der Vorstand die nach § 91 Abs. 2 AktG geforderten Maßnahmen in geeigneter Weise getroffen hat.

Risikobereiche und Struktur der Einzelrisiken

Die Erfassung und Aggregation der weltweiten Risiken folgt einem einheitlich gültigen Risikoatlas, der die thematische Bündelung mehrerer Einzelrisiken in Risikobereiche vorsieht. Diese werden wiederum einer externen, strategischen, finanziellen, operativen oder organisatorischen Hauptrisikokategorie zugeordnet.

03 | 42 RISIKOBEREICHE

EXTERNE RISIKEN	STRATEGISCHE RISIKEN	FINANZIELLE RISIKEN	OPERATIVE RISIKEN	ORGANISATORISCHE RISIKEN
Gesamtwirtschaft	Kollektion und Branche	Finanzierung und Liquidität	Lieferanten und Beschaffungsmärkte	IT
Geopolitische Entwicklungen	Marken und Corporate Image	Zinsänderungen	Qualität	Personal
Produktpiraterie	Investitionen	Währungskurse	Logistik	Facilities
Umwelt und Gesundheit		Kontrahenten	Vertrieb	Recht
Wettbewerbsumfeld		Steuern		Governance und Compliance
		Pensionsrückstellungen		Arbeits-sicherheit und Gesundheitsschutz

BEURTEILUNG DER RISIKOSITUATION DURCH DIE UNTERNEHMENSLEITUNG

Um ein möglichst präzises Bild der Gesamtrisikoposition des HUGO BOSS Konzerns zu erhalten erfolgt die Aggregation der Einzelrisiken anhand zweier alternativer Methoden. Die Addition aller Schadenerwartungswerte innerhalb der fünf oben beschriebenen Risikokategorien zeigt zunächst, dass das größte Exposure auch weiterhin von den operativen Risiken ausgeht. Verglichen mit der letzten Berichterstattung zum Ende des Geschäftsjahrs 2013 hat sich die Gesamtrisikoposition insgesamt leicht erhöht. Diese Entwicklung lässt sich mit den weltweiten Unsicherheiten erklären, die im Verlauf des Jahres 2014 spürbar zugenommen haben.

03 | 43 ENTWICKLUNG UND ZUSAMMENSETZUNG GESAMTRISIKOPOSITION

Risikokategorie	Entwicklung	Erwartungswert
Externe Risiken	→	
Strategische Risiken	→	
Finanzielle Risiken	↗	
Operative Risiken	→	
Organisatorische Risiken	→	
Gesamtrisiko	→	

Mithilfe eines Monte-Carlo-Simulationsverfahrens werden die Wahrscheinlichkeitsverteilungen einzelner Risiken zu einer Wahrscheinlichkeitsverteilung eines möglichen Gesamtschadens zusammengeführt. Dabei wird eine große repräsentative Anzahl denkbarer risikobedingter Zukunftsszenarien per Zufallsauswahl berechnet, in denen jeweils gemäß ihrer Eintrittswahrscheinlichkeiten bestimmte Risiken eintreten und andere nicht. So können über alle Simulationsläufe nicht nur durchschnittliche Schadenshöhen, sondern auch, innerhalb beliebig wählbarer Konfidenzintervalle, maximale jährliche Schadenswerte ermittelt werden. Diese sogenannten Value-at-Risk-Kennzahlen werden dem Eigenkapital des Unternehmens gegenübergestellt, um die Risikotragfähigkeit beurteilen zu können. Das Ergebnis dieser Analyse zeigt, dass das Eigenkapital des HUGO BOSS Konzerns alle simulierten risikobedingten Schadenswerte, auch in den strengsten Konfidenzintervallen, übersteigt.

Basierend auf den Informationen, die im Rahmen des Risikomanagement-Prozesses sowohl in der Muttergesellschaft als auch in den weltweiten Tochtergesellschaften kontinuierlich erfasst und durch das zentrale Risikomanagement-Team ausgewertet werden, geht der Vorstand davon aus, dass nach derzeitigem Informationsstand alle Einzelrisiken wie auch aggregierten Risiken als beherrschbar einzustufen sind. Wechselseitige Abhängigkeiten oder gemeinsame Ursachen, die zu einem gleichzeitigen Eintreten mehrerer Risiken führen könnten, gefährden ebenso wenig den Fortbestand des Unternehmens.

Im Folgenden werden die wichtigsten Risiken, denen sich der HUGO BOSS Konzern im Geschäftsjahr 2015 ausgesetzt sieht, näher beschrieben. Die dargestellten Risiken betreffen sowohl die operativen Segmente als auch die Corporate Units des HUGO BOSS Konzerns. Grundsätzlich ist nicht vollständig auszuschließen, dass weitere latente Risiken oder solche, die aktuell als unwesentlich eingeschätzt werden, die Unternehmensentwicklung zukünftig über das angegebene Maß hinaus beeinträchtigen. Ungeachtet der eingeleiteten Maßnahmen zur Steuerung der identifizierten Risiken bleiben bei allen unternehmerischen Aktivitäten Restrisiken bestehen, die auch durch ein modernes Risikomanagement-System, wie es im HUGO BOSS Konzern implementiert ist, nicht gänzlich vermieden werden können.

EXTERNE RISIKEN

Gesamtwirtschaftliche Risiken

Wie jedes global agierende Unternehmen sieht sich auch der HUGO BOSS Konzern Risiken ausgesetzt, die aus einer unsicheren zukünftigen Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Lage entstehen. Entscheidend ist hierbei vor allem die weltweite Entwicklung der Konjunktur, aus der sich das Risiko einer reduzierten Nachfrage nach Bekleidung und Accessoires des Premium- und Luxussegments ergeben kann. Grundsätzlich besteht für den Konsumgüterbereich aufgrund der Abhängigkeit vom Kaufverhalten der Kunden ein Risiko, das sich auf den Planumsatz und/oder die Marge auswirken kann. Konjunkturell bedingte Effekte können dabei sowohl global als auch vereinzelt in unterschiedlichen Märkten auftreten und sich gegenseitig beeinflussen. Der HUGO BOSS Konzern verfügt jedoch durch zeitlich vorgelagerte Ordereingänge sowie die Entwicklung des konzerneigenen Einzelhandels über wichtige Frühwarnindikatoren, die eine rechtzeitige Prognose der Auswirkungen möglicher gesamtwirtschaftlicher Risiken erlauben. Um die Auswirkungen konjunktureller Schwankungen zu reduzieren, hat der HUGO BOSS Konzern verschiedene Maßnahmen getroffen. Hierzu gehört ein klares Markenprofil, mit dem der Ausbau von Marktanteilen in einem wettbewerbsintensiven Umfeld angestrebt wird. Ein auf internationales Wachstum angelegtes Geschäftsmodell erschließt zudem neue Konsumentenpotenziale und trägt zur Kompensation möglicher Nachfragerückgänge in einzelnen Märkten bei. Weiterhin wird eine ausgeglichene Verteilung des Umsatzes auf verschiedene Regionen angestrebt, um eine zu starke Abhängigkeit von Einzelmärkten zu vermeiden. Für das Geschäftsjahr 2015 geht der Konzern grundsätzlich von einem fortgesetzten Wachstum der Weltwirtschaft und der Premium- und Luxusgüterbranche aus. Ungünstige gesamtwirtschaftliche Entwicklungen können jedoch trotz der eingeleiteten Maßnahmen moderate Auswirkungen auf das geplante Unternehmenswachstum haben. Aufgrund der andauernden Unsicherheiten um die Euro-Schuldenkrise und die sich weiter eintrübenden Konjunkturaussichten in China schätzt das Management die Eintrittswahrscheinlichkeit als möglich ein. → **Nachtrags- und**

Prognosebericht, Prognosebericht

Als international tätiges Unternehmen ist HUGO BOSS auch einem Risiko im Zusammenhang mit Veränderungen in einzelnen Absatzmärkten ausgesetzt. Dieses Risiko kann sich aufgrund von Änderungen des politischen und regulatorischen Umfelds oder soziokultureller Entwicklungen realisieren. Wie für alle Unternehmen besteht zudem eine mögliche Gefahr für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens in Form von terroristischen Handlungen. Im Verlauf des Jahres 2014 haben mehrere, zum Teil ganz unterschiedliche regionale Krisen und Entwicklungen dieses Risiko erheblich erhöht. Die weiterhin andauernden Spannungen zwischen dem Westen und Russland und die daraus resultierenden Handelseinschränkungen sowie die starke Abwertung des russischen Rubels können neben einem direkten Effekt auf das Russlandgeschäft auch mittelbare Auswirkungen auf weitere europäische Konjunkturerwartungen und mithin auf das Kaufverhalten von Endverbrauchern haben. Darüber hinaus bergen die weltweit zunehmenden Aktivitäten terroristischer Vereinigungen die Gefahr von Nachfragerückgängen in einzelnen Märkten, insbesondere in von Anschlägen betroffenen Metropolen. Der weltweite Vertrieb in über 120 Ländern auf Konzernebene sorgt jedoch für eine natürliche Absicherung gegen unvorteilhafte Entwicklungen in einzelnen Ländern oder Regionen. In den wichtigsten Absatzmärkten des HUGO BOSS Konzerns werden keine wesentlichen Änderungen des regulatorischen oder soziokulturellen Umfelds erwartet. Die politische Situation im Vereinigten Königreich und die Möglichkeit eines dortigen EU-Referendums werden während des Jahres fortlaufend beobachtet, um gegebenenfalls negativen Auswirkungen effektiv gegensteuern zu können. Unerwartete Veränderungen länderspezifischer Rahmenbedingungen in den wichtigsten Absatzmärkten können grundsätzlich zu geringen finanziellen Auswirkungen führen. Aus Sicht des Vorstands wird dies aktuell jedoch aufgrund der getroffenen Maßnahmen als unwahrscheinlich eingestuft.

Geopolitische Entwicklungen

Anbieter hochwertiger Markenartikel, insbesondere im Premium- und Luxussegment, sind seit jeher von Produktpiraterie betroffen. Eine weltweite Zunahme des Vertriebes von Fälschungen wird durch den Verkauf über das Internet verzeichnet. Neben rechtlichen Schutzvorkehrungen und einer engen Zusammenarbeit mit Behörden weltweit hat HUGO BOSS weitreichende organisatorische Maßnahmen getroffen, um Fälle von Produktpiraterie schnell aufzudecken und konsequent verfolgen zu können. Das Risiko unmittelbarer Umsatzausfälle aufgrund eines großen Angebots gefälschter Artikel wird derzeit als gering und unwahrscheinlich eingeschätzt. Durch die latente Gefahr von nachgelagerten Imageverlusten überprüft HUGO BOSS jedoch fortlaufend die Entwicklungen und wird je nach Bedarf weitere Schutzmaßnahmen umsetzen.

Produktpiraterie

Eine global ausgerichtete Wertschöpfungskette unterliegt stets einer Reihe von Risiken, die sich aus Umweltkatastrophen, Epidemien und den Folgen des Klimawandels ergeben können. Die unvorhersehbar starke Verbreitung des Ebola-Virus in Westafrika im Jahr 2014 verdeutlicht das Gefahrenpotenzial eines solchen Ereignisses. Um auf die Auswirkungen von Naturkatastrophen zeitnah und angemessen reagieren zu können, hat der HUGO BOSS Konzern das Notfallmanagementsystem am Hauptsitz überarbeitet und durch eine spezielle Aufbauorganisation ergänzt, die zur Bewältigung von Notfällen bereichsübergreifende Kompetenzen bündelt und eine einheitliche Leitung mit klaren Entscheidungswegen garantiert. Geringe Auswirkungen auf die Zielerreichung können dennoch nicht vollständig ausgeschlossen werden, auch wenn das Management dies als unwahrscheinlich einschätzt.

Umwelt- und Gesundheitsrisiken

Wettbewerbsumfeld

Der Wettbewerb mit anderen Premium- und Luxusgüterherstellern um das Vertrauen und die Bindung von Endverbrauchern bedeutet im Wesentlichen auch eine Konkurrenz um die besten Einzelhandelsflächen, qualifiziertes Personal sowie Präsenz in entsprechenden Medien. In zunehmend gesättigten Märkten kann ein steigender Wettbewerbsdruck zu höheren Kosten oder geringeren Abverkäufen führen. Der HUGO BOSS Konzern sieht sich im internationalen Wettbewerb jedoch sehr gut aufgestellt, so dass die mit diesem Risiko verbundenen finanziellen Auswirkungen ein sehr geringes Maß nicht übersteigen sollten. Die Realisierung eines solchen Effekts wird vom Vorstand derzeit als unwahrscheinlich angesehen.

Kollektions- und Branchenrisiken

STRATEGISCHE RISIKEN

Aus sich verändernden Fashion- und Lifestyle-Trends können Kollektions- und Branchenrisiken entstehen. Die Herausforderung besteht darin, die richtigen Trends rechtzeitig zu erkennen und rasch in eine unverwechselbare Kollektionsaussage umzusetzen. Diesem Risiko begegnet HUGO BOSS mit intensiven Analysen der Zielgruppen und Märkte und der detaillierten Auswertung der Verkaufsentwicklung der vergangenen Saison. Auch eine verstärkte Kundennähe aufgrund des Einzelhandelsgeschäfts trägt wesentlich dazu bei, Informationen zu Trends und Kaufverhalten rasch in die Kollektionen einfließen zu lassen. Die Eintrittswahrscheinlichkeit von Kollektions- und Branchenrisiken wird aus Sicht des Managements daher als unwahrscheinlich erachtet. Potenzielle negative Auswirkungen werden als gering eingestuft. → **Konzernstrategie**

Risiken für Markenimage und Corporate Image

Der wirtschaftliche Erfolg von HUGO BOSS beruht auf dem Markenimage und einer langfristig starken Positionierung der Konzernmarken im Premium- und Luxusgütermarkt. Daher haben Schutz und Erhalt des Markenimages bei HUGO BOSS eine hohe Priorität. Sie erfolgen durch strategische Maßnahmen wie eine klar differenzierte Markenpositionierung, die durch gezielte Marketingmaßnahmen unterstützt wird, sowie durch einen weltweit einheitlichen Markenauftritt mit laufender Beobachtung der Märkte und Medien. Weiterhin sind der rechtliche Schutz der Marken und die Verfolgung von Produktpiraterie wichtige Bestandteile zur Sicherung des Markenimages.

Das Corporate Image des HUGO BOSS Konzerns reflektiert sich in der Wahrnehmung der Stakeholder, wie zum Beispiel Kunden, Aktionäre, Lieferanten und Mitarbeiter. Die Unternehmenskommunikation wird zentral über die Bereiche Communications sowie Investor Relations gesteuert. Über diese Schnittstellen steht HUGO BOSS in einem ständigen Dialog mit wichtigen Interessengruppen. Zudem wird die Einhaltung von Gesetzen, Standards und Richtlinien sowohl unternehmensintern als auch bei Lieferanten regelmäßig kontrolliert. Nichtsdestotrotz sind negative Einflüsse auf das Markenimage und die Unternehmensreputation auch weiterhin möglich. Aufgrund der ergriffenen Maßnahmen wird die Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns jedoch als gering eingestuft.

Investitionsrisiko

Eine der zentralen strategischen Maßnahmen von HUGO BOSS ist die Fortführung des Ausbaus des konzerneigenen Einzelhandels. Mit Retailaktivitäten sind Investitionsrisiken verbunden, die aufgrund von Geschäftsausbau und -instandhaltung, langfristigen Mietverträgen sowie Personalkosten entstehen. Dies führt zu einer Steigerung der Fixkosten, der jedoch eine höhere Rohertragsmarge gegenübersteht. 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 Einzelhandelsgeschäfte gehen stets umfassende Standortprüfungen und Potenzialanalysen sowie eine intensive Umsatz- und Entwicklungsplanung voraus. Dennoch besteht das generelle Risiko, dass einzelne konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte die ursprünglich geplanten Umsatzziele langfristig nicht erreichen und im äußersten Fall geschlossen werden müssen. Die Konzerngesellschaften sind daher verpflichtet, monatlich die Performance ihrer Retailaktivitäten zu berichten, damit negative Entwicklungen frühzeitig erkannt und Gegenmaßnahmen eingeleitet werden können. Gemindert wird das Investitionsrisiko zusätzlich durch ein weltweit einheitliches Store-Konzept der Verkaufspunkte, so dass im Falle einer Geschäftsaufgabe die Einrichtung teilweise andernorts weitergenutzt werden kann. Im Rahmen des generellen Investitionscontrollings werden auch alle sonstigen Investitionen unter Berücksichtigung der mit ihnen verbundenen Risiken auf ihren Wertbeitrag hin überprüft. Zusätzliche Abschreibungen auf planmäßig abgeschriebenenes Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte auf Ebene der konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfte, auf sonstige immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer (Key Money) sowie auf Geschäfts- oder Firmenwerte, die als Ergebnis der Werthaltigkeitstests vorgenommen werden müssen, bilden in diesem Risikobereich die größte Risikoposition. Vor dem Hintergrund der beschriebenen Maßnahmen wird das Investitionsrisiko als möglich, jedoch mit geringer finanzieller Auswirkung eingeschätzt.

→ **Unternehmenssteuerung, Investitionscontrolling**

FINANZIELLE RISIKEN

Zu den zentralen Aufgaben des HUGO BOSS Konzerns gehört es, den internen Finanzbedarf zu koordinieren, zu lenken, die finanzielle Unabhängigkeit des Gesamtunternehmens sicherzustellen sowie die finanziellen Risiken zu reduzieren.

Der HUGO BOSS Konzern unterliegt im Wesentlichen Finanzierungs- und Liquiditätsrisiken, Zinsänderungs-, Währungs- und Kontrahentenrisiken sowie steuerlichen und Pensionsrisiken. Die genannten Risiken unterliegen fortlaufenden intensiven Kontrollen. Hierbei wird die Entwicklung des Exposures ständig beobachtet, quantifiziert und – sofern notwendig – abgesichert, um bilanzielle Risiken sowie Risiken aus zukünftigen Cash Flows zu minimieren.

Das Management des Liquiditätsrisikos zählt zu den zentralen Aufgaben der Treasury-Abteilung der HUGO BOSS AG. Das Liquiditätsrisiko besteht darin, dass aufgrund unzureichender Verfügbarkeit von Zahlungsmitteln bestehenden oder zukünftigen Zahlungsverpflichtungen in Bezug auf Fristigkeit, Volumen und Währung nicht nachgekommen werden kann. Dieses Risiko wird im HUGO BOSS Konzern zentral gesteuert. Um jederzeit die Zahlungsfähigkeit und die finanzielle Flexibilität des Konzerns sicherzustellen, wird auf Basis einer dreijährigen Finanzplanung der Finanzbedarf ermittelt und durch Kreditlinien sowie liquide Mittel abgesichert.

Finanzierungs- und Liquiditätsrisiken

Der HUGO BOSS Konzern hat seinen im Mai 2013 ausgelaufenen Konsortialkredit erfolgreich refinanziert. Der syndizierte Kredit mit einer Gesamtkreditlinie in Höhe von 450 Mio. EUR und einer Laufzeit von fünf Jahren wurde von einem Bankenkonsortium gewährt. Er dient der allgemeinen Unternehmensfinanzierung und besteht aus einer festen Tranche in Höhe von 100 Mio. EUR sowie einer revolvingierenden Tranche in Höhe von 350 Mio. EUR. HUGO BOSS hat damit seine finanzielle Flexibilität langfristig gesichert. Zum Bilanzstichtag wurden neben der festen Tranche in Höhe von 100 Mio. EUR keine weiteren Abzweiglinien in Anspruch genommen.

Der bestehende Konsortialkreditvertrag enthält marktübliche Vereinbarungen zur Einhaltung der Kennzahl (Covenant) der Finanzierungsstärke, die bei Verletzung zu einer vorzeitigen Fälligkeit führen würde. Risiken, die sich aus Verstößen gegen Financial Covenants ergeben könnten, sieht HUGO BOSS selbst im Falle sich verschlechternder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen nicht. → **Finanzlage, Finanzierungsbedingungen**

Daneben enthält der konsortiale Kredit eine sogenannte Change-of-Control-Klausel, die unter den Bedingungen eines Kontrollwechsels den Vertragspartnern zusätzliche Kündigungsrechte einräumt. Dieses Risiko erachtet HUGO BOSS als sehr gering.

Neben der Konsortialfinanzierung verfügt HUGO BOSS über kurzfristige bilaterale Kreditlinien in Höhe von 111 Mio. EUR, wodurch die Flexibilität erweitert wird.

Zusätzlich zu den Kreditlinien zum 31. Dezember 2014 in Höhe von 561 Mio. EUR verfügte der Konzern zum Bilanzstichtag über liquide Mittel in Höhe von 129 Mio. EUR. Diese werden grundsätzlich in Form von Tages- und Termingeldanlagen vorgehalten. Darüber hinaus minimiert der HUGO BOSS Konzern durch den Einsatz eines Cash-Pooling-Verfahrens die Finanzierungs- und Liquiditätsrisiken weiter. Auf Basis der Ausnutzung der Kreditlinien, der Zahlungsmittelposition und des eingesetzten Cash-Poolings schätzt das Management die Eintrittswahrscheinlichkeit von Finanzierungs- und Liquiditätsrisiken als unwahrscheinlich und in ihrer potenziellen Auswirkung als gering ein.

Zinsänderungs- risiken

Marktbedingte Schwankungen der Zinssätze wirken sich einerseits auf zukünftige Zinserträge und -zahlungen für variabel verzinsliche Zahlungsmittelbestände und Verbindlichkeiten aus. Andererseits haben sie Einfluss auf den Marktwert von Finanzinstrumenten. Wesentliche Zinssatzänderungen können daher die Rentabilität, die Liquidität und die Finanzlage des Konzerns beeinflussen.

Die Finanzverbindlichkeiten des HUGO BOSS Konzerns sind größtenteils variabel verzinslich und unterliegen einer kurzfristigen Zinsbindung. Das daraus resultierende Zinsänderungsrisiko stellt gleichzeitig ein Cashflow-Risiko mit Implikationen auf die Höhe zukünftiger Zinszahlungen dar. Um die Auswirkungen künftiger Zinsvolatilitäten auf die Finanzierungskosten der Kredite zu minimieren, werden größtenteils derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps eingesetzt. Derivate, die in eine im Sinne der IFRS wirksame Sicherungsbeziehung eingebunden sind, wirken sich im Falle von Zinsänderungen auf das Eigenkapital aus. Derivate ohne eine solche Sicherungsbeziehung werden ergebniswirksam erfasst. Zum Bilanzstichtag waren die Derivate in Höhe von 100 Mio. EUR zur Zinsabsicherung der syndizierten Kreditlinie in eine wirksame Sicherungsbeziehung im Sinne der IFRS eingebunden.

Darüber hinaus können Opportunitätseffekte entstehen. Sie 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, der jedoch weder in der Bilanz noch in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst wird.

Gemäß den Anforderungen des IFRS 7 wurde die Auswirkung der Veränderungen wichtiger Zinssätze auf Gewinn und Eigenkapital analysiert. In die Analyse wurden variabel verzinsliche Finanzschulden in Höhe von 133 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 134 Mio. EUR), Zinsderivate

in Höhe von 111 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 111 Mio. EUR) sowie Zahlungsmittelbestände in Höhe von 129 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 119 Mio. EUR) einbezogen. Die Auswirkung von Zinssatzänderungen auf künftige Cashflows ist von dieser Analyse ausgeschlossen.

Aufgrund des weiterhin niedrigen Zinsniveaus wurde, zur Vermeidung negativer Zinsen und zur Darstellung realistischer Szenarien, für die Analyse der Zinssensitivitäten zum Bilanzstichtag die Verschiebung der Zinsstrukturkurve von +100/–30 auf +100/–10 Basispunkten geändert. Unter Berücksichtigung der stark gesunkenen Geld- und Kapitalmarktzinsen erachtet HUGO BOSS diese Veränderung als angemessen. Um die Vergleichbarkeit von Berichtsperiode und Vorperiode zu gewährleisten, wurde auch für das Geschäftsjahr 2013 die Verschiebung der Zinsstrukturkurve auf +100/–10 Basispunkte geändert.

03|44 ZINSENSITIVITÄTEN ZUM 31. DEZEMBER (in Mio. EUR)

	2014		2013	
	+100 bp	–10 bp	+100 bp	–10 bp
Cashflow-Risiken	0,8	–0,1	0,5	–0,1
Ergebniswirksame Risiken aus Zinsderivaten	0,6	–0,1	0,7	–0,1
Auswirkungen auf das Konzernergebnis	1,4	–0,2	1,2	–0,2
Bilanzwirksame Risiken aus Zinsderivaten	2,3	–0,2	3,1	–0,3
Auswirkungen auf das Konzerneigenkapital	3,7	–0,4	4,3	–0,5

Ein Anstieg des Marktzinsniveaus um 100 Basispunkte zum 31. Dezember 2014 hätte zu einem Ergebnisanstieg von 1,4 Mio. EUR (2013: 1,2 Mio. EUR) und einem Anstieg des Eigenkapitals in Höhe von 3,7 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 4,3 Mio. EUR) geführt. Ein Absinken des Marktzinsniveaus um 10 Basispunkte hätte ein um 0,2 Mio. EUR (2013: 0,2 Mio. EUR) niedrigeres Ergebnis und ein um 0,4 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 0,5 Mio. EUR) niedrigeres Konzerneigenkapital zur Folge gehabt. Die Effekte aus Zinsderivaten wären dabei aus Fair-Value-Änderungen entstanden. Die Cashflow-Risiken wären im Wesentlichen aus höheren beziehungsweise niedrigeren Zinserträgen und -aufwendungen aus dem Zahlungsmittelbestand entstanden.

Aufgrund der in der Sensitivitätsanalyse veranschaulichten Auswirkungen von Zinsänderungen auf die Finanzinstrumente wird die Auswirkung von Zinsänderungen auf den HUGO BOSS Konzern als gering eingestuft. Angesichts der weiterhin expansiven Geldpolitik, insbesondere der Europäischen Zentralbank sowie der Federal Reserve, sieht das Management Zinsänderungen aktuell als wahrscheinlich mit einer geringen finanziellen Auswirkung an.

Die Währungskursrisiken des HUGO BOSS Konzerns resultieren im Wesentlichen aus der globalen operativen Geschäftstätigkeit sowie aus konzerninternen Finanzierungstätigkeiten. Im operativen Geschäft entstehen Wechselkursrisiken primär durch Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährung (Transaktionsrisiko), zum Beispiel durch den Wareneinkauf und Lohnzahlungen in einer anderen als der funktionalen Währung der Gesellschaft, sowie durch konzerninterne Finanzierungstätigkeiten in Nicht-Euro-Gesellschaften.

**Währungs-
kursrisiken**

Der Vertrieb in den wichtigsten Märkten erfolgt durch lokale Tochtergesellschaften. Für die daraus entstehenden Aufträge ordern die Tochtergesellschaften 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 Tochtergesellschaften. Die Währungskursrisiken des HUGO BOSS Konzerns aus dem operativen Geschäft entstehen dabei hauptsächlich aus der Geschäftstätigkeit in den USA, Großbritannien, Australien, der Schweiz, Japan, der Türkei, Hongkong und China sowie der Einkaufstätigkeit der Beschaffungseinheiten in Fremdwährungen.

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

→ **Konzernanhang, Währungsumrechnung**

Das Währungsmanagement für Transaktionsrisiken wird grundsätzlich für alle Konzerngesellschaften zentral vorgenommen. Eine Ausnahme hiervon bildet das Transaktionsrisiko für Gehaltszahlungen in Türkischen Lira, das direkt in der Türkei von der lokalen Gesellschaft gesteuert wird.

Das primäre Ziel des Währungsmanagements bei HUGO BOSS ist zunächst die Reduktion des gesamten Währungsexposures durch natürliche Hedges. Derartige Hedges bestehen darin, dass sich die Fremdwährungsexposures aus dem operativen Geschäft über den Konzern hinweg ausgleichen und damit in Höhe der ausgeglichenen Position keine Absicherungsmaßnahmen nötig sind. Zur etwaigen Absicherung des verbleibenden Exposures können Devisentermin- und Swappeschäfte sowie Plain-Vanilla-Devisenoptionen herangezogen werden. Ziel der Hedging-Strategie ist es, die Auswirkungen von Währungsschwankungen aus bereits bilanzierten Exposures sowie aus zukünftigen Cash Flows zu begrenzen. Die Laufzeiten der abgeschlossenen Derivate werden bei Abschluss in der Regel dem darunterliegenden Grundgeschäft angepasst. Die eingesetzten derivativen Finanzinstrumente, deren Handel im OTC-Markt erfolgt, dienen ausschließlich zur Absicherung der Grundgeschäfte. Um das bestmögliche Geschäft einzugehen, werden Quotierungen von mehreren Banken eingeholt. Transaktionen werden grundsätzlich 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 zwischen zwei Arten von Verträgen unterschieden: Operative Darlehen können entsprechend dem Charakter eines Kontokorrentkredits innerhalb eines vorgegebenen Rahmens flexibel gezogen werden. Finanzierungsdarlehen werden an Konzerngesellschaften mit erhöhtem und längerfristigem Finanzierungsbedarf ausgereicht. Zum Bilanzstichtag waren die wesentlichen Finanzierungsdarlehen mit endfälliger Rückzahlungsverpflichtung über Devisentermingeschäfte gesichert.

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

Der HUGO BOSS Konzern hat auf Basis der Anforderungen des IFRS 7 die Auswirkungen von Veränderungen der wichtigsten Wechselkurse auf Gewinn und Eigenkapital ermittelt. Im Gegensatz zum Vorjahr basiert die Ermittlung des Währungsrisikos nicht nur auf dem bilanziellen Währungsexposure zum 31. Dezember 2014, sondern auch auf den geplanten zukünftigen Cash Flows in Türkischen Lira. Diese Vorgehensweise wird aufgrund der angepassten Sicherungsstrategie des HUGO BOSS Konzerns gewählt, die sowohl auf die Minimierung bilanzieller Risiken als auch auf die 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. Translationseffekte aus der Umrechnung der Abschlüsse von ausländischen Tochtergesellschaften außerhalb der Eurozone werden nicht berücksichtigt.

Die folgenden Sensitivitätsanalysen zeigen, wie sich Ergebnis und Eigenkapital verändern würden, wenn sich zum Bilanzstichtag andere Währungskurse ergeben hätten. Dabei wird unterstellt, dass der Bestand zum Bilanzstichtag repräsentativ für das Gesamtjahr ist.

03|45 EXPOSURE UND SENSITIVITÄTEN ZUM BILANZSTICHTAG 31. DEZEMBER 2014
(in Mio. EUR)

	USD	GBP	AUD	CHF	JPY	HKD	CNY	TRY ¹
Brutto-Währungsexposure	39,3	17,8	28,1	-74,2	27,1	16,0	7,2	7,2
Hedging	-34,8	-11,2	-22,6	21,6	-26,4	-12,9	0,0	12,5
Netto-Währungsexposure	4,5	6,6	5,5	-52,6	0,7	3,1	7,2	19,7
Zugrunde gelegte Volatilität	8,9	8,1	9,9	4,2	10,6	9,1	9,3	14,2
Aufwertung des Euros um Standardabweichung								
Konzernergebnis	-0,3	-0,4	-0,4	1,7	-0,1	-0,2	-0,5	-0,8
Eigenkapital	-0,3	-0,4	-0,4	1,7	-0,1	-0,2	-0,5	-2,2
Abwertung des Euros um Standardabweichung								
Konzernergebnis	0,3	0,4	0,4	-1,7	0,1	0,2	0,5	0,8
Eigenkapital	0,3	0,4	0,4	-1,7	0,1	0,2	0,5	2,2

¹Das Bruttowährungsexposure stellt auf den Bestand zum Bilanzstichtag ab.

03|46 EXPOSURE UND SENSITIVITÄTEN ZUM BILANZSTICHTAG 31. DEZEMBER 2013
(in Mio. EUR)

	USD	GBP	AUD	CHF	JPY	HKD	CNY	TRY
Brutto-Währungsexposure	3,7	14,8	27,5	-39,7	25,6	-9,5	21,9	7,3
Hedging	-17,4	-15,6	-25,9	0,0	-22,1	0,0	0,0	0,0
Netto-Währungsexposure	-13,7	-0,8	1,6	-39,7	3,5	-9,5	21,9	7,3
Zugrunde gelegte Volatilität	8,4	7,3	10,4	4,9	12,4	9,0	9,1	13,0
Aufwertung des Euros um Standardabweichung								
Konzernergebnis	0,9	0,0	-0,1	1,5	-0,3	0,7	-1,5	-0,7
Eigenkapital	0,9	0,0	-0,1	1,5	-0,3	0,7	-1,5	-0,7
Abwertung des Euros um Standardabweichung								
Konzernergebnis	-0,9	0,0	0,1	-1,5	0,3	-0,7	1,5	0,7
Eigenkapital	-0,9	0,0	0,1	-1,5	0,3	-0,7	1,5	0,7

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 implizite Volatilitäten der einzelnen Fremdwährungen herangezogen. Die Darstellung der Vorperiode wurde zum Zweck der Vergleichbarkeit entsprechend angepasst.

Bei einer Aufwertung des Euros gegenüber den relevanten Fremdwährungsexposures jeweils um die Standardabweichung hätte sich das Konzernergebnis um -1,0 Mio. EUR (2013: 0,5 Mio. EUR) und das Eigenkapital um -2,4 Mio. EUR (2013: 0,5 Mio. EUR) verringert. Bei einer gleichen Abwertung des Euros hätte sich das Konzernergebnis um 1,0 Mio. EUR (2013: -0,5 Mio. EUR) und das Eigenkapital um 2,4 Mio. EUR (2013: -0,5 Mio. EUR) erhöht. Zum Bilanzstichtag waren Derivate mit einem Nominalwert von 12,5 Mio. EUR zur Währungsabsicherung in eine wirksame Sicherungsbeziehung gemäß IAS 39 eingebunden. Wertänderungen werden erfolgsneutral im Eigenkapital abgebildet. Die Sensitivität des Eigenkapitals entspricht damit, anders als im Vorjahr, nicht der des Konzernergebnisses.

Die Ermittlung der für die Sensitivitätsanalyse verwendeten Volatilitäten erfolgt jeweils zum Bilanzstichtag. Die Berücksichtigung der im Januar 2015 durch die Schweizerische Nationalbank erfolgten Aufgabe des Euro-Mindestkurses für den Schweizer Franken in der Sensitivitätsanalyse hätte keine wesentliche Änderung der Risikoeinschätzung nach sich gezogen. Das Management geht davon aus, dass im Geschäftsjahr 2015 weitere Änderungen in den für HUGO BOSS relevanten Währungspaaren wahrscheinlich sind. Das Risiko aus Wechselkursschwankungen und ihr Einfluss auf das Ergebnis des HUGO BOSS Konzerns auf Basis der vorliegenden Sensitivitätsanalyse werden als gering eingestuft.

Kontrahentenrisiko

Das Kontrahentenrisiko gegenüber Finanzinstituten entsteht vor allem durch die Anlage liquider Mittel im Rahmen des Liquiditätsmanagements, gegebenenfalls kurzfristig hinterlegter Bankguthaben sowie 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 mit 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 unwahrscheinlich mit einer geringen finanziellen Auswirkung. → **Konzernanhang, Textziffer 27**

Steuerliche Fragestellungen werden durch die zentrale Steuerabteilung in Zusammenarbeit mit externen Steuerberatern regelmäßig analysiert und beurteilt. Steuerliche Risiken bestehen für alle offenen Veranlagungszeiträume und können aus der laufenden Geschäftstätigkeit oder Änderungen in der rechtlichen oder steuerlichen Struktur des Konzerns resultieren. Für bereits bekannte steuerliche Risiken wurden in den vergangenen Geschäftsjahren Rückstellungen in ausreichender Höhe gebildet. Die Höhe dieser Rückstellungen basiert auf verschiedenen Annahmen wie beispielsweise der Auslegung der jeweiligen Vorschrift, aktueller Rechtsprechungen und der Verwaltungsauffassung, auf deren Basis das Management die Höhe und Eintrittswahrscheinlichkeit eines eventuellen Risikos bemisst. Bei der Beurteilung wird auch auf die Einschätzung lokaler externer Sachverständiger wie Anwälte oder Steuerberater zurückgegriffen. Aufgrund von Änderungen in der Steuergesetzgebung einzelner Länder oder anderer Einschätzungen bestehender Sachverhalte durch die Steuerbehörden geht der Konzern von möglichen weiteren steuerrechtlichen Risiken mit geringem finanziellen Ausmaß aus.

Steuerliche Risiken

Der HUGO BOSS Konzern ist in Zusammenhang mit leistungsorientierten Pensionsverpflichtungen (Defined Benefit Obligations) Risiken ausgesetzt. Diese können die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage beeinflussen. Die Pensionszusagen werden auf Basis versicherungsmathematischer Gutachten bewertet und entsprechend bilanziert. Wesentliche Bewertungsfaktoren sind der Abzinsungsfaktor sowie die erwartete Entwicklung von Gehältern und Pensionen. Zukünftige Änderungen der Bewertungsfaktoren können an folgenden Bilanzstichtagen zu einem Anstieg oder Rückgang der Pensionsrückstellungen führen. Darüber hinaus können sich Veränderungen an den Finanzmärkten auf den Wert des Fondsvermögens auswirken, das zur Deckung der Pensionsverpflichtungen vorhanden ist. Zudem können erhöhte Zahlmittelabflüsse durch lokale Pensionsvorschriften in bestimmten Ländern entstehen. Die Pensionsrisiken und deren Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage werden als wahrscheinlich mit geringem finanziellen Ausmaß eingestuft.

Pensionsrisiken

→ **Konzernanhang, Textziffer 26**

OPERATIVE RISIKEN

Die hohen Anforderungen an die Qualität der HUGO BOSS Produkte und damit an die Beschaffungs- und Produktionsprozesse bedingen enge Partnerschaften mit Lieferanten. Eine Konzentration von Produktionskapazitäten kann jedoch im Falle eines Produktionsausfalls Umsatzeinbußen nach sich ziehen. Mit dem Ziel, negative Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und entsprechende Gegenmaßnahmen einleiten zu können, werden strategische Lieferanten regelmäßig überprüft und bewertet. Ein mögliches Kumulationsrisiko könnte zudem aus regionalen Ereignissen resultieren, die mehrere Lieferanten, Geschäftsbereiche oder Produktgruppen gleichzeitig betreffen.

Beschaffungsmarktverbundene Risiken

Um die zuverlässige Verfügbarkeit von Produktionsmaterialien und -kapazitäten in geeigneter Qualität und zu marktgerechten Preisen sicherzustellen, werden Bestellungen bei Lieferanten und die Kapazitätsauslastung der Produzenten zentral koordiniert. Die Lieferantenstruktur wird regelmäßig mit dem Ziel überprüft, Länderrisiken rechtzeitig zu erkennen. Unter Berücksichtigung der hohen Qualitätsstandards und verfügbaren Produktionskapazitäten wird eine weitestgehende Risikostreuung angestrebt. Das Einkaufsvolumen wird auf ein weltweites Netzwerk von Lieferanten verteilt, um das Risiko zu streuen und sich möglichst unabhängig von einzelnen Beschaffungsmärkten und Produktionsbetrieben zu machen. So entfielen auf den größten unabhängigen Lieferanten nur etwa 8 % des gesamten Einkaufsvolumens (2013: 7 %). HUGO BOSS vermeidet grundsätzlich Single Sourcing und identifiziert bei Bedarf frühzeitig alternative Lieferanten, die die Warenversorgung im Notfall sicherstellen können. Über ein solches Ausweichszenario konnte der Konzern kurzfristig die Produktion verlagern, als im Jahr 2014 unerwartet militärische Auseinandersetzungen in der Ukraine aufkamen. Aufgrund bekannter Erdbebenrisiken am konzerneigenen Produktionsstandort in der Türkei wurden hier besonders intensive Maßnahmen umgesetzt. Basierend auf einer regelmäßigen Analyse des möglichen Schadenpotenzials wurden Verlagerungsmöglichkeiten identifiziert und zusätzlich die Risiken eines finanziellen Schadens weitestgehend über Versicherungen abgedeckt.

In Anbetracht der ergriffenen Maßnahmen schätzt das Management Risiken aus der Abhängigkeit von einzelnen Lieferanten oder der regionalen Verteilung des Beschaffungsvolumens als unwahrscheinlich ein. Die finanziellen Auswirkungen von Risiken in Zusammenhang mit Abhängigkeiten in der Supply Chain werden als moderat eingestuft.

Lohnerhöhungen in der Produktion, die insbesondere in wirtschaftlich aufstrebenden Regionen wahrscheinlich sind, sowie steigende Rohstoffpreise können zu höheren Produktkosten führen und dadurch die Rohertragsmarge belasten. Der HUGO BOSS Konzern begegnet diesem Risiko mit einer margenbasierten Kollektionsplanung, unternehmensweiten Maßnahmen zur Effizienzsteigerung bei Produktions- und Beschaffungsprozessen, einer Verbesserung des Materialeinsatzes sowie einer konsequenten Umsetzung der Preispolitik. Aufgrund des zeitlichen Vorlaufs in den Beschaffungs- und Produktionsprozessen kann bereits auf Frühwarnindikatoren entsprechend reagiert werden. In Anbetracht der aktuellen Entwicklungen in wirtschaftlich aufstrebenden Regionen wird aktuell davon ausgegangen, dass Risiken aus höheren Produktkosten weiterhin zwar möglich sind, sich jedoch nur in geringem Ausmaß negativ auf die erwartete Ergebnisentwicklung auswirken würden.

Die Prognose von Absatzmengen, Planung von Produktionskapazitäten sowie Allokation von Roh- und Fertigwaren im Rahmen von Beschaffungsprozessen ist mit Dispositionsrisiken verbunden. Ein Abweichen von der angemessenen Allokation kann einerseits zur Überdisposition und zu einem sich daraus ergebenden Risiko der erhöhten Kapitalbindung, andererseits zur Unterdisposition mit dem Risiko nicht realisierter Umsatzchancen führen. In Anbetracht der hohen Volumina müssen solche Fehlallokationen als wahrscheinlich eingestuft werden; die damit verbundenen finanziellen Auswirkungen könnten je nach Ausmaß einen wesentlichen Einfluss auf die erwartete Ergebnisentwicklung erreichen. Der Konzern arbeitet daher mit großem Nachdruck an einer kontinuierlichen Verbesserung der Prognosequalität und der Verkürzung der Vorlaufzeiten, um dieses Risiko weiter zu

verringern. Zu diesem Zweck wurde die elektronische Anbindung der Zulieferbetriebe an das Unternehmen in den vergangenen Jahren weiter ausgebaut und somit die Transparenz über die Beschaffungskette hinweg optimiert. → **Beschaffung und Produktion**

Die Produktqualität spielt für den Markenauftritt eine entscheidende Rolle. HUGO BOSS Produkte unterliegen daher auf allen Fertigungsstufen einer konzerneinheitlichen Qualitätskontrolle. Produktionsstandorte werden regelmäßig von Reiseteknikern aufgesucht und auf die strikte Einhaltung von Design- und Produktionsvorgaben hin überprüft. Eingangskontrollen, Kontrollen bei den Zulieferern sowie Qualitätstests im Technical Development Center am Hauptsitz in Metzingen stellen sicher, dass die hohen Qualitätsstandards von HUGO BOSS eingehalten werden und Warenlieferungen einwandfrei und termingerecht an den Kunden erfolgen. Dennoch ist auch zukünftig ein gewisses Maß an Produktretouren aus qualitativen Gründen möglich. Der Einfluss auf die Ergebnisentwicklung wird jedoch aufgrund der Bildung von entsprechenden Retourenrückstellungen und der regelmäßigen Überprüfung der berücksichtigten Werte als gering eingestuft. → **Beschaffung und Produktion**

Qualitätsrisiken

Die Lagerung der Roh- und Fertigwaren konzentriert sich auf wenige ausgewählte Standorte, an denen höchste Qualitätsstandards garantiert werden. Das zentrale Distributionszentrum für Hängewaren am Sitz der Konzernzentrale in Metzingen sowie das hochautomatisierte neue Liegewarenlager südlich von Stuttgart bilden das Herzstück des weltweiten Logistiknetzwerks. Diese zwei strategischen Lagerstandorte sowie mehrere regionale Distributionszentren werden eigenständig von HUGO BOSS betrieben. Nichtsdestotrotz ist der Konzern Logistikrisiken ausgesetzt, die sich hauptsächlich auf den temporären Ausfall oder Verlust von Lagern beziehen. Um dem Risiko entgegenzuwirken, Teile der Roh- oder Fertigwaren und damit Umsätze durch Lieferunfähigkeit zu verlieren, werden umfangreiche technische und organisatorische Maßnahmen zum Brandschutz und zur Sicherheit umgesetzt und deren Einhaltung kontinuierlich überprüft. Zudem hat HUGO BOSS das unmittelbare finanzielle Risiko eines Waren- und Anlagenverlusts in Lagern sowie des Ausfalls eigener Produktionsstätten über Versicherungen abgedeckt. In Anbetracht der implementierten Maßnahmen ist die Eintrittswahrscheinlichkeit von Risiken in den Logistikprozessen derzeit als unwahrscheinlich zu bewerten. Die damit verbundenen finanziellen Auswirkungen sollten ein geringes Ausmaß nicht übersteigen.

Logistikrisiken

Die zunehmende Bedeutung des konzerneigenen Einzelhandels bedingt eine Erhöhung des Bestandsrisikos, insbesondere im Fall ungünstiger gesamtwirtschaftlicher Entwicklungen. Die Herausforderung des Vorratsmanagements besteht darin, bei optimierten Beständen dennoch kurzfristig auf Kundenaufträge reagieren zu können. Zur Minderung der Vorratsrisiken und zur generellen Optimierung der Bestände wird das Replenishment in einem zentralen Verantwortungsbereich koordiniert. Für Bestandsrisiken, die sich aus der Lagerdauer und der damit teilweise verminderten Verwertbarkeit der Vorräte ergeben, werden Abwertungen vorgenommen und in regelmäßigen Abständen überprüft. Zum Bilanzstichtag wurden aus Sicht des Managements Wertminderungen in ausreichender Höhe vorgenommen. Ein Nachfragerückgang oder eine Fehleinschätzung der Abverkaufsquote können sich möglicherweise negativ auf die Lagerumschlagshäufigkeit auswirken und führen eventuell zu höheren Preisnachlässen. Die Gewährung zusätzlicher Rabatte als Gegenmaßnahme hat zwangsläufig eine Reduzierung der Marge zur Folge und wird daher laufend vom zentralen Vertriebscontrolling überwacht. Mit einer zentral gesteuerten Preispolitik, differenzierten Einzelhandelsformaten und darauf abgestimmten Kollektionen wird eine konstante

Vertriebsrisiken

Verbesserung der Effizienz auf den Verkaufsflächen angestrebt. Dennoch werden auch in Zukunft unerwartete Entwicklungen in Absatzmärkten möglich sein, die gleichzeitig sowohl den konzerneigenen Einzelhandel wie auch den Vertrieb über Handelspartner betreffen. Die daraus resultierenden kumulierten Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, hauptsächlich durch Preisnachlässe oder höhere Wertminderungen, schätzt der Vorstand als wesentlich ein.

Zur Vermeidung eventueller Abhängigkeiten von einzelnen Kunden im Großhandelskanal wird auf eine ausgewogene Kundenstruktur geachtet. Mit der fortgesetzten Expansion der eigenen Einzelhandelsaktivitäten wird die Abhängigkeit vom Handel weiter reduziert. Kennzahlen wie Auftragsbestände, Umsatzerlöse und Auslieferungsquoten werden kontinuierlich im Vertriebscontrolling überwacht, damit gegebenenfalls zeitnah geeignete Maßnahmen eingeleitet werden können. Im Großhandelskanal kann es darüber hinaus zu Forderungsausfällen kommen. Dieses Risiko ist sowohl abhängig von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung als auch von der individuellen finanziellen Situation der Kunden. Der HUGO BOSS Konzern ist somit negativen Auswirkungen aufgrund von Zahlungsunfähigkeit oder Insolvenz einzelner Handelspartner sowie kumulierten Ausfällen als Folge einer eventuellen konjunkturellen Verschlechterung in einzelnen Märkten und Regionen ausgesetzt. Das bereits in der Vergangenheit erfolgreich implementierte konzernweite Debitorenmanagement, das einheitlichen Regelungen folgt, 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 führt dies auch zu Belieferungen ausschließlich nach Vorauszahlungen beziehungsweise unter Verwendung anderer sichernder Zahlungsbedingungen oder zum Verzicht auf Geschäfte mit Kunden, die als nicht kreditwürdig eingestuft wurden. Die Interne Revision überprüft regelmäßig die Einhaltung dieser Konzernrichtlinien. Eine Konzentration von Ausfallrisiken durch wesentliche Außenstände bei einzelnen Kunden lag zum Bilanzstichtag nicht vor. Daher werden mögliche Risiken im Zusammenhang mit Zahlungsausfällen von Großhandelspartnern insgesamt als gering eingeschätzt. Durch den weiteren Ausbau der konzerneigenen Retailaktivitäten und den Fokus auf strategische Partnerschaften mit größeren Handelsunternehmen wird dieses Risiko mittelfristig weiter sinken. → **Konzernanhang, Textziffer 17**

ORGANISATORISCHE RISIKEN

IT-Risiken

Ein reibungsloser Geschäftsablauf mit effizienten Prozessen wird durch eine leistungsstarke und konzernweit einheitliche IT-Infrastruktur ermöglicht. Um Risiken wie Systemunterbrechungen, Datenverluste und unberechtigte Zugriffe zu verringern, werden verschiedene Maßnahmen in Form von mehrstufigen Sicherheits- und Antivirenkonzepten, Vergabe von Zugriffsrechten, Zugangskontrollsystemen, Datensicherungen und unabhängiger Energieversorgung umgesetzt. HUGO BOSS arbeitet darüber hinaus zur Gefahrenabwehr mit professionellen Spezialdienstleistern zusammen. Alle eingeleiteten und geplanten Maßnahmen werden regelmäßig auf ihre Effektivität hin überprüft, um den überaus dynamischen IT-Bedrohungen stets Rechnung zu tragen. Das Management geht daher davon aus, dass der Eintritt von IT-Risiken unwahrscheinlich ist und sich diese nur in geringem Umfang finanziell auswirken würden.

Personalrisiken ergeben sich im Wesentlichen durch Engpässe bei der Personalbeschaffung, Fachkräftemangel und Fluktuation. Diese Risiken werden mithilfe umfassender Weiterbildungsmaßnahmen, leistungsgerechter Vergütung und frühzeitiger Nachfolgeplanung begrenzt. Darüber hinaus wird die Entwicklung und Karriereplanung der Mitarbeiter durch ein umfangreiches Talent- und Performancemanagement gezielt gefördert. Das hohe Ansehen des Unternehmens in Bezug auf Arbeitsbedingungen und Mitarbeiterzufriedenheit wird regelmäßig durch vordere Plätze in verschiedenen Arbeitgeberrankings belegt. Eine im Geschäftsjahr 2014 breit angelegte Mitarbeiterbefragung in der HUGO BOSS AG wird wichtige Hinweise für die Entwicklung zusätzlicher Initiativen geben, mit denen die Arbeitgebermarke HUGO BOSS ausgebaut und deren Attraktivität weiter gesteigert werden kann. Somit wird der Konzern auch in einem wettbewerbsintensiveren Umfeld in der Lage sein, qualifizierte Mitarbeiter zu rekrutieren, zu begeistern und langfristig an das Unternehmen zu binden. Die in der Vergangenheit eingeführten Maßnahmen unter anderem zur Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter sowie zur Unterstützung einer ausgewogenen Work-Life-Balance werden auch in Zukunft im Fokus stehen. Aufgrund der erfolgreichen Maßnahmen ist das Unternehmen für den zunehmend internationalen Wettbewerb um hochqualifizierte Fach- und Führungskräfte gut positioniert und schätzt daher das Risiko als unwahrscheinlich, mit gleichzeitig geringer Auswirkung auf die geplante Ergebnisentwicklung, ein. → **Mitarbeiter**

Personalrisiken

Alle Gebäude und durch HUGO BOSS betriebenen Anlagen sind gegen Elementarschäden versichert. Das vom Konzern getragene Restrisiko begrenzt sich somit im Schadensfall weitestgehend auf die vereinbarten Selbstbehalte. Durch konsequent umgesetzte Wartungsstrategien wird ein reibungsloser operativer Betrieb bei gleichzeitig planbaren Instandhaltungskosten gewährleistet. Daher sind selbst geringe zusätzliche finanzielle Belastungen als unwahrscheinlich einzuschätzen.

Gebäuderisiken

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 laufende Gerichts- und Rechtsberatungskosten sind im abgelaufenen Geschäftsjahr Rückstellungen in ausreichender Höhe gebildet worden. Belastungen aufgrund weiterer rechtlicher Risiken werden als möglich eingeschätzt, jedoch ist die Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns aus Sicht des Managements derzeit gering.

Rechtliche Risiken

HUGO BOSS zeichnet sich durch eine vertrauensbasierte Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien aus. Auf jeder Ebene sind eigenverantwortliches Handeln und Denken gefordert. Der Zugang zu vertraulichen Informationen sowie die Übertragung hoher unternehmerischer Verantwortung bergen trotz ausgebauter und mehrstufiger Prüfungs- und Kontrollmechanismen grundsätzlich das Risiko des Missbrauchs. Gemäß einer guten 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.

Risiken im Zusammenhang mit Corporate Governance und Compliance

Sämtliche Mitarbeiter des HUGO BOSS Konzerns sind zur Einhaltung des konzernweit geltenden allgemeinen Verhaltenskodex und der ergänzenden spezifischen Compliance-Regeln verpflichtet. Wie bereits in der Vergangenheit wurde auch im abgelaufenen Geschäftsjahr ein umfangreiches Trainingsprogramm zum Thema Compliance durchgeführt. Die Einhaltung der Compliance-Regeln wird zentral überwacht und an den Vorstand berichtet. Aufgrund der Eigenschaften des HUGO BOSS Geschäftsmodells, das hauptsächlich aus dem Verkauf von Bekleidung und Accessoires an Endverbraucher und Großhandelspartner besteht, ist die Gefahr von Korruptionsdelikten verhältnismäßig gering. Nichtsdestotrotz werden alle Gesellschaften regelmäßig einer entsprechenden Risikoanalyse unterzogen und gegebenenfalls detaillierte Audits in lokalen Tochtergesellschaften durchgeführt. Insgesamt werden Verstöße gegen die Compliance-Regeln daher als unwahrscheinlich eingestuft, eine Nichteinhaltung würde sich aus Sicht des Managements nur in geringem Ausmaß finanziell auswirken.

Weiterhin werden Lieferanten vertraglich zur Einhaltung von Sozialstandards verpflichtet, die unter anderem die Arbeitssicherheit, das Verbot von Kinderarbeit und eine angemessene Entlohnung regeln. Die Überwachung erfolgt durch regelmäßige Prüfungen. Werden Verstöße gegen Standards und gesetzliche Vorgaben festgestellt, wird je nach Schweregrad das Prüfungsintervall erhöht, zusammen mit dem Lieferanten ein verbindlicher Maßnahmenplan mit erneuter Umsetzungskontrolle vereinbart oder in schwerwiegenden Fällen die Zusammenarbeit beendet. Die Nichteinhaltung der Sozialstandards des Konzerns wird durch den Gesamtvorstand aktuell als grundsätzlich möglich eingestuft. Unerwartete Verstöße könnten sich in moderatem Umfang auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns auswirken. → **Nachhaltigkeit** → **Corporate Governance Bericht**

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Als global präsente Marke des Premium- und Luxussegments hat HUGO BOSS auch höchste Ansprüche an die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz. Über die Einhaltung aller landesspezifischen Gesetze und Vorgaben hinaus strebt der Konzern an, die Sicherheit, Gesundheit und das Wohlergehen aller Mitarbeiter, Kunden und sonstigen Dritten zu erhöhen. Jeder Mitarbeiter trägt dabei eine Verantwortung, die im operativen Betrieb täglich umgesetzt werden muss. Geringe finanzielle Auswirkungen des Risikos einer Nichteinhaltung von Vorgaben können, selbst wenn sie als unwahrscheinlich angesehen werden, nicht vollständig ausgeschlossen werden. Der HUGO BOSS Konzern hat, mit dem Ziel einer kontinuierlichen Erhöhung der Sicherheitsstandards und Gesundheitsschutzmaßnahmen, eine breit angelegte Initiative gestartet, die etablierte Maßnahmen analysiert und bei Bedarf Verbesserungspotenziale adressiert.

BERICHT ZUM RECHNUNGSLEGUNGSBEZOGENEN INTERNEN KONTROLLSYSTEM UND RISIKOMANAGEMENT- SYSTEM 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 adäquater Software sowie der Vorgabe einheitlich anzuwendender 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.

Managementkontrollen in allen Geschäftsbereichen setzen die Bereitstellung korrekter und zeitnaher Informationen voraus. Den Business-Informationen- 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 BIS-System (Business Intelligence Services System) wesentlich verbessert. Das BIS-System enthält sowohl für den Finanz- und Controllingbereich wie auch für alle operativen Bereiche eine Vielzahl von Kennzahlenberichten, die täglich abgerufen werden können.

Im Finanzbereich zählt das monatliche umfangreiche Management 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 die 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 vermeiden 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 Mehraugenprinzip, 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 vollumfänglich eine spezielle Detektionssoftware ein. Sie gleicht das Berechtigungsprofil eines Benutzers mit einem vorinstallierten SoD-Schema (Segregation-of-Duties-Schema) ab. Das konzernweite Berechtigungsmanagement und die Definition von Rollen sind ebenfalls in den zentralen IT-Abteilungen der HUGO BOSS AG in Metzingen angesiedelt.

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

Rechnungslegungs- relevante IT-Systeme

Organisation der Rechnungslegung und rechnungslegungs- relevanter Richtlinien

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 Realisierbarkeit und Profitabilität zu analysieren und ebenfalls mit dem Controllingbereich 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 auch systemseitig in der konzerneinheitlichen ERP-Software integriert. Darüber hinaus ist auch über die Angemessenheit der Kontrollen zur Sicherung der Datenintegrität und des Zugriffsschutzes der Daten sowie über Fälle von Betrug oder grobe Verletzungen des Internen Kontrollsystems zu berichten.

Der zentrale Finanzbereich in Metzingen ist neben der aktiven Unterstützung aller Geschäftsbereiche und Konzerngesellschaften auch für die Erarbeitung und Aktualisierung von einheitlichen Richtlinien und Arbeitsanweisungen für rechnungslegungsrelevante Prozesse verantwortlich. Dazu gehören im Wesentlichen die Erstellung und Aktualisierung einer Forderungswertberichtigungsrichtlinie, einer Investitionsrichtlinie, des IAS/IFRS-Bilanzierungshandbuchs sowie klare Vorgaben zur Intercompany-Abstimmung.

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. Eine zentrale E-Mail-Adresse bietet zudem die Möglichkeit, offene Fragen zeitnah an den zentralen Finanz- und Controllingbereich zu adressieren. Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungssachverhalte sowie Änderungen der relevanten IAS/IFRS-Standards und -Interpretationen werden mit den Konzernwirtschaftsprüfern in mindestens quartalsweise stattfindenden Jour-fixe-Terminen diskutiert. In regelmäßigen Abständen werden darüber hinaus Fortbildungsveranstaltungen organisiert, Updates zu rechnungslegungsrelevanten Themen über den sogenannten „Accounting Newsletter“ kommuniziert und im konzerneigenen Intranet im „Finance Forum“ zur Verfügung gestellt. Für Nachwuchskräfte im Finanz- und Controllingbereich finden im Rahmen eines Financial College Schulungen statt. Einmal jährlich treffen sich die verantwortlichen Finance Manager zum „Finance Managers Meeting“. Im vierten Quartal findet zudem das „Year End Closing Training“ statt, bei dem die konzernweiten Mitarbeiter des Finanz- und Controllingbereichs über aktuelle Entwicklungen in der internationalen Rechnungslegung informiert werden und Konsens bezüglich aller für den Jahresabschluss relevanten Sachverhalte geschaffen wird.

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 und dem Audit Committee abgestimmt, wobei inhaltliche Schwerpunkte festgelegt werden. Ad-hoc-Audits sind jederzeit möglich. Alle

Audit-Berichte werden direkt an den Finanzvorstand und gegebenenfalls an den Gesamtvorstand berichtet. Darüber hinaus legt die Interne Revision auch gegenüber dem Audit Committee regelmäßig Rechenschaft ab.

CHANCENBERICHT

Die systematische Identifikation und Nutzung wertsteigernder unternehmerischer Chancen ist ein wichtiges Element zur Sicherstellung profitablen Unternehmenswachstums. Chancen werden im HUGO BOSS Konzern als mögliche positive Abweichungen von geplanten Zielgrößen beziehungsweise von getroffenen Annahmen bei der Unternehmensplanung definiert.

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

Kurzfristige Chancen, verstanden als potenzielle positive Abweichungen vom geplanten operativen Ergebnis (EBIT) für das laufende Geschäftsjahr, werden in regelmäßigen Abständen mit dem regionalen Management diskutiert. Bei Bedarf werden geeignete Maßnahmen zu ihrer Nutzung eingeleitet. Das langfristige Chancenmanagement ist unmittelbar mit der Konzernplanung verknüpft. Identifizierte und anhand ihres Beitrags zum Unternehmenswert bewertete Chancen werden im Rahmen der strategischen Planung sowie der jährlichen Budgetgespräche näher analysiert. Basierend darauf teilt der Vorstand den operativen Einheiten die notwendigen Ressourcen zu, um von der Realisierung der jeweiligen Chancen profitieren zu können.

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

EXTERNE CHANCEN

Die konjunkturelle Lage auf seinen Absatzmärkten beeinflusst die Wachstumsaussichten des Konzerns. Als Konsumgüterunternehmen kann HUGO BOSS unmittelbar von positiven gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen und deren Auswirkung auf das Konsumentenvertrauen und das Kaufverhalten der Kunden profitieren. Die derzeit geringen Energiekosten sowie die niedrigen Inflations- und Zinsniveaus in vielen Märkten könnten so zu einer weiteren Verbesserung der Konsumstimmung beitragen und den Erwerb modischer Bekleidung und Accessoires positiv beeinflussen.

Regulatorische und gesetzgeberische Veränderungen können einen potenziell positiven Einfluss auf die Absatzchancen und die Profitabilität des Unternehmens haben. Die Senkung von Einfuhrzöllen oder Steuern kann beispielsweise die Wettbewerbsposition des Unternehmens in Relation zum lokalen Wettbewerb verbessern.

Dezentrale Organisation des Chancenmanagements

Laufendes Monitoring und enge Verknüpfung mit Konzernplanung

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Veränderungen im Marktumfeld

**Vorteilhafte
Wechselkurs- und
Zinsveränderungen**

FINANZIELLE CHANCEN

Günstige Wechselkurs- und Zinsentwicklungen können die Ergebnisentwicklung des Konzerns potenziell positiv beeinflussen. Die zentrale Treasury-Abteilung des HUGO BOSS Konzerns analysiert das Marktumfeld kontinuierlich und ist im Rahmen der Grundsätze des Finanzmanagements für die Identifikation diesbezüglicher Chancen sowie deren Nutzung verantwortlich. Dafür arbeitet die Abteilung eng mit den weltweiten Tochtergesellschaften zusammen.

**Wachstum des
relevanten
Kundensegments**

STRATEGISCHE UND OPERATIVE CHANCEN

Branchenexperten erwarten ein weiterhin starkes globales Wachstum des für die Premium- und Luxusgüterbranche relevanten Marktsegments. So rechnen einzelne Analysten damit, dass weltweit bis zum Jahr 2025 rund 600 Millionen Menschen mehr als heute finanziell in der Lage sein werden, Premium- und Luxusgüter zu erwerben. Insbesondere in Schwellenländern werden aufgrund steigender Einkommen und eines im Vergleich zu anderen Weltregionen hohen Konsumanteils am verfügbaren Gesamteinkommen deutliche Zuwächse erwartet. Der Konzern sieht sich aufgrund seiner Markenpositionierung im Premium- und Luxussegment ideal positioniert, um von dieser Entwicklung sowohl bei der Herrenmode als auch der Damenmode zu profitieren. Das Wachstum der Mittelschicht in China und vielen anderen aufstrebenden Ländern bietet HUGO BOSS besondere Wachstumschancen, weil hier der Anteil berufstätiger und modebewusster Frauen verhältnismäßig hoch ist. Durch länderspezifisch zugeschnittene Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien, von der Zusammenarbeit mit Handelspartnern bis hin zu eigenständigen Tochtergesellschaften, arbeitet der Konzern konsequent an der Realisierung des identifizierten Wachstumspotenzials. Darüber hinaus stärkt er systematisch seine Distribution in Metropolregionen, insbesondere in Europa, um attraktive Angebote für das kommerziell immer bedeutender werdende Touristensegment zu schaffen.

**Wachsendes Modeinter-
esse bei Männern**

In den vergangenen Jahren ist das Interesse vor allem jüngerer Männer an modischer Bekleidung deutlich gewachsen. Immer mehr Männer achten verstärkt auf ein modisches Äußeres, um ihrer Persönlichkeit Ausdruck zu verleihen oder sich von anderen zu differenzieren. Auch wird der eigenen Bekleidung eine zunehmend wichtige Rolle in Bezug auf die Wahrnehmung der persönlichen Kompetenz im beruflichen Umfeld zugesprochen. Das Markenversprechen von HUGO BOSS, modische und stilsichere Bekleidung in hervorragender Qualität zu bieten, adressiert diese Bedürfnisse sehr effektiv, so dass der Konzern gute Chancen sieht, von der global gestiegenen Modeaffinität von Männern zu profitieren.

**Veränderte
Einkaufs- und
Lebensgewohnheiten**

Der rasante technologische Fortschritt der letzten 15 Jahre und im Speziellen die sprunghaft gestiegene Bedeutung des Internets hat die Einkaufs- und Lebensgewohnheiten der Konsumenten stark verändert. HUGO BOSS begreift diese Veränderungen als Chance. Mit dem Ausbau und der kontinuierlichen Verbesserung seines Online Stores entspricht der Konzern den Ansprüchen der Konsumenten in Bezug auf Produktpräsentation, Produktauswahl und Service. Darüber hinaus wird eine noch engere Verzahnung des Online-Angebots mit dem stationären Einzelhandel angestrebt. Über alle Kanäle aufeinander abgestimmte Prozesse sollen dem Kunden ein qualitativ hochwertiges und unkompliziertes Informations-, Einkaufs- und Serviceerlebnis bieten. HUGO BOSS entspricht damit den Bedürfnissen der Kernzielgruppe des Unternehmens, beruflich und privat erfolgreicher und zeitlich stark eingebundener Frauen und Männer. Gleichzeitig nutzt der Konzern digitale Medien, um die Wahrnehmung seiner Marken zu verstärken und sie emotional aufzuladen.

Der Konzern trägt dem zunehmenden Kundenbedürfnis nach Individualität sowohl mit seiner Marken- als auch seiner Vertriebsstrategie Rechnung. Durch den Ausbau und die regionale Ausweitung seines „Made to Measure“-Angebots ermöglicht HUGO BOSS einer zunehmenden Zahl interessierter Konsumenten, individuell angepasste und geschneiderte Produkte zu tragen und sich so vom modischen Mainstream zu differenzieren. Durch speziell gestaltete, abgegrenzte Verkaufsräume wird diese Exklusivität auch im Einkaufserlebnis vermittelt. Chancen werden zudem in der individuellen Ansprache von Kunden im Rahmen eines systematischen Kundenbeziehungsmanagements gesehen. Durch bedarfsgerechte Anrufe, personalisierte Mailings und individuell gestaltete Newsletter werden Konsumenten enger an HUGO BOSS gebunden und ihre Markenloyalität erhöht.

**Steigendes Bedürfnis
nach Individualität**

HUGO BOSS sieht sich im globalen Bekleidungsmarkt hervorragend positioniert. Alle Konzernmarken stehen für exzellente Qualität, herausragende Verarbeitung und modernes Design. Der Konzern spricht mit seinen Marken ein breites Publikum über das gesamte Spektrum des Premium- und Luxusmodemarkts hinweg an – von der jungen Lifestyle-Marke BOSS Orange über die trendige Marke HUGO bis hin zum modernen und anspruchsvollen Angebot der Marke BOSS, in dem die Luxuskompetenz des Unternehmens erfolgreich gebündelt wurde. Die unterschiedlichen Markenwelten sind auch durch die zunehmend vertikal differenzierte Preispositionierung klar voneinander abgegrenzt und entsprechen den Ansprüchen unterschiedlicher Zielgruppen. Der Konzern sieht sich so in der Lage, seinen Kunden im Premium- und Luxusbereich und über alle Lebensphasen hinweg attraktive Angebote machen zu können. Er bindet sie so noch enger an seine Marken und nutzt Chancen in Form von zusätzlichen Absatzpotenzialen.

**Markenportfolio ermög-
licht gezielte Ansprache
differenzierter
Kundensegmente**

HUGO BOSS hat im Bekleidungssegment des Premium-Männermodemarkts in vielen Regionen die Marktführerschaft inne. Im Damenmodemarkt ist die Penetration in den meisten Märkten jedoch deutlich geringer. Der Konzern misst deshalb diesem Geschäftsbereich ein erhebliches Potenzial bei und arbeitet intensiv an der erfolgreichen Umsetzung seiner Strategie, um Marktanteile hinzuzugewinnen. Mit der Ernennung von Jason Wu zum Artistic Director wurde der Bereich personell gestärkt. Zudem wurde die Markenkommunikation ausgebaut, um die Wahrnehmung der BOSS Womenswear als modische und qualitativ hochwertige Marke zu stärken. Die kontinuierliche Präsenz im Rahmen der New York Fashion Week unterstreicht darüber hinaus den hohen Anspruch, den das Unternehmen an diesen Geschäftsbereich hat.

**Stärkere Marktdurch-
dringung im Bereich der
Womenswear**

HUGO BOSS hat seine Vertriebsaktivitäten in den letzten Jahren immer stärker auf den Endkonsumenten ausgerichtet und den Umsatzanteil des eigenen Einzelhandels deutlich gesteigert. Mit der Expansion eigener Stores erschließt das Unternehmen zusätzliche Absatzpotenziale sowohl in etablierten Märkten als auch Schwellenländern. Zusätzlich ergreift HUGO BOSS die Chance, bei immer mehr Handelspartnern markenexklusive Shop-in-Shops selbst zu bewirtschaften. Die umfassende Kontrolle über den eigenen Auftritt ermöglicht es nicht nur, die Qualität der Präsentation zu verbessern, sondern auch, erstklassige Beratung und hervorragende Serviceleistungen anzubieten und somit das Einkaufserlebnis und die wahrgenommene Wertigkeit der Marke zu erhöhen. Gleichzeitig gewinnt das Unternehmen einen unmittelbaren Einblick in die Bedürfnisse seiner Kunden. Im Hinblick auf die wachsende Bedeutung des Vertriebskanals arbeitet der Konzern deshalb weiter intensiv an der systematischen Steigerung seiner Einzelhandelskompetenz.

**Wachsende
Einzelhandels-
kompetenz**

Verbesserung der operativen Prozesse

HUGO BOSS trägt der wachsenden Bedeutung des eigenen Einzelhandels außerdem mit der Optimierung wesentlicher operativer Prozesse Rechnung. Anhand einer systemgestützten Flächen-, Sortiments- und Mengenplanung wird der Konzern zukünftig in der Lage sein, sich noch stärker auf die Bedürfnisse der Endkonsumenten auszurichten und schneller als in der Vergangenheit auf Marktveränderungen zu reagieren. In den nächsten Jahren steht außerdem die systemtechnische Integration und Optimierung der Business-to-Consumer-Prozesse im Vordergrund, um die Warenflüsse an Endverbraucher vertriebskanalübergreifend schneller, flexibler und effizienter zu machen. Zudem arbeitet der Konzern intensiv an einer stärkeren Virtualisierung bestimmter Phasen des Produktentwicklungsprozesses, um Zeit- und Kostenvorteile zu realisieren. Durch diese fortlaufenden Prozessoptimierungen schafft HUGO BOSS die Grundlage dafür, zukünftige Chancen nutzen und positive Umsatz- und Ergebniseffekte erzielen zu können.

Nachhaltiges Geschäftsmodell

ORGANISATORISCHE CHANCEN

Der Name HUGO BOSS steht seit jeher für kompromisslose Qualität und hervorragende Verarbeitung. Das Unternehmen hat deshalb höchste Ansprüche nicht nur an seine Produkte, sondern ebenso an alle unternehmerischen Aktivitäten und Prozesse. Der Konzern ist bestrebt in ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten nachhaltig zu handeln. Er ist überzeugt, durch diesen Ansatz den Unternehmenswert steigern zu können. So haben sich alle Bereiche und Funktionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu verantwortungsvollem Handeln und der Verfolgung klar definierter Ziele verpflichtet. Daraus ergeben sich Chancen sowohl im Bezug auf unmittelbare Umsatzsteigerungen und Kostensenkungen als auch die generelle Reputation des Unternehmens und seiner Marken.

NACHTRAGS- UND PROGNOSEBERICHT

HUGO BOSS erwartet im Jahr 2015, seinen erfolgreichen Wachstumskurs fortsetzen zu können. Die Umsetzung der Konzernstrategie und der daraus abgeleiteten Initiativen wird Umsatz und operatives Ergebnis auf neue Bestwerte in der Unternehmensgeschichte steigern. Der Konzernumsatz soll aufgrund von Zuwächsen in allen Regionen zulegen. Der eigene Einzelhandel wird voraussichtlich der Wachstumsmotor bleiben. Ein starker Fokus auf Produktivitätsverbesserungen im eigenen Einzelhandel, eine positive Rohertragsmargenentwicklung und das strikte Management der operativen Gemeinkosten werden zu der geplanten Ergebnissteigerung beitragen.

NACHTRAGSBERICHT

HUGO BOSS wird die letzten noch im Franchisemodell betriebenen Stores im chinesischen Markt übernehmen. Die am 26. Januar 2015 erzielte Übereinkunft mit dem Partner Wenzhou Noble sieht vor, dass die Kontrolle über alle 21 BOSS Stores zum 1. April 2015 auf HUGO BOSS übergehen wird. Damit kann der Konzern seine Strategie, die auf die Stärkung der Markenwahrnehmung und auf die Aufwertung des Retailnetzes abzielt, noch zielgerichteter und über alle Kanäle konsistent umsetzen.

Zwischen dem Ende des Geschäftsjahres 2014 und der Freigabe der Veröffentlichung dieses Berichts am 19. Februar 2015 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 können.

Schließlich veränderte sich die Aktionärsstruktur der HUGO BOSS AG durch zwei Aktienplatzierungen der Red & Black Lux S.à r.l., einer Gesellschaft im Mehrheitsbesitz der Permira Holdings Limited, am 10. Februar 2015. Vor den Platzierungen hielt die Gesellschaft 22,4 Millionen Aktien bzw. 32 % am Grundkapital und war damit größter Einzelaktionär der Gesellschaft. Die Platzierung von 9 Millionen Aktien an institutionelle Investoren und der Verkauf eines weiteren Paketes von knapp 5 Millionen Aktien an die Gesellschaften PFC S.r.l. und Zignago Holding S.p.a. der italienischen Familie Marzotto verringerte den Anteilsbesitz auf knapp 8,5 Millionen Aktien beziehungsweise 12 % des Grundkapitals.

PROGNOSEBERICHT

Der folgende Bericht gibt die Prognosen des HUGO BOSS Managements hinsichtlich des künftigen Geschäftsverlaufs wieder und beschreibt die erwartete Entwicklung der maßgeblichen volkswirtschaftlichen und branchenbezogenen Rahmenbedingungen. Er entspricht

HUGO BOSS übernimmt letzten Franchiseaktivitäten in China

Keine weiteren berichtspflichtigen Ereignisse

Aktienplatzierungen verändern Aktionärsstruktur

Zukunftsbezogene Aussagen

dem Kenntnisstand des Managements zum Zeitpunkt der Berichterstellung. Hierbei wird berücksichtigt, dass die tatsächliche Entwicklung aufgrund des Eintretens von Risiken und Chancen, wie im Risiko- und Chancenbericht beschrieben, positiv wie negativ wesentlich von diesen Prognosen abweichen kann. Der HUGO BOSS Konzern übernimmt außerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Veröffentlichungsvorschriften keine Verpflichtung, die in diesem Bericht enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.

**Geschäftsentwicklung
unterliegt äußeren
Einflüssen**

Konjunkturelle und branchenspezifische Entwicklungen beeinflussen die operative und finanzwirtschaftliche Entwicklung von HUGO BOSS. Für den Konzern ist es daher von großer Bedeutung, diesbezügliche Trends frühzeitig zu erkennen, um mit geeigneten Maßnahmen rechtzeitig darauf reagieren zu können.

**Nur leichte Beschleunigung
des Wirtschaftswachstums
erwartet**

Der IWF rechnet für das Gesamtjahr 2015 mit einem nur leicht beschleunigten Wachstum der **Weltwirtschaft** von 3,5 %, wobei sich die Konjunktur sowohl in den Industrie- als auch den Schwellenländern beleben sollte. Der Aufschwung in den USA könnte sich als Motor für das weltweite Wirtschaftswachstum erweisen. Insbesondere der stark gefallene Ölpreis, aber auch nachlassende fiskalische Belastungen in vielen großen Marktwirtschaften und eine weiterhin expansive Geldpolitik sollten den Wachstumsausblick unterstützen. Mangelnde Strukturreformen, eine schwache Investitions- und Konsumneigung sowie anhaltende geopolitische Spannungen belasten allerdings das globale Wirtschaftswachstum. Auch die weiter hohen Schuldenstände und die historisch niedrigen Inflationsraten in Europa könnten das Wachstum gefährden.

**Europäische Wirtschaft
auf moderatem
Erholungskurs**

Laut den Schätzungen des IWF wird sich das Wachstum in **Europa** im Jahr 2015 auf 1,2 % belaufen. Gelockerte staatliche Sparmaßnahmen und nachhaltig günstige Finanzierungsbedingungen sollten das Wachstum unterstützen. So wird die EZB ab dem ersten Quartal erhebliche quantitative Lockerungsmaßnahmen umsetzen. Auch der jüngste Rückgang des Ölpreises sowie die Abwertung des Euro sollten sich positiv auf die Konjunkturerwicklung der Region auswirken. Die EU-Kommission sowie verschiedene Einzelstaaten haben darüber hinaus Investitionsprogramme zur Belebung der Wirtschaft verabschiedet. Stockende Reformbemühungen beispielsweise im Bereich des Bürokratieabbaus und der Arbeitsmarktflexibilisierung, die weiter hohe Staatsverschuldung vieler Länder der Region, historisch niedrige Inflationsraten und damit verbundene Deflationssorgen sowie anhaltende geopolitische Spannungen bergen allerdings Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung. Eine Vielzahl von Parlamentswahlen sowie die politische Situation in Griechenland könnten darüber hinaus zur Belastung werden. Für Deutschland rechnet der IWF im Jahr 2015 mit einem Wachstum von 1,3 %. Die Umsetzung wirtschaftlicher Reformen vorausgesetzt sollte sich das Wachstum in Frankreich im Jahresverlauf beleben und insgesamt 0,9 % betragen. Für Großbritannien wird mit einem annähernd unveränderten Wirtschaftswachstum von 2,7 % gerechnet.

**US-Wirtschaft Motor
des weltweiten
Wirtschaftswachstums**

In den **USA** dürfte sich der wirtschaftliche Aufschwung auch im Jahr 2015 fortsetzen. Laut dem IWF dürfte sich das Wachstum im Gesamtjahr 2015 dabei auf 3,6 % beschleunigen. Eine robuste Binnennachfrage, weiter zunehmende Unternehmensinvestitionen, die gute Entwicklung des Arbeits- und Immobilienmarkts sowie höhere Staatsausgaben sollten das Wirtschaftswachstum fördern. Aufgrund der stabilen wirtschaftlichen Entwicklung wird davon ausgegangen, dass die US-Notenbank im Laufe des Jahres die Leitzinsen anheben wird. Die Aufwertung des US-Dollars und die nur langsam voranschreitende wirtschaftliche

Belegung außerhalb der USA könnte sich allerdings dämpfend auf den Exportsektor auswirken. Die Aussichten für die **lateinamerikanische Wirtschaft** werden vom Preisverfall bei Öl und anderen Rohstoffen belastet. Der IWF erwartet deshalb ein gegenüber dem Vorjahr annähernd unverändertes Wachstumstempo von 1,3 % im Jahr 2015. Stützend dürften sich dabei die anziehende Nachfrage aus den USA sowie die Umsetzung wirtschaftlicher Reformen auswirken.

Das Wachstum der **asiatischen Wirtschaft** wird sich laut dem IWF im Jahr 2015 auf 6,4 % (exklusive Japan) belaufen, was eine Verlangsamung gegenüber dem Vorjahr darstellen würde. Es wird erwartet, dass sich die nachlassende Dynamik in China und die weiter verhaltene Nachfrage aus Europa bremsend auf die Konjunktorentwicklung auswirken werden. Andererseits profitiert die Region von einer steigenden Nachfrage aus den USA. Viele Länder der Region werden zudem eine robuste binnenwirtschaftliche Entwicklung aufweisen und von den fiskalischen, geldpolitischen und strukturellen Maßnahmen der letzten Jahre profitieren. Das Wachstum der chinesischen Wirtschaft wird sich laut dem IWF auf 6,8 % abschwächen. Gründe hierfür sind geringere Wachstumsraten in Handel und Produktion sowie Bremseffekte früherer Überinvestitionen im Immobiliensektor. In Japan sollte sich das Wirtschaftswachstum im Jahr 2015 auf 0,6 % erholen. Dazu werden voraussichtlich insbesondere eine expansive Geldpolitik, der Ölpreisverfall und die Schwäche des Yens beitragen. In Australien sollten sich die Wachstumsraten unter anderem aufgrund der intakten privaten Konsumtätigkeit sowie einer Belebung im Exportsektor im Vergleich zum Vorjahr leicht beschleunigen.

Stabiles Wirtschaftswachstum in Asien

Für das Jahr 2015 wird mit einer Fortsetzung des Wachstums in der **Premium- und Luxusgüterbranche** gerechnet. Laut Altagamma und Bain & Company wird das Wachstum auf währungsbereinigter Basis im mittleren einstelligen Prozentbereich liegen, was der Steigerungsrates des vergangenen Jahres entspricht. Verbesserungen der gesamtwirtschaftlichen Lage, niedrige Energiepreise und steigende Löhne könnten im Jahresverlauf für Wachstumsimpulse sorgen. Es wird erwartet, dass sich die Unternehmen der Branche wie im vergangenen Jahr vor allem auf ihre eigenen Einzelhandelsaktivitäten fokussieren. Gegenüber den Vorjahren wird die Anzahl der Neueröffnungen voraussichtlich weiter sinken. Stattdessen investieren viele Marktteilnehmer in die Aufwertung bestehender Stores, um das Einkaufserlebnis zu verbessern und Produktivitätssteigerungen zu erzielen. Dem Online-Vertriebskanal und seiner Integration mit dem stationären Einzelhandel wird eine wachsende Bedeutung beigemessen. Unter Druck stehen Kaufhäuser und spezialisierte, oftmals inhabergeführte Mehrmarkenhändler. Viele Händler leiden unter rückläufigen Kundenfrequenzen und steigenden Mieten. In diesem Vertriebskanal wird dementsprechend mit einem Fortgang der Marktkonsolidierung gerechnet.

Branche soll im Jahr 2015 weiter wachsen

Im Jahr 2015 werden voraussichtlich alle Regionen zum Branchenwachstum beitragen. In **Europa** dürfte die Branche neben einer allmählichen Erholung der lokalen Nachfrage insbesondere von Zuwächsen im Geschäft mit Touristen, vor allem aus Asien, profitieren. Die allmähliche Belebung des Wirtschaftswachstums sollte hauptsächlich in den für die Luxusgüterbranche wichtigen Ländern Südeuropas stützend wirken. Die vielerorts verhaltene Konsumstimmung und rückläufige Kundenfrequenzen im Einzelhandel werden sich aber unverändert belastend auswirken. In Osteuropa dürfte die Branche weiter unter den politischen Spannungen rund um den Ukraine-Konflikt leiden. In der Folge wird voraussichtlich auch die Zahl russischer Touristen in Westeuropa sinken, was die Nachfrage in

diesen Märkten belasten sollte. In **Amerika** sollte sich die Luxusgüterbranche im Jahr 2015 robust entwickeln. Der Sektor sollte von der allgemeinen Konjunkturbelebung, dem daraus resultierenden hohen Verbrauchervertrauen und der steigenden lokalen Konsumtätigkeit in den USA profitieren. Auch die zunehmende Nachfrage asiatischer Touristen wird die Umsätze in Amerika unterstützen, wobei die Stärke des US-Dollars bremsend auf diese Entwicklung wirken könnte. In Lateinamerika sollte sich die Branche aufgrund der weiter gedämpften Konsumstimmung hingegen etwas schwächer entwickeln. Für **Asien** prognostizieren Experten ein weiteres Branchenwachstum. In China werden allerdings bestenfalls geringe Zuwächse erwartet. Belastend wirken hier die Antikorruptionskampagne der chinesischen Regierung, die sich negativ auf die soziale Akzeptanz von Premium- und Luxusmarken niederschlägt, die Verlangsamung des gesamtwirtschaftlichen Wachstums sowie der Preisverfall auf dem Immobilienmarkt. Unterstützt von der Aufwertung der lokalen Währung wird ein wachsender Anteil der Luxusgütereinkäufe chinesischer Kunden im Ausland getätigt werden. Auch in Hongkong wird das Branchenwachstum voraussichtlich weiter verhalten ausfallen. Der japanische Markt dürfte unverändert von einer gesunden Nachfrage inländischer Konsumenten sowie den Einkäufen von Touristen profitieren.

Solider Anstieg des Konzernumsatzes erwartet

HUGO BOSS erwartet trotz der in vielen Märkten herausfordernden konjunkturellen und branchenspezifischen Lage eine solide Umsatzsteigerung im Jahr 2015. Der Konzern geht dabei davon aus, dass das Wachstum die Steigerungsraten der Weltwirtschaft übertreffen wird.

Umsatzwachstum in allen Regionen prognostiziert

Im Jahr 2015 werden voraussichtlich alle Regionen zur prognostizierten soliden Umsatzsteigerung des Gesamtkonzerns beitragen. Der Konzern geht davon aus, dass sich die Wachstumsraten in den einzelnen Regionen nicht signifikant voneinander unterscheiden werden. In Europa werden Umsatzzuwächse in allen wichtigen Märkten erwartet, die von der zunehmenden Ausrichtung der Region auf den eigenen Einzelhandel getragen werden sollten. Für die Region Amerika wird eine positive Entwicklung prognostiziert, zu der neben Umsatzzuwächsen im US-amerikanischen Markt auch deutliche Anstiege in Mittel- und Südamerika beitragen werden. In Asien plant der Konzern ebenfalls, den Umsatz zu steigern. Insbesondere in China arbeitet HUGO BOSS an der Umsetzung zahlreicher Maßnahmen, um das Wachstum gegenüber dem Vorjahr zu beschleunigen. Der Umsatz im Segment Lizenzen sollte sich ebenfalls positiv entwickeln.

Eigener Einzelhandel wird voraussichtlich überdurchschnittlich zulegen

Der Umsatz im eigenen Einzelhandel wird im Jahr 2015 im Vergleich zum Gesamtkonzern voraussichtlich überdurchschnittlich zulegen. Dazu wird neben Zuwächsen in den eigenen Einzelhandelsgeschäften insbesondere auch das Online-Geschäft beitragen.

Ausbau des Storenetzes durch Neueröffnungen und Übernahmen

Der Konzern plant im Jahr 2015, sein Storenetz zu erweitern. Basierend auf der Analyse seiner Marktdurchdringung sieht der Konzern Möglichkeiten für profitables Flächenwachstum in allen Regionen. Neben der Eröffnung freistehender Stores plant HUGO BOSS den weiteren Ausbau seines Shop-in-Shop-Portfolios sowohl durch die Eröffnung neuer Shop-in-Shops bei Handelspartnern als auch die Übernahme des Managements bestehender Flächen in Department Stores. Der Konzern wird darüber hinaus Stores von Franchisepartnern übernehmen. So wurde in Südkorea eine Übereinkunft mit dem bisherigen Franchisepartner erzielt, zum 1. März 2015 alle im Markt befindlichen 17 Franchisestores zu übernehmen. Im Zuge der qualitativen Verbesserung seines Storeportfolios vor allem in Asien wird der

Konzern allerdings auch Verkaufspunkte schließen. In vielen Fällen steht diese Entwicklung im Zusammenhang mit der Verlagerung und Konsolidierung bestehender Stores in hochwertigeren und größeren Verkaufspunkten.

Neben dem Ausbau des eigenen Storenetzes und Übernahmen liegt der Fokus auf der Steigerung der Flächenproduktivität im eigenen Einzelhandel. Wichtige Hebel in diesem Zusammenhang sind der Ausbau der Markenkommunikationsaktivitäten, die Intensivierung des Kundenbeziehungsmanagements und die Umsetzung verschiedener Maßnahmen zur Verbesserung des Einzelhandelsmanagements.

Für den Großhandelsbereich wird eine im Vergleich zum Gesamtkonzern unterdurchschnittliche Umsatzentwicklung prognostiziert. Ursächlich dafür werden vor allem die Übernahmen von Shop-in-Shops von Handelspartnern sowie von Franchisestores sein. Der in diesen Verkaufspunkten erzielte Umsatz wird nach der Übernahme dem Einzelhandelsbereich statt dem Großhandelsbereich zugerechnet. Auch die fortschreitende Konsolidierung des Kundenportfolios und die damit verbundene rückläufige Geschäftsentwicklung mit kleineren Handelspartnern wird die Umsatzentwicklung in diesem Vertriebskanal negativ beeinflussen. Hingegen plant HUGO BOSS, vor allem im Geschäft mit großen Department Stores weiter zu wachsen. Dieser Ausblick basiert auf der Entwicklung des Auftragseingangs, dem Feedback der Handelspartner zu den neuen Kollektionen sowie den Erwartungen hinsichtlich des Replenishment-Geschäfts.

HUGO BOSS erwartet im Jahr 2015 eine weitere Verbesserung der Rohertragsmarge. Während Effizienzsteigerungen in den Produktions- und Beschaffungsaktivitäten voraussichtlich durch steigende Lohnkosten ausgeglichen werden, wird der wachsende Umsatzanteil des eigenen Einzelhandels den Anstieg unterstützen. Die in diesem Vertriebskanal erwirtschaftete Rohertragsmarge liegt über der des Großhandelsgeschäfts.

Die operativen Aufwendungen des Konzerns werden vor allem aufgrund des fortgesetzten Ausbaus des eigenen Einzelhandels steigen. Auch wird HUGO BOSS seine Markenkommunikationsaktivitäten weiter ausbauen, um die Kundennachfrage zu verstärken. Die Marketingaufwendungen werden dementsprechend mindestens so stark wie der Umsatz steigen. Der Anteil der Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen am Konzernumsatz sollte ungefähr stabil bleiben. Effizienzsteigerungen im Zusammenhang mit dem im Jahr 2014 in Betrieb genommenen Liegwarenlager werden einen positiven Einfluss auf die Kostenentwicklung im Logistikbereich haben. Schließlich wird der Konzern den Anstieg der Verwaltungsaufwendungen durch ein striktes Kostenmanagement begrenzen.

Die prognostizierten Zuwächse von Umsatz und Rohertragsmarge werden einen soliden Anstieg des operativen Ergebnisses (EBITDA vor Sondereffekten) unterstützen. Für das Konzernergebnis und das Ergebnis je Aktie wird ebenfalls eine Verbesserung erwartet. Neben der Steigerung des EBITDA sollte dazu insbesondere ein Rückgang der Nettofinanz- aufwendungen aufgrund sinkender durchschnittlicher Verbindlichkeiten beitragen. Der Abschreibungsaufwand wird allerdings gegenüber dem Vorjahr steigen.

**Fokus auf Steigerung
der Flächenproduktivität**

**Übernahme- und
Konsolidierungs-
effekte belasten
Umsatzentwicklung im
Großhandelsbereich**

**Rohertragsmarge soll
weiter steigen**

**Operative Aufwen-
dungen steigen
vor allem aufgrund
von Einzelhandels-
expansion**

**Solider Ergebnis-
zuwachs erwartet**

**Kurzfristiges operatives
Nettovermögen soll im
Verhältnis zum Umsatz
sinken**

Das strikte Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens (Trade Net Working Capital) genießt weiterhin hohe Priorität, um Verbesserungen des operativen Cashflows zu unterstützen. Im Jahr 2015 strebt der Konzern an, das kurzfristige operative Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz zu reduzieren. Verbesserungspotenzial wird insbesondere bei der Verringerung der Vorratsreichweite gesehen. Eine optimierte Planung des Warenbedarfs sowie die erhöhte Flexibilität und Geschwindigkeit im Replenishment aufgrund des neuen Distributionszentrums werden eine Verringerung der Vorratsreichweite vor allem im eigenen Einzelhandel unterstützen.

**Eigener Einzelhandel
bildet Schwerpunkt der
Investitionstätigkeit**

Der Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten sowie die Renovierung bestehender Stores und Shops werden auch im Jahr 2015 den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit des Konzerns bilden. Darüber hinaus wird der Konzern seine operative Infrastruktur vor allem in den Bereichen IT und Logistik stärken. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Umsetzung von Maßnahmen zur Einführung von Omnichannel-Services. Im Jahr 2015 wird der Investitionsaufwand dementsprechend zwischen 200 Mio. EUR und 220 Mio. EUR betragen.

**Free Cashflow-Ent-
wicklung unterstützt
Erzielung positiver
Nettofinanzposition**

Im Jahr 2015 erwartet der Konzern vor allem aufgrund der prognostizierten Ergebnissteigerung, eines strikten Managements des kurzfristigen operativen Nettovermögens und wertsteigernder Investitionen einen deutlich positiven Free Cashflow. Der Free Cashflow sollte die Dividendenausschüttung übertreffen. Überschüssige Mittel sollen als Liquiditätsreserve gehalten werden. Der Konzern geht dementsprechend davon aus, dass die liquiden Mittel zum Jahresende die Bruttofinanzverbindlichkeiten übersteigen werden. Insbesondere vor dem Hintergrund seiner starken Innenfinanzierungskraft und der langfristig zu vorteilhaften Konditionen abgeschlossenen Finanzierung durch einen Konsortialkredit plant der Konzern dementsprechend keine wesentlichen Finanzierungsaktivitäten im Jahr 2015.

Dividende je Aktie steigt

HUGO BOSS verfolgt eine ertragsorientierte Ausschüttungspolitik, die die Aktionäre angemessen an der Gewinnentwicklung des Konzerns beteiligt. Es sollen regelmäßig zwischen 60 % und 80 % des Konzerngewinns an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Vorstand und Aufsichtsrat beabsichtigen aufgrund der Gewinnsteigerung im abgelaufenen Geschäftsjahr, der bilanziellen Stärke der Gesellschaft und seines Finanzausblicks für das Jahr 2015, der Hauptversammlung am 12. Mai 2015 eine Dividende von 3,62 EUR je Aktie für das Geschäftsjahr 2014 vorzuschlagen (2013: 3,34 EUR). Der Vorschlag entspricht einer Ausschüttungsquote von 75 % des auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallenden Konzernergebnisses im Jahr 2014 (2013: 70 %). Sofern die Aktionäre dem Vorschlag zustimmen, wird die Dividende am Folgetag der Hauptversammlung, dem 13. Mai 2015, ausgezahlt. Basierend auf der Anzahl der am Jahresende ausstehenden Aktien wird die Ausschüttungssumme 250 Mio. EUR betragen (2013: 231 Mio. EUR).

**Weitere Umsatz- und
Ergebnisverbesserungen im Jahr 2016 und
darüber hinaus geplant**

Der Konzern plant, auch im Jahr 2016 und darüber hinaus Steigerungen von Umsatz und Ergebnis zu erzielen. Die Konzernstrategie ist dabei auf organisches Wachstum des bestehenden Markenportfolios ausgerichtet. Bis zum Jahr 2020 wird ein durchschnittliches Wachstum des Konzernumsatzes im hohen einstelligen Prozentbereich angestrebt. Im Jahr 2020 werden voraussichtlich mehr als 75 % der Umsätze im eigenen Einzelhandel erwirtschaftet werden. HUGO BOSS hat sich des Weiteren zum Ziel gesetzt, im gleichen Zeitraum eine bereinigte operative Marge (EBITDA vor Sondereffekten im Verhältnis zum Umsatz) von 25 % zu erzielen. Negative gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Marktentwicklungen in wichtigen Absatzmärkten, Kosteninflation in den Beschaffungsprozessen und

ein Attraktivitätsverlust der Konzernmarken könnten die Erreichung dieser Ziele gefährden. Der Konzern hat Vorkehrungen getroffen, um die Wahrscheinlichkeit und die Auswirkungen eines Eintritts dieser und weiterer Risiken zu begrenzen. Einzelheiten sind dem Risikobericht zu entnehmen. → **Risikobericht**

03|47 ZIELERREICHUNG UND PROGNOSE

	Ziele 2014	Ergebnis 2014	Prognose 2015
Konzernumsatz ¹	Anstieg im hohen einstelligen Bereich	+6 %	Solider Anstieg
Umsatz nach Regionen ¹	Wachstum in allen Regionen		Solides Wachstum in allen Regionen
Europa		+7 %	
Amerika		+4 %	
Asien/Pazifik		+7 %	
Umsatz nach Vertriebskanälen ¹			
Konzerneigener Einzelhandel	Zweistelliges Wachstum	+12 %	Im Vergleich zum Gesamtkonzern überdurchschnittliche Entwicklung
Großhandel	Ungefähr stabile Entwicklung	-1 %	Im Vergleich zum Gesamtkonzern unterdurchschnittliche Entwicklung
Lizenzen	Wachstum	0 %	Wachstum
EBITDA vor Sondereffekten	Anstieg im hohen einstelligen Bereich	+5 %	Solider Anstieg
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	Ungefähr stabiles Verhältnis zum Konzernumsatz	Anstieg um 120 Basispunkte im Verhältnis zum Umsatz auf 19,1 %	Rückgang im Verhältnis zum Konzernumsatz
Investitionen	110 Mio. EUR bis 130 Mio. EUR	135 Mio. EUR	200 Mio. EUR bis 220 Mio. EUR
Konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte	Eröffnung von rund 50 neuen Geschäften	Eröffnung von 66 neuen Geschäften, Gesamtzahl eigener Geschäfte steigt um netto 31 auf 1.041	Fortgesetzte Expansion
Free Cashflow	Fortgesetzt starke Entwicklung	Free Cashflow steigt um 38 Mio. EUR auf 268 Mio. EUR	Erzielung eines deutlich positiven Free Cashflows
Nettoverschuldung	Erzielung einer positiven Nettofinanzposition bis Jahresende	Abbau Nettoverschuldung um 37 % auf 36 Mio. EUR	Erzielung einer positiven Nettofinanzposition bis Jahresende

¹ Auf währungsbereinigter Basis.

HUGO BOSS AG (ERLÄUTERUNGEN AUF BASIS HGB)

Der Jahresabschluss der HUGO BOSS AG wird im Gegensatz zum Konzernabschluss nicht nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), sondern nach den Regeln des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) aufgestellt.

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND RAHMENBEDINGUNGEN

Die HUGO BOSS AG als Muttergesellschaft nimmt innerhalb des HUGO BOSS Konzerns unterschiedliche Funktionen wahr. Zum einen ist die HUGO BOSS AG in den Märkten Deutschland und durch ihre Betriebsstätte in Österreich für alle Vertriebskanäle verantwortlich. Auch die Kollektionsausrichtung und -entwicklung der wesentlichen Produktgruppen aller Marken sind in der Konzernzentrale in Metzingen angesiedelt. Weitere in der Konzernzentrale gebündelte Aufgaben umfassen das Management des konzerneigenen Einzelhandels, die Beschaffung, Logistik, IT, das Personalmanagement, das Finanzmanagement inklusive der Unternehmensfinanzierung sowie das Risikomanagement. Zum anderen ist die HUGO BOSS AG neben der internen Kommunikation insbesondere für die externe Kommunikation einschließlich der Kapitalmarktberichterstattung verantwortlich.

Im Rahmen der übergeordneten Konzernfunktionen ist die Konzernobergesellschaft, vertreten durch ihre Vorstände, für die Ausrichtung des Konzerns zuständig und legt somit die Unternehmensstrategie fest.

Neben dem operativen Geschäft beeinflusst insbesondere die Steuerung der Zentralfunktionen die Entwicklung der Ertragslage der HUGO BOSS AG. Die Weiterberechnung von Kosten für erbrachte Dienstleistungen an die Konzerngesellschaften sowie das aus der Holdingfunktion der HUGO BOSS AG resultierende Beteiligungsergebnis sind dabei die wesentlichen Posten.

Der Umsatz der HUGO BOSS AG setzt sich zusammen aus Umsätzen mit konzernexternen Großhandelspartnern, den Umsätzen des eigenen Einzelhandels in Deutschland und Österreich sowie konzerninternen Umsätzen mit ausländischen Tochtergesellschaften.

ERTRAGSLAGE

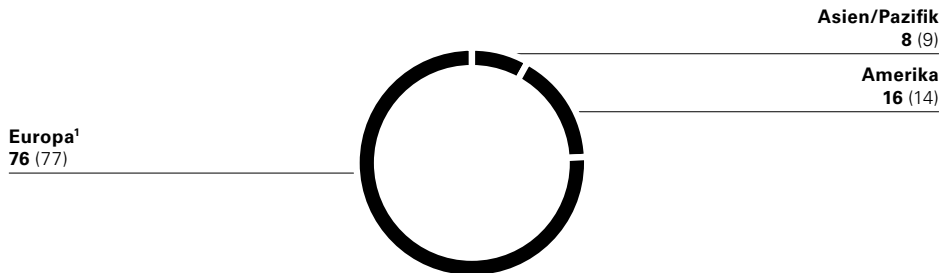
UMSATZENTWICKLUNG

Im Geschäftsjahr 2014 stieg der **Umsatz** der HUGO BOSS AG um 8 % auf 1.155 Mio. EUR (2013: 1.067 Mio. EUR). Diese Entwicklung wurde durch höhere Umsätze sowohl im eigenen Einzelhandel als auch im Geschäft mit Großhandelspartnern unterstützt. Ebenso trug die positive Umsatzentwicklung im konzerneigenen Einzelhandel der Tochtergesellschaften zum Umsatzanstieg bei.

**Umsatz der
HUGO BOSS AG
steigt um 8%**

03|48 REGIONALE UMSATZENTWICKLUNG (in %)

2014 (2013)



¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

In der **Region Europa** inkl. Naher Osten/Afrika erhöhte sich der Umsatz mit Tochtergesellschaften der HUGO BOSS AG im Geschäftsjahr 2014 um 3 % auf 397 Mio. EUR (2013: 387 Mio. EUR). Der Umsatz mit Dritten konnte im selben Zeitraum um 9 % auf 474 Mio. EUR gesteigert werden (2013: 436 Mio. EUR). Umsätze außerhalb Deutschlands und Österreichs wurden im Wesentlichen mit Tochtergesellschaften erzielt.

Der Umsatz der HUGO BOSS AG mit Tochtergesellschaften in der Region **Amerika** erhöhte sich um 30 % auf 189 Mio. EUR (2013: 145 Mio. EUR). In der Region **Asien/Pazifik** verzeichnete die HUGO BOSS AG hingegen einen Umsatzrückgang von 5 % auf 95 Mio. EUR (2013: 100 Mio. EUR).

Der Umsatz der **Marke BOSS** inklusive der Markenlinien BOSS Orange und BOSS Green erhöhte sich um 8 % auf 1.019 Mio. EUR (2013: 940 Mio. EUR). Die **Marke HUGO** verzeichnete im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatzanstieg von 7 % auf 136 Mio. EUR (2013: 127 Mio. EUR).

ERGEBNISENTWICKLUNG

03|49 GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG HUGO BOSS AG (in Mio. EUR)

	2014	In % des Umsatzes	2013	In % des Umsatzes	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.155,0	100,0	1.067,3	100,0	8
Umsatzkosten	-696,0	-60,3	-653,9	-61,3	-6
Bruttoergebnis vom Umsatz	459,0	39,7	413,4	38,7	11
Vertriebskosten	-327,0	-28,3	-298,9	-28,0	-9
Allgemeine Verwaltungskosten	-95,4	-8,3	-101,3	-9,5	6
Sonstige betriebliche Erträge	155,9	13,5	131,8	12,3	18
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-66,2	-5,7	-59,1	-5,5	-12
Ergebnis aus Betriebstätigkeit	126,3	10,9	85,8	8,0	47
Beteiligungsergebnis	228,3	19,8	196,6	18,4	16
Zinsergebnis	-7,2	-0,6	-10,6	-1,0	32
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	347,4	30,1	271,8	25,5	28
Ertragsteuern und sonstige Steuern	-55,7	-4,8	-61,1	-5,7	9
Jahresüberschuss	291,7	25,3	210,8	19,8	38
Einstellung in (-)/ Entnahme aus (+) anderen Gewinnrücklagen	-41,5	-3,6	20,1	1,9	>-100
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	4,6	0,4	4,3	0,4	7
Bilanzgewinn	254,8	22,1	235,1	22,0	8

Steigerung der Brutto- ergebnismarge um 100 Basispunkte

Das **Bruttoergebnis vom Umsatz** lag mit 459 Mio. EUR um 11 % über dem Vorjahreswert (2013: 413 Mio. EUR). Die Bruttoergebnismarge konnte dabei von 38,7 % im Vorjahr auf 39,7 % gesteigert werden. Neben dem weiter gestiegenen Umsatzanteil des konzerneigenen Einzelhandels wirkten sich Effizienzsteigerungen in den Produktions- und Beschaffungsaktivitäten auf diese Entwicklung aus.

Die **Vertriebskosten** erhöhten sich im abgelaufenen Geschäftsjahr um 9 % auf 327 Mio. EUR (2013: 299 Mio. EUR). Diese Entwicklung beruht im Wesentlichen auf der fortgeführten Expansion des eigenen Einzelhandels. Höhere Umsätze in diesem Vertriebskanal führten insbesondere zu gestiegenen Aufwendungen aus umsatzvariablen Mietverträgen. Intensivierte Markenkommunikationsaktivitäten führten zudem zu einem Anstieg der Marketingaufwendungen im Vorjahresvergleich.

Die **allgemeinen Verwaltungskosten** verringerten sich um 6 % auf 95 Mio. EUR (2013: 101 Mio. EUR) und setzen sich wie im Vorjahr hauptsächlich aus Personalkosten, Raummieten, Leasingkosten, Abschreibungen sowie diversen IT-Aufwendungen zusammen. Der Rückgang steht hauptsächlich im Zusammenhang mit geringeren Abschreibungen auf Unternehmenssoftware.

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** setzen sich hauptsächlich aus Forschungs- und Entwicklungskosten, Forderungsabwertungen sowie Fremdwährungseffekten zusammen und erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 12 % auf 66 Mio. EUR (2013: 59 Mio. EUR). Aus Nachberechnungen zusätzlicher Konzernumlagen entstanden aperiodische Aufwendungen in Höhe von 6 Mio. EUR (2013: 0 Mio. EUR).

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** lagen im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 156 Mio. EUR (2013: 132 Mio. EUR) und setzen sich im Wesentlichen aus der Weiterbelastung von Kosten und Leistungen an verbundene Unternehmen zusammen. Aus Nachberechnungen zusätzlicher Konzernumlagen entstanden aperiodische Erträge in Höhe von 14 Mio. EUR (2013: 0 Mio. EUR).

Das **Ergebnis aus Betriebstätigkeit** erhöhte sich insbesondere aufgrund der positiven Entwicklung des Bruttoergebnisses um 47 % auf 126 Mio. EUR im Vorjahresvergleich (2013: 86 Mio. EUR).

**Ergebnis aus Betriebs-
tätigkeit deutlich über
dem Vorjahresniveau**

Das **Beteiligungsergebnis** lag mit 228 Mio. EUR um 16 % über dem Wert des Vorjahres (2013: 197 Mio. EUR). Die Erträge aus Beteiligungen in Höhe von 89 Mio. EUR (2013: 95 Mio. EUR) betreffen im Wesentlichen den Jahresüberschuss der HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG, der entsprechend den gesellschaftsvertraglichen Regelungen auf das Darlehenskonto der Kommanditistin HUGO BOSS AG gutgeschrieben und entnommen wird. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen betreffen Erträge aus Abführungsverträgen mit Tochtergesellschaften der HUGO BOSS AG. Im Geschäftsjahr 2014 betragen diese 140 Mio. EUR (2013: 102 Mio. EUR) und ergaben sich aus einer Gewinnabführung der HUGO BOSS Internationale Beteiligungs-GmbH, Metzingen. Diese Gesellschaft hat im Geschäftsjahr 2014 Dividendenerträge von der HUGO BOSS Holding Netherlands B.V. erhalten. Aufwendungen aus Verlustübernahme ergaben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr in unwesentlicher Höhe (2013: 1 Mio. EUR). Der Vorjahresaufwand bezog sich auf die Verlustübernahme der HUGO BOSS Beteiligungsgesellschaft mbH, Metzingen.

Das **Zinsergebnis** als Nettozinsaufwand (sonstige Zinsen und ähnliche Erträge abzüglich Zinsen und ähnlicher Aufwendungen) verringerte sich im Geschäftsjahr 2014 auf 7 Mio. EUR (2013: 11 Mio. EUR). Ursächlich für die Veränderung waren insbesondere eine geringe Darlehensaufnahme und die Rückführung von Finanzverbindlichkeiten gegenüber der HUGO BOSS International B.V.

Das **Ergebnis vor Steuern** belief sich im Geschäftsjahr 2014 auf 347 Mio. EUR (2013: 272 Mio. EUR). Der Anstieg resultierte aus dem höheren Betriebsergebnis sowie höheren Erträgen aus Gewinnabführungsverträgen.

Die **Steuerquote** lag mit 16 % deutlich unter dem Niveau des Vorjahres (2013: 22 %). Einen positiven Effekt auf die Steuerquote hatten die in den Gewinnabführungen enthaltenen Dividendenerträge sowie Erträge aus einer ausländischen Mitunternehmerschaft. Demgegenüber führten Aufwendungen aus aperiodischen Ertragsteuern in Höhe von 2 Mio. EUR (2013: 16 Mio. EUR) zu einer Erhöhung der Steuerquote. Wie im Vorjahr ergaben sich die aperiodischen Ertragsteuern insbesondere aus der Bildung einer Rückstellung für Risiken aus der steuerlichen Außenprüfung für die Jahre 2007 - 2011 einschließlich der Folgewirkung.

Der **Jahresüberschuss** lag somit im Geschäftsjahr 2014 mit 292 Mio. EUR um 38 % über dem Wert des Vorjahres (2013: 211 Mio. EUR).

**Jahresüberschuss
steigt um 38 %**

VERMÖGENSLAGE

Das **Anlagevermögen** erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr leicht auf 675 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 669 Mio. EUR). Hierzu trugen sowohl Investitionen in Software und Nutzungsrechte im Zusammenhang mit der kontinuierlichen Weiterentwicklung des ERP-Systems als auch solche in den Ausbau und die Modernisierung des Einzelhandelsnetzwerks in Deutschland und Österreich bei.

Leichter Rückgang des Vorratsvermögens

Die **Vorräte** sanken zum Ende des Geschäftsjahres 2014 um 1 % auf 169 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 170 Mio. EUR). Ein konsequentes Bestandsmanagement trug dazu bei, dass der Bestand an Fertigwaren in Zusammenhang mit dem weltweiten Ausbau des eigenen Einzelhandels um 3 % gegenüber dem Vorjahr gemindert werden konnte. Der Bestand an Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen erhöhte sich im selben Zeitraum um 3 %.

Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** mit externen Großhandelspartnern stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 28 % auf 32 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 25 Mio. EUR). Wesentlicher Treiber dieser Entwicklung war der im Vergleich zum Vorjahr höhere Anteil von Auslieferungen im Großhandelsgeschäft am Ende der Berichtsperiode. Die durchschnittliche Forderungsreichweite hat sich im Vergleich zum Vorjahr dabei leicht verschlechtert.

Die **Forderungen gegen verbundene Unternehmen** verzeichneten einen Anstieg auf 94 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 65 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf höhere Forderungen aus Leistungsbeziehungen mit Tochterunternehmen zurückzuführen.

Die **sonstigen Vermögensgegenstände** lagen mit 26 Mio. EUR 8 % unter dem Vorjahreswert (31. Dezember 2013: 29 Mio. EUR) und betreffen hauptsächlich Bonusforderungen gegenüber Lieferanten, Kreditkartenforderungen sowie Ertrag- und Umsatzsteuerforderungen. Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist hauptsächlich auf geringere Ertragsteuerforderungen zurückzuführen.

Der **Finanzmittelbestand**, also die Summe aus Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten, erhöhte sich im Vergleich zum 31. Dezember 2013 um 2 Mio. EUR auf 5 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 3 Mio. EUR).

Verbindlichkeiten leicht unter Vorjahresniveau

Auf der Passivseite lagen die **Verbindlichkeiten** mit 351 Mio. EUR zum Bilanzstichtag um 1 % unter dem Vorjahreswert (31. Dezember 2013: 355 Mio. EUR). Darin enthalten sind Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, die zum Bilanzstichtag mit 93 Mio. EUR volumenbedingt um 7 % über dem Vorjahresniveau lagen (31. Dezember 2013: 88 Mio. EUR).

Die Summe der **Rückstellungen** verminderte sich um 13 % auf 96 Mio. EUR zum Bilanzstichtag (31. Dezember 2013: 110 Mio. EUR). Der Rückgang ist im Wesentlichen durch eine freiwillige Vorauszahlung in Zusammenhang mit der steuerlichen Außenprüfung für den Veranlagungszeitraum 2007 - 2011 bedingt. Geringere Personalrückstellungen führten ebenfalls zu einem Rückgang des Postens.

Kurzfristiges operatives Nettovermögen unverändert zum Vorjahr

Das **kurzfristige operative Nettovermögen (Trade Net Working Capital)** stellt die zentrale Steuerungsgröße der HUGO BOSS AG zur Messung eines effizienten Kapitaleinsatzes dar. Als Komponenten gehen dabei ausschließlich die drei operativen Bestandsgrößen Vorräte,

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in die Berechnung dieser Kennzahl ein. Zum Bilanzstichtag lag das kurzfristige operative Nettovermögen mit 107 Mio. EUR auf dem Niveau des Vorjahres (31. Dezember 2013: 107 Mio. EUR). Der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wurde dabei durch höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen kompensiert.

FINANZLAGE

03|50 KAPITALFLUSSRECHNUNG HUGO BOSS AG (in Mio. EUR)

	2014	2013
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	302	240
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-62	-73
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-238	-170
Veränderung Finanzmittelbestand	2	-4
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	3	7
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	5	3

Der **Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit** lag mit 302 Mio. EUR um 26 % über dem Vorjahreswert (2013: 240 Mio. EUR). Der Anstieg ist hauptsächlich auf den um 81 Mio. EUR höheren Jahresüberschuss sowie einen geringeren Mittelabfluss aus dem kurzfristigen Nettovermögen zurückzuführen.

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit** verminderte sich im Geschäftsjahr 2014 um 15 % auf 62 Mio. EUR (2013: 73 Mio. EUR). Der Rückgang ist einerseits auf im Vergleich zum Vorjahr verminderte Forderungen aus Leistungsbeziehungen mit Tochterunternehmen zurückzuführen. Andererseits lagen die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände mit 34 Mio. EUR unter dem Niveau des Vorjahres (2013: 39 Mio. EUR).

Der **Free Cashflow**, der sich aus dem Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit und dem Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit ermittelt, erhöhte sich im Geschäftsjahr 2014 um 72 Mio. EUR auf 239 Mio. EUR (2013: 167 Mio. EUR).

**Deutlicher Anstieg
des Free Cashflows**

Zum 31. Dezember 2014 betrug der **Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit** 238 Mio. EUR (2013: 170 Mio. EUR). Neben der Auszahlung der Dividende in Höhe von 231 Mio. EUR prägte ein Mittelabfluss aus Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 6 Mio. EUR die Entwicklung (2013: Mittelzufluss in Höhe von 45 Mio. EUR).

Der **Finanzmittelbestand**, also die Summe aus Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten, erhöhte sich im Vergleich zum 31. Dezember 2013 um 2 Mio. EUR auf 5 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 3 Mio. EUR).

INVESTITIONEN

**Investitionen der
HUGO BOSS AG
summieren sich auf
34 Mio. EUR**

Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände summierten sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 34 Mio. EUR und lagen somit um 13 % unter dem Vorjahreswert (2013: 39 Mio. EUR).

Unter den **immateriellen Vermögensgegenständen** ist im Wesentlichen Software erfasst. Der Zugang in Höhe von 21 Mio. EUR (2013: 13 Mio. EUR) ergab sich im Wesentlichen aus Investitionen in Software und Nutzungsrechte im Zusammenhang mit der kontinuierlichen Weiterentwicklung des ERP-Systems, bestehend aus der Branchenlösung SAP AFS sowie SAP Retail für den eigenen Einzelhandel.

Die Zugänge zu den **Sachanlagen** in Höhe von 13 Mio. EUR (2013: 26 Mio. EUR) resultieren zum einen aus Grundstücken und Bauten am Standort Metzingen. Zum anderen führten die Neueröffnung von zwei Einzelhandelsgeschäften in Berlin und Dortmund sowie die Übernahme von einem bisher von Großhandelspartnern betriebenen Shop-in-Shop in Münster zu zusätzlichen Investitionen.

Die bestehenden Verpflichtungen aus begonnenen Investitionsvorhaben sind im Jahresabschluss der HUGO BOSS AG unter „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“ aufgeführt und belaufen sich zum 31. Dezember 2014 auf 1 Mio. EUR (31. Dezember 2013: 2 Mio. EUR).

RISIKEN UND CHANCEN

Die Geschäftsentwicklung der HUGO BOSS AG unterliegt im Wesentlichen den gleichen Risiken und Chancen wie die des HUGO BOSS Konzerns. An den Risiken ihrer Tochterunternehmen und Beteiligungen partizipiert die HUGO BOSS AG grundsätzlich entsprechend ihrer jeweiligen Beteiligungsquote. → **Risiko- und Chancenbericht**

Die HUGO BOSS AG als Mutterunternehmen ist in das konzernweite Risikomanagementsystem des HUGO BOSS Konzerns eingebunden. Die nach § 289 Abs. 5 HGB erforderliche Beschreibung des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems und Risikomanagementsystems für die HUGO BOSS AG erfolgt im Risikobericht des HUGO BOSS Konzerns.

Der Konzernabschluss wird nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Bei Bedarf – zum Beispiel zum Zweck des handelsrechtlichen Einzelabschlusses oder für steuerliche Zwecke – wird auf Kontenebene auf die jeweiligen Vorschriften übergeleitet. Damit stellen konkret ermittelte IFRS-Abschlussinformationen auch für den Einzelabschluss der HUGO BOSS AG eine wichtige Grundlage dar. Für die HUGO BOSS AG ergänzen ein verpflichtend anzuwendendes HGB-Kontierungshandbuch sowie ein HGB-Kontenplan den im Kapitel Risikobericht genannten konzeptionellen Rahmen. → **Risiko- und Chancenbericht, Risikobericht**

PROGNOSE

Die Erwartungen für die HUGO BOSS AG spiegeln sich aufgrund ihrer Verflechtungen mit den Konzerngesellschaften und ihres Gewichts im Konzern in der Prognose des Konzerns wider. Es wird erwartet, dass sich die für den HUGO BOSS Konzern getroffenen Aussagen zur Markt-, Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Wesentlichen in der Umsatzentwicklung und in der Entwicklung des Ergebnisses aus Betriebstätigkeit der HUGO BOSS AG widerspiegeln werden. → **Nachtrags- und Prognosebericht, Prognosebericht**

ZUSAMMENFASSENDER BEURTEILUNG DES VORSTANDS ZUR WIRTSCHAFTLICHEN LAGE DES KONZERNS

HUGO BOSS blickt auf eine solide Geschäftsentwicklung im Jahr 2014 zurück. Allerdings waren die gesamtwirtschaftlichen und branchenbezogenen Rahmenbedingungen insbesondere in der zweiten Jahreshälfte herausfordernder als ursprünglich prognostiziert. Das Umsatz- und Ergebniswachstum des Konzerns lag deshalb leicht unterhalb der im Geschäftsbericht 2013 dargelegten Erwartung.

Das Umsatzwachstum übertraf sowohl die Entwicklung der Gesamtwirtschaft als auch den Zuwachs der weltweiten Premium- und Luxusgüterindustrie. Wie prognostiziert trugen dazu auf währungsbereinigter Basis alle Regionen bei. Nach Vertriebskanälen betrachtet stieg der Umsatz im eigenen Einzelhandel entsprechend der ursprünglichen Prognose im zweistelligen Bereich. Der Großhandelsbereich entwickelte sich leicht rückläufig und damit am unteren Ende der Erwartungsspanne.

Das operative Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) legte um 5 % zu. Zu dieser Entwicklung trug eine besser als erwartete Rohertragsmargenentwicklung bei. Vor allem der Ausbau des eigenen Einzelhandels und intensiviertere Marketingaktivitäten schlugen sich allerdings negativ in der Kostenentwicklung nieder, so dass das Ergebniswachstum unterhalb des Umsatzzuwachses lag. → **Konzernertragslage**

Trotz umfangreicher Investitionen zur Unterstützung des langfristigen Unternehmenswachstums und eines höher als erwarteten Anstiegs des kurzfristigen operativen Nettovermögens erreichte die Free Cashflow Entwicklung einen neuen Bestwert in der Unternehmensgeschichte. Die Nettoverschuldung konnte so beinahe komplett abgebaut werden. → **Finanzlage**

Der Konzern befindet sich somit insgesamt in einer überaus soliden wirtschaftlichen Lage, die gute Voraussetzungen für weiteres Wachstum bietet. HUGO BOSS geht dementsprechend von fortgesetzten Steigerungen von Konzernumsatz und -ergebnis im Jahr 2015 sowie von einer weiterhin positiven Gesamtentwicklung des Unternehmens darüber hinaus aus.

→ **Nachtrags- und Prognosebericht**

Metzingen, den 19. Februar 2015

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Claus-Dietrich Lahrs
Christoph Auhagen
Mark Langer

4

KONZERNABSCHLUSS

KONZERNABSCHLUSS

155	Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung
156	Konzerngesamtergebnisrechnung
157	Konzernbilanz
158	Eigenkapitalveränderungsrechnung
160	Kapitalflussrechnung
161	Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2014
185	Erläuterungen zur Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung
193	Erläuterungen zur Konzernbilanz
224	Sonstige Erläuterungen
240	Vorstand
241	Aufsichtsrat
242	Weitere Angaben zu den Aufsichts- rats- und Vorstandsmitgliedern
244	Versicherung der gesetzlichen Vertreter
245	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2014

04|01 KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (in TEUR)

	Anhang	2014	2013
Umsatzerlöse	(1)	2.571.616	2.432.133
Umsatzkosten	(2)	-872.523	-852.583
Rohertrag		1.699.093	1.579.550
In % vom Umsatz		66,1	64,9
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	(3)	-994.861	-891.588
Verwaltungsaufwendungen	(4)	-236.204	-228.518
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	(5)	-19.307	-3.291
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit		448.721	456.153
Zinsergebnis		-4.518	-14.428
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		1.627	1.994
Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-6.145	-16.422
Übrige Finanzposten		-7.055	-8.259
Finanzergebnis	(6)	-11.573	-22.687
Ergebnis vor Ertragsteuern		437.148	433.466
Ertragsteuern	(7)	-102.668	-100.107
Konzernergebnis		334.480	333.359
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens		333.262	328.965
Nicht beherrschende Anteile	(8)	1.218	4.394
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	(9)	4,83	4,77
Dividende je Aktie (EUR)	(24)	3,62²	3,34

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

² 2014: Dividendenvorschlag.

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2014

04|02 KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG (in TEUR)

	2014	2013
Konzernergebnis	334.480	333.359
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-11.632	651
Posten, die anschließend in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	31.634	-11.921
Netto (-Verluste)/-Gewinne aus Marktbewertung von Sicherungsgeschäften	-1.587	4.460
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	18.415	-6.810
Gesamtergebnis	352.895	326.549
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	352.062	322.582
Nicht beherrschende Anteile	833	3.967
Gesamtergebnis	352.895	326.549

KONZERNBILANZ

DES HUGO BOSS KONZERNS ZUM 31. DEZEMBER 2014

04|03 KONZERNBILANZ (in TEUR)

Aktiva	Anhang	2014	2013
Immaterielle Vermögenswerte	(11)	147.998	139.223
Sachanlagen	(12)	383.349	368.582
Aktive latente Steuern	(7)	100.382	80.693
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	(15), (30)	19.783	17.399
Langfristige Ertragsteuerforderungen		1.167	1.695
Sonstige langfristige Vermögenswerte	(15)	7.573	3.953
Langfristige Vermögenswerte		660.252	611.545
Vorräte	(16)	507.408	440.837
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(17)	250.532	226.204
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	(7)	8.291	10.781
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	(15), (30)	22.528	23.323
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	(15)	83.022	69.402
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	(18)	128.631	119.242
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	(13)	1.136	0
Kurzfristige Vermögenswerte		1.001.548	889.789
GESAMT		1.661.800	1.501.334
Passiva			
Gezeichnetes Kapital	(19)	70.400	70.400
Eigene Aktien	(20)	-42.363	-42.363
Kapitalrücklage	(21)	399	399
Gewinnrücklagen	(22)	801.330	701.514
Kumuliertes übriges Eigenkapital	(23)	14.672	-15.760
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		844.438	714.190
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	(8)	-520	26.107
Konzerneigenkapital		843.918	740.297
Langfristige Rückstellungen	(25), (26)	70.545	52.739
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	(27), (30)	153.643	164.768
Passive latente Steuern	(7)	10.132	17.462
Sonstige langfristige Schulden	(28)	37.871	30.967
Langfristige Schulden		272.191	265.936
Kurzfristige Rückstellungen	(25)	115.656	99.868
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	(27), (30)	18.256	14.653
Ertragsteuerschulden	(7)	59.944	63.372
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(29)	254.959	235.286
Sonstige kurzfristige Schulden	(28)	96.876	81.922
Kurzfristige Schulden		545.691	495.101
GESAMT		1.661.800	1.501.334

EIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2014

04|04 EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG (in TEUR)

	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Kapitalrücklage
Anhang	(19)	(20)	(21)
1. Januar 2013 (wie bisher berichtet)	70.400	-42.363	399
Änderung der Rechnungslegungsmethode/Korrekturen			
1. Januar 2013 (angepasst)	70.400	-42.363	399
Konzernergebnis			
Sonstiges Ergebnis			
Gesamtergebnis			
Veränderung Konsolidierungskreis			
Dividendenzahlung			
31. Dezember 2013	70.400	-42.363	399
1. Januar 2014	70.400	-42.363	399
Konzernergebnis			
Sonstiges Ergebnis			
Gesamtergebnis			
Dividendenzahlung			
Akquisition nicht beherrschender Anteile			
31. Dezember 2014	70.400	-42.363	399

Gewinnrücklagen		Kumuliertes übriges Eigenkapital			Konzerneigenkapital		
Gesetzliche Rücklage	Sonstige Gewinnrücklagen	Unterschiede aus der Währungs-umrechnung	Marktbewertung Sicherungs-geschäfte	Auf die Anteilseigner des Mutter-unternehmens entfallendes Eigenkapital	Nicht beherr-schende Anteile am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital	
(22)	(22)	(23)	(23)		(8)		
6.641	586.961	-5.196	-3.521	613.320	24.587	637.907	
	-6.331	-9		-6.339		-6.339	
6.641	580.629	-5.205	-3.521	606.980	24.587	631.567	
	328.965			328.965	4.394	333.359	
	651	-11.494	4.460	-6.383	-427	-6.810	
	329.616	-11.494	4.460	322.582	3.967	326.549	
	-43			-43		-43	
	-215.330			-215.330	-2.448	-217.779	
6.641	694.873	-16.699	939	714.190	26.107	740.297	
6.641	694.873	-16.699	939	714.190	26.107	740.297	
	333.262			333.262	1.218	334.480	
	-11.632	32.019	-1.587	18.800	-385	18.415	
	321.630	32.019	-1.587	352.062	833	352.895	
	-230.514			-230.514		-230.514	
	8.700			8.700	-27.460	-18.760	
6.641	794.689	15.320	-648	844.438	-520	843.918	

KAPITALFLUSSRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2014

04|05 KAPITALFLUSSRECHNUNG (in TEUR)

	Anhang	2014	2013
	(35)		
Konzernergebnis		334.480	333.359
Abschreibungen/Zuschreibungen	(10)	122.760	105.262
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto		-3.049	18.916
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge		5.178	-3.965
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	(7)	102.668	100.107
Zinserträge und -aufwendungen	(6)	4.518	14.428
Veränderung der Vorräte		-45.778	-36.307
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva		-31.987	-30.584
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva		27.684	21.988
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen		-2.478	2.741
Veränderung Pensionsrückstellungen	(26)	-1.319	-2.414
Veränderung übrige Rückstellungen		13.969	5.628
Gezahlte Ertragsteuern		-128.389	-104.799
Operativer Mittelzufluss		398.257	424.360
Gezahlte Zinsen	(6)	-4.458	-10.005
Erhaltene Zinsen	(6)	1.628	1.984
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit		395.427	416.339
Investitionen in Sachanlagen	(12)	-104.459	-160.243
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	(11)	-25.307	-13.083
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten abzüglich erworbener flüssiger Mittel	(35)	0	-11.659
Effekte aus dem Abgang von Tochterunternehmen		0	-1.698
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten		2.702	366
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit		-127.064	-186.317
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	(24)	-230.514	-215.330
An die Inhaber der Anteile ohne beherrschenden Einfluss gezahlte Dividenden		0	-2.448
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten		262	-254.645
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten		0	111.350
Tilgung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten		-10.354	0
Tilgung von langfristigen Darlehen		-2.093	-2.012
Erwerb von zusätzlichen Anteilen an Tochterunternehmen ohne Kontrollwechsel		-18.838	0
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit		-261.537	-363.085
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		2.563	-2.301
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		9.389	-135.364
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode		119.242	254.606
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	(18)	128.631	119.242

KONZERNANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2014

ALLGEMEINE ANGABEN

Die HUGO BOSS AG ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft mit Sitz in der Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland. Die Gesellschaft ist beim Amtsgericht Stuttgart unter der Registernummer HRB 360610 in das Handelsregister eingetragen.

Unternehmensgegenstand der HUGO BOSS AG und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen der „HUGO BOSS Konzern“) sind Entwicklung, Vermarktung und Vertrieb hochwertiger Mode und Accessoires im Premium- und Luxussegment des Damen- und Herrenbereichs. Mit seiner Markenwelt spricht HUGO BOSS unterschiedliche, klar voneinander abgegrenzte Zielgruppen an. Dabei wird ein umfassendes Produktportfolio abgedeckt, das aus klassisch-moderner Konfektion, eleganter Abendbekleidung und Sportswear, Schuhen, Lederaccessoires sowie in Lizenz vertriebenen Düften, Brillen und Uhren besteht.

Die HUGO BOSS AG erstellt die Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Umsatzkostenverfahren.

Der Konzernabschluss und der Zusammengefasste Lagebericht der HUGO BOSS AG, Metzingen, wurden durch Beschluss vom 19. Februar 2015 durch den Vorstand zur Weiterleitung an den Aufsichtsrat freigegeben.

Aufgrund von Rundungen und der Darstellung in TEUR ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen im Konzernabschluss der HUGO BOSS AG nicht genau zur angegebenen Summe addieren und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Angaben widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

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

RECHNUNGSLEGUNG

Der Konzernabschluss der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2014 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 2014 alle anzuwendenden 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 IFRS-RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN

Der Konzern hat im Geschäftsjahr die nachfolgend aufgelisteten neuen und überarbeiteten und von der EU übernommenen IFRS-Standards und -Interpretationen angewandt. Darin enthalten sind auch die im Rahmen des fortlaufenden Projekts zur jährlichen Verbesserung der IFRS („Improvements to IFRS“) des IASB veröffentlichten Änderungen. Aus der Anwendung dieser überarbeiteten Standards und Interpretationen ergeben sich, soweit nicht abweichend angegeben, keine wesentlichen Auswirkungen auf die Darstellung der Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns. Sie führten jedoch zum Teil zu zusätzlichen Angaben.

Im Geschäftsjahr 2014 erstmals angewandte neue IFRS- beziehungsweise geänderte IAS-Rechnungslegungsvorschriften:

Standard/ Interpretation	Veröffent- lichung durch IASB	Verbindliche Anwendung	EU Endorsement	Inhalt
IFRS 10 Konzern- abschlüsse	Mai 2011	1. Januar 2014	Dezember 2012	Der IFRS 10 ersetzt SIC 12 „Konsolidierung – Zweckgesellschaften“ vollständig sowie IAS 27 teilweise. Mit dem Standard wird ein einziges Konsolidierungsmodell für alle Unternehmen auf Grundlage von Beherrschung, unabhängig von der Art des Investitionsempfängers, eingeführt. Durch ein umfassendes Beherrschungskonzept wird festgelegt, welche Unternehmen in einen Konzernabschluss einzu-beziehen sind.
IFRS 10 Konzern- abschlüsse	Juni 2012	1. Januar 2014	April 2013	Die Änderung des IFRS 10 stellt Übergangsvorschriften klar. Demnach sind Vergleichsinformationen nur für die direkt vorangegangene Vergleichsperiode zu geben.
IFRS 10 Konzern- abschlüsse	Oktober 2012	1. Januar 2014	November 2013	Die Änderungen des IFRS 10 betreffen die Definition von Investmentgesellschaften, die im Gegensatz zum Exposure Draft weniger restriktiv ist.
IFRS 11 Gemeinsame Vereinbarungen	Mai 2011	1. Januar 2014	Dezember 2012	IFRS 11 ersetzt IAS 31 „Anteile an Gemeinschaftsun-ternehmen“ sowie SIC 13 „Gemeinschaftlich geführte Unternehmen – Nicht monetäre Einlagen durch Partner-unternehmen“. Der Standard stellt auf die Art der sich aus der Vereinbarung ergebenden Rechte und Pflichten ab anstatt auf die rechtliche Form. Die Möglichkeit, die anteilige Konsolidierungsmethode bei der Bilanzierung von gemeinschaftlich beherrschten Unternehmen anzuwenden, wird gestrichen. Es verbleibt die Bilanzierung der Beteiligung nach der Equity-Methode. Gemeinschaftlich beherrschte Vermögenswerte werden ebenfalls abgeschafft. Es bleiben lediglich die gemeinsame Geschäftstätigkeit und Joint Ventures erhalten.
IFRS 11 Gemeinsame Vereinbarungen	Juni 2012	1. Januar 2014	April 2013	Die Änderung des IFRS 11 stellt Übergangsvorschriften klar. Demnach sind Vergleichsinformationen nur für die direkt vorangegangene Vergleichsperiode zu geben.
IFRS 12 Angaben zu Beteili- gungen an anderen Unternehmen	Mai 2011	1. Januar 2014	Dezember 2012	IFRS 12 ersetzt die Vorschriften zu Anhangangaben in IAS 27, IAS 28, IAS 31 und SIC 12. Der Standard zielt durch neue, umfassende Angaben für sämtliche Arten von Beteiligungen auf verbesserte Angaben zu konsolidierten und nicht konsolidierten Unternehmen ab.
IFRS 12 Angaben zu Beteili- gungen an anderen Unternehmen	Juni 2012	1. Januar 2014	April 2013	Die Änderung des IFRS 12 stellt Übergangsvorschriften klar. Demnach sind Vergleichsinformationen nur für die direkt vorangegangene Vergleichsperiode zu geben. Außerdem wird die Pflichtangabe zu Vergleichsinformationen für nicht konsolidierte Gesellschaften für Perioden vor der erstmaligen Anwendung des IFRS 12 gestrichen.

Standard/ Interpretation	Veröffent- lichung durch IASB	Verbindliche Anwendung	EU Endorsement	Inhalt
IFRS 12 Angaben zu Beteili- gungen an anderen Unternehmen	Oktober 2012	1. Januar 2014	November 2013	Die Änderungen des IFRS 12 betreffen die Definition von Investmentgesellschaften, die im Gegensatz zum Exposure Draft weniger restriktiv ist.
IAS 27 Konzern- und Einzelabschlüsse	Mai 2011	1. Januar 2014	Dezember 2012	Die zuvor in IAS 27 enthaltenen Konsolidierungsvorschriften wurden überarbeitet und sind nun in IFRS 10 Konzernabschlüsse enthalten. Der IAS 27 enthält demnach nur noch Regelungen zu Einzelabschlüssen.
IAS 27 Konzern- und Einzelabschlüsse	Oktober 2012	1. Januar 2014	November 2013	Die Änderungen des IAS 27 betreffen die Definition von Investmentgesellschaften, die im Gegensatz zum Exposure Draft weniger restriktiv ist.
IAS 28 Anteile an assoziierten Unternehmen	Mai 2011	1. Januar 2014	Dezember 2012	Bei den Änderungen des IAS 28 handelt es sich um Folgeänderungen aus den neuen IFRS 10, IFRS 11 und IFRS 12. Der Anwendungsbereich des IAS 28 wird dadurch auf die Bilanzierung von Gemeinschaftsunternehmen erweitert.
IAS 32 Finanzinstrumente	Dezember 2011	1. Januar 2014	Dezember 2012	Die Änderungen des IAS 32 stellen bisherige Saldierungsregeln klar.
IAS 39 Finanzinstru- mente: Ansatz und Bewertung	Juni 2013	1. Januar 2014	Dezember 2013	Unter bestimmten Voraussetzungen führt die Novation eines Sicherungsinstruments auf eine zentrale Gegenpartei aufgrund rechtlicher Anforderungen nicht zu einer Auflösung einer Sicherungsbeziehung.
IFRIC 21 Abgaben	Mai 2013	1. Januar 2014	Juni 2014	IFRIC 21 behandelt die Bilanzierung öffentlicher Abgaben, die keine Ertragsteuern darstellen, und klärt insbesondere den Zeitpunkt, ab wann eine Verpflichtung zur Zahlung derartiger Abgaben als Verbindlichkeit anzusetzen ist. Darüber hinaus wird klargestellt, dass Abgaben, die an bestimmte Schwellenwerte gekoppelt sind, erst ab deren Erreichen bilanziell zu erfassen sind.

Darüber hinaus sind vom IASB weitere Standards und Interpretationen veröffentlicht worden, die entweder keinen wesentlichen Einfluss auf den Konzernabschluss der HUGO BOSS AG haben oder bei denen man sich im Prüfungsprozess der Anwendungsfolgen befindet. Folgende Rechnungslegungsvorschriften waren für das Geschäftsjahr 2014 noch nicht verpflichtend anzuwenden und wurden daher von HUGO BOSS nicht angewendet:

Standard/ Interpretation	Veröffent- lichung durch IASB	Voraus- sichtliche Anwendung	EU Endorsement	Inhalt
IFRS 9 Finanz- instrumente	November 2009	1. Januar 2018	Ausstehend	IFRS 9 „Finanzinstrumente“ regelt Ansatz, Klassifizierung und Bewertung von Finanzinstrumenten und ersetzt IAS 39. Ausschlaggebend sind die Art der vertraglich vereinbarten Zahlungsströme der finanziellen Vermögenswerte sowie die Art der Steuerung der Finanzinstrumente. Des Weiteren ist eine einheitliche Wertminderungsmethode vorgesehen. IFRS 9 wurde im Oktober 2010 um die Bestimmungen zur Bilanzierung finanzieller Verbindlichkeiten ergänzt. Im Juli 2014 wurde das Datum der voraussichtlichen Anwendung vom 1. Januar 2017 verschoben. Es wird derzeit geprüft, welche Auswirkungen eine Anwendung von IFRS 9 auf den Konzernabschluss hat.

Standard/ Interpretation	Veröffent- lichung durch IASB	Voraus- sichtliche Anwendung	EU Endorsement	Inhalt
IFRS 9 Finanz- instrumente	November 2013	1. Januar 2018	Ausstehend	Die überarbeiteten Vorschriften zum Hedge Accounting haben vorrangig zum Ziel, die Risikoaktivitäten von Unternehmen im Abschluss besser abbilden zu können. Im Juli 2014 wurde das Datum der voraussichtlichen Anwendung vom 1. Januar 2017 verschoben. Es wird derzeit geprüft, welche Auswirkungen eine Anwendung von IFRS 9 auf den Konzernabschluss hat.
IFRS 9 Finanz- instrumente	Juli 2014	1. Januar 2018	Ausstehend	Der neue Standard beinhaltet die im Jahr 2009 überarbeiteten Vorgaben zur Klassifizierung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten, einschließlich Impairment-Regelungen und ergänzt die im Jahr 2013 veröffentlichten neuen Regelungen zum Hedge Accounting. Es wird derzeit geprüft, welche Auswirkungen eine Anwendung von IFRS 9 auf den Konzernabschluss hat.
IFRS 10 IAS 28 Konzernab- schlüsse Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemein- schaftsunter- nehmen	September 2014	1. Januar 2016	Ausstehend	Die Änderungen adressieren eine bekannte Inkonsistenz zwischen den Vorschriften des IFRS 10 und des IAS 28 (2011) für den Fall der Veräußerung von Vermögenswerten an ein assoziiertes Unternehmen oder ein Gemeinschaftsunternehmen bzw. der Einlage von Vermögenswerten in ein assoziiertes Unternehmen oder ein Gemeinschaftsunternehmen. Künftig soll der gesamte Gewinn oder Verlust aus einer Transaktion nur dann erfasst werden, wenn die veräußerten oder eingebrachten Vermögenswerte einen Geschäftsbetrieb im Sinne des IFRS 3 darstellen, unabhängig davon, ob die Transaktion als share oder asset deal ausgestaltet ist. Bilden die Vermögenswerte dagegen keinen Geschäftsbetrieb, ist lediglich eine anteilige Erfolgserfassung zulässig.
IFRS 10 IFRS 12 IAS 28 Konzernab- schlüsse Angaben zu Beteiligungen an anderen Unter- nehmen Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemein- schaftsunter- nehmen	Dezember 2014	1. Januar 2016	Ausstehend	Der Standard dient zur Klärung in Bezug auf die Anwendung der Ausnahme von der Konsolidierungspflicht nach IFRS 10, wenn das Mutterunternehmen die Definition einer „Investmentgesellschaft“ erfüllt: <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmen sind auch dann von der Konsolidierungspflicht befreit, wenn das übergeordnete Mutterunternehmen seine Tochtergesellschaften zum beizulegenden Zeitwert nach IFRS 10 bilanziert. • Wenn ein Tochterunternehmen selbst die Definition einer Investmentgesellschaft erfüllt, und Dienstleistungen erbringt, die sich auf die Anlagetätigkeit des Mutterunternehmens beziehen, ist es nicht zu konsolidieren. • Wendet ein Investor, der nicht die Definition einer Investmentgesellschaft erfüllt, die Equity Methode auf ein assoziiertes Unternehmen oder ein Joint Venture an, so kann dieser die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert beibehalten, die das Beteiligungsunternehmen auf seine Beteiligungen an Tochterunternehmen anwendet.
IFRS 11 Gemeinsame Vereinbarungen	Mai 2014	1. Januar 2016	Ausstehend	Die Änderungen beinhalten zusätzliche Leitlinien zu der Frage, wie ein Erwerb von Anteilen an einer gemeinschaftlichen Tätigkeit, die gem. IFRS 11.20 proportional zu der Beteiligung bilanziert wird, abzubilden ist. Die Änderungen stellen klar, dass ein Erwerb von Anteilen an einer gemeinschaftlichen Tätigkeit, die einen Geschäftsbetrieb im Sinne des IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse darstellt, nach den Vorschriften von IFRS 3 (d.h. nach der Erwerbsmethode) und anderer relevanter Standards, wie z.B. IAS 12, IAS 38, IAS 36, zu bilanzieren ist.
IFRS 15 Erlöse aus Verträgen mit Kunden	Mai 2014	1. Januar 2017	Ausstehend	Die Regelungen und Definitionen des IFRS 15 ersetzen künftig sowohl die Inhalte des IAS 18 „Umsatzerlöse“, als auch des IAS 11 „Fertigungsaufträge“. Der neue Standard unterscheidet nicht zwischen unterschiedlichen Auftrags- und Leistungsarten, sondern stellt einheitliche Kriterien auf, wann eine Leistungserbringung zeitpunkt- oder zeitraumbezogen zu realisieren ist. Es wird derzeit geprüft, welche Auswirkungen eine Anwendung von IFRS 15 auf den Konzernabschluss hat.

Standard/ Interpretation	Veröffent- lichung durch IASB	Voraus- sichtliche Anwendung	EU Endorsement	Inhalt
IAS 1 Darstellung des Abschlusses	Dezember 2014	1. Januar 2016	Ausstehend	Die Änderungen beinhalten im Wesentlichen die folgenden Punkte: <ul style="list-style-type: none"> • Klarstellung, dass Anhangangaben nur dann notwendig sind, wenn ihr Inhalt nicht unwesentlich ist. Dies gilt explizit auch dann, wenn ein IFRS eine Liste von Minimum-Angaben fordert. • Erläuterungen zur Aggregation und Disaggregation von Posten in der Bilanz und der Gesamtergebnisrechnung • Klarstellung, wie Anteile am Sonstigen Ergebnis at equity bewerteter Unternehmen in der Gesamtergebnisrechnung darzustellen sind. • Streichung einer Musterstruktur des Anhangs hin zur Berücksichtigung unternehmensindividueller Relevanz.
IAS 16 IAS 38 Sachanlagen Immaterielle Ver- mögenswerte	Mai 2014	1. Januar 2016	Ausstehend	Die Änderungen beinhalten Leitlinien zu den anzuwen- denden Methoden der Abschreibung von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten. Danach ist die umsatzbasierte Methode keine zulässige Abschreibungs- methode gem. IAS 16. Diese Methode bildet nicht das Verbrauchsmuster des künftigen wirtschaftlichen Nutzens des Vermögenswerts, sondern lediglich das Muster der Generierung des erwarteten künftigen wirtschaftlichen Nutzens des Vermögenswerts ab. IAS 16.62A stellt dies entsprechend klar. In IAS 38.98A wird eine widerlegbare Vermutung aufgenommen, dass analog zu der Klarstellung zu IAS 16 eine umsatzbasierte Abschreibungsmethode nicht sachgerecht ist.
IAS 19 Leistungen an Arbeitnehmer	November 2013	1. Juli 2014	Ausstehend	Mit der Änderung soll IAS 19.93 dahingehend ergänzt werden, dass Beiträge von Arbeitnehmern oder Dritten den Dienstaufwand der Periode reduzieren, sofern die Beiträge und die zugehörigen Leistungen des Arbeitnehmers in der gleichen Periode erbracht worden sind.
IAS 27 Einzelabschlüsse	August 2014	1. Januar 2016	Ausstehend	Durch die Änderungen wird die Equity-Methode als Bilanzierungsoption für Anteile an Tochterunternehmen, Joint Ventures und assoziierten Unternehmen im separaten Abschluss eines Investors wieder zugelassen.
Diverse IAS und IFRS	Dezember 2013	1. Juli 2014	Ausstehend	Jährliche Verbesserungen an den IFRS – Zyklus 2010 – 2012 Hiervon betroffen sind folgende Standards: <ul style="list-style-type: none"> • IFRS 2 „Anteilsbasierte Vergütung“ • IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“ • IFRS 8 „Geschäftssegmente“ • IFRS 13 „Bemessung des beizulegenden Zeitwerts“ • IAS 16 „Sachanlagen“ • IAS 24 „Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen“ • IAS 38 „Immaterielle Vermögenswerte“
Diverse IAS und IFRS	Dezember 2013	1. Januar 2015	Dezember 2014	Jährliche Verbesserungen an den IFRS – Zyklus 2011 – 2013 Hiervon betroffen sind folgende Standards: <ul style="list-style-type: none"> • IFRS 1 „Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards“ • IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“ • IFRS 13 „Bemessung des beizulegenden Zeitwerts“ • IAS 40 „Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien“
Diverse IAS und IFRS	September 2014	1. Juli 2016	Ausstehend	Jährliche Verbesserungen an den IFRS – Zyklus 2012 – 2014 Hiervon betroffen sind folgende Standards: <ul style="list-style-type: none"> • IFRS 5 „Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermö- genswerte und aufgegebenen Geschäftsbereiche“ • IFRS 7 „Finanzinstrumente: Angaben“ • IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“ • IAS 34 „Zwischenberichterstattung“

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Der Konsolidierungskreis des HUGO BOSS Konzerns umfasst die HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, und die folgenden von ihr beherrschten Gesellschaften (Kapitalbeteiligung jeweils 100 %, soweit nicht abweichend vermerkt):

BIL Leasing Verwaltungs-GmbH & Co. 869 KG	Pullach, Deutschland ^{1,3}
GRAMOLERA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft Objekt Ticino mbH	Metzingen, Deutschland ³
HUGO BOSS (Schweiz) AG	Zug, Schweiz
HUGO BOSS Australia Pty. Ltd.	Preston, Australien
HUGO BOSS Belgium BVBA	Diegem, Belgien
HUGO BOSS Belgium Retail BVBA	Diegem, Belgien
HUGO BOSS Benelux B.V.	Amsterdam, Niederlande
HUGO BOSS Benelux B.V. y CIA S.C.	Madrid, Spanien
HUGO BOSS Benelux Retail B.V.	Amsterdam, Niederlande
HUGO BOSS Beteiligungsgesellschaft mbH	Metzingen, Deutschland ³
HUGO BOSS Canada, Inc.	Toronto, Kanada
HUGO BOSS China Retail Co. Ltd.	Shanghai, China
HUGO BOSS Cleveland, Inc.	Cleveland, OH, USA
HUGO BOSS Dienstleistungs GmbH	Metzingen, Deutschland
HUGO BOSS do Brasil Ltda.	São Paulo, Brasilien
HUGO BOSS Fashions, Inc.	Wilmington, DE, USA
HUGO BOSS Finland OY	Helsinki, Finnland
HUGO BOSS France SAS	Paris, Frankreich
HUGO BOSS Guangdong Trading Co. Ltd.	Guangzhou, China
HUGO BOSS Hellas LLC	Athen, Griechenland
HUGO BOSS Holding Netherlands B.V.	Amsterdam, Niederlande
HUGO BOSS Holding Sourcing S.A.	Coldrerio, Schweiz
HUGO BOSS Holdings Pty. Ltd.	Preston, Australien
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, Deutschland ³
HUGO BOSS Ireland Ltd.	Dublin, Irland
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 Ltd.	Hongkong
HUGO BOSS Magazacilik Ltd. Sirketi	Izmir, Türkei
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.	New York, NY, USA

¹ Beteiligungen mit einem Kapitalanteil von 94 % und einem Stimmrechtsanteil von 10 %.

² Beteiligungen mit einem Kapitalanteil von 94 % und einem Stimmrechtsanteil von 15 %.

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

HUGO BOSS Rus LLC	Moskau, Russland
HUGO BOSS Scandinavia AB	Stockholm, Schweden
HUGO BOSS Shoes & Accessories Italia S.p.A.	Morrovalle, Italien
HUGO BOSS Shoes & Accessories Poland Sp. z o.o.	Radom, Polen
HUGO BOSS South East Asia Pte. Ltd.	Singapur
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, Deutschland ³
HUGO BOSS Trade Mark Management Verwaltungs-GmbH	Metzingen, Deutschland
HUGO BOSS UK Ltd.	London, Großbritannien
HUGO BOSS USA, Inc.	New York, NY, USA
HUGO BOSS Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG	Metzingen, Deutschland ³
Lotus Concept Trading (Macau) Co. Ltd.	Macau
Lotus (Shenzhen) Commerce Ltd.	Shenzhen, China
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Dieselstrasse KG	Grünwald, Deutschland ^{2,3}
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Metzingen KG	Grünwald, Deutschland ^{2,3}

¹ Beteiligungen mit einem Kapitalanteil von 94 % und einem Stimmrechtsanteil von 10 %.

² Beteiligungen mit einem Kapitalanteil von 94 % und einem Stimmrechtsanteil von 15 %.

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

Mit Wirkung zum 4. Juli 2014 hat der HUGO BOSS Konzern eine neue Tochtergesellschaft in Südkorea, die HUGO BOSS Korea Ltd., Südkorea gegründet. Der HUGO BOSS Konzern hält 100 % der Anteile an dieser Gesellschaft. Die HUGO BOSS Korea Ltd. wird zum 31. Dezember 2014 nicht in den Konzernabschluss einbezogen, da sie aus Sicht des Konzerns unwesentlich ist.

Unternehmen, bei denen HUGO BOSS und eine weitere Partei gemeinschaftlich die Führung ausüben, werden nach der Equity-Methode bilanziert:

Distributionszentrum Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt HUGO BOSS Filderstadt KG	Pullach, Deutschland ¹
GRETANA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt D 19 KG	Grünwald, Deutschland ²

¹ Beteiligung mit einem Kapitalanteil von 100 % und einem Stimmrechtsanteil von 20 %, Hauptniederlassung Filderstadt.

² Beteiligung mit einem Kapitalanteil von 100 % und einem Stimmrechtsanteil von 15 %, Hauptniederlassung Metzingen.

VERÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2014 erhöhte sich die Anzahl der konsolidierten Gesellschaften gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 von 55 auf 56. Insgesamt stellt sich die Zahl der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen im Geschäftsjahr 2014 wie folgt dar:

	2014	2013
1. Januar	55	54
Neu gegründete/konsolidierte Unternehmen	1	3
Verschmelzung/Abgänge	0	-1
Abgänge durch Kontrollverlust	0	-1
31. Dezember	56	55

Die im Geschäftsjahr 2013 neu gegründete Gesellschaft HUGO BOSS Finland OY, Helsinki, Finnland wurde zum 31. Dezember 2013 aus Wesentlichkeitsgründen nicht in den Konzernabschluss einbezogen. Die Erstkonsolidierung der Tochtergesellschaft erfolgte zum 1. Mai 2014.

Unverändert zum 31. Dezember 2013 wurden im Geschäftsjahr 2014 zwei Gesellschaften nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen.

ANGABEN ZUM GRÖSSTEN KONSOLIDIERUNGSKREIS

Die Red & Black Lux S.à r.l., Luxemburg hielt zum 31. Dezember 2014 31,82 % der Stimmrechte an der HUGO BOSS AG. Der Konzernabschluss der HUGO BOSS AG wird in den Konzernabschluss der Red & Black Lux S.à r.l., Luxemburg, als größtem Konsolidierungskreis einbezogen.

KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Der Konsolidierungskreis des HUGO BOSS Konzerns umfasst die HUGO BOSS AG sowie alle Tochterunternehmen einschließlich strukturierter Unternehmen (structured entities), auf welche die HUGO BOSS AG direkt oder indirekt Beherrschung ausüben kann. Beherrschung liegt vor, wenn die HUGO BOSS AG als Mutterunternehmen die Entscheidungsgewalt aufgrund von Stimmrechten oder anderen Rechten über das Tochterunternehmen besitzt und an den positiven und negativen variablen Rückflüssen aus dem Tochterunternehmen partizipiert und diese Rückflüsse durch seine Entscheidungsgewalt beeinflussen kann. Die Einbeziehung in den Konsolidierungskreis endet, sobald die Beherrschung durch das Mutterunternehmen nicht mehr besteht.

Tochterunternehmen, deren Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns von untergeordneter Bedeutung ist, werden nicht in den Konzernabschluss einbezogen. Unwesentlichkeit ist gegeben, sofern Umsatz, Ergebnis und Bilanzsumme dieser Unternehmen in Summe weniger als 1 % der entsprechenden Konzernkennzahl ausmachen. Diese Einschätzung wird zu jedem Bilanzstichtag überprüft. Nicht konsolidierte Tochterunternehmen werden zum beizulegenden Zeitwert oder, soweit dieser nicht verlässlich ermittelbar ist, zu Anschaffungskosten bewertet und als sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte ausgewiesen.

Strukturierte Unternehmen, die beherrscht werden, werden ebenfalls in den Konzern einbezogen. Bei strukturierten Unternehmen handelt es sich um Unternehmen, die so konzipiert wurden, dass es für die Entscheidung, wer das Unternehmen beherrscht, nicht ausschlaggebend ist, wer die Stimmrechte oder vergleichbaren Rechte hat. Dies ist zum Beispiel dann der Fall, wenn sich die Stimmrechte nur auf Verwaltungsaufgaben beziehen und die maßgeblichen Tätigkeiten durch Vertragsvereinbarungen geregelt werden.

Unternehmen, über deren Geschäftstätigkeiten der Konzern mit einer weiteren Partei eine gemeinschaftliche Führung (Gemeinschaftsunternehmen) ausübt, werden nach der Equity-Methode einbezogen. Gemeinschaftliche Führung ist die vertraglich geregelte, gemeinsam ausgeübte Führung einer Vereinbarung. Sie besteht nur dann, wenn Entscheidungen über die maßgeblichen Tätigkeiten die einstimmige Zustimmung der jeweiligen Parteien erfordern.

Anteilsveräußerungen bei Tochterunternehmen, durch die sich die Beteiligungsquote des Konzerns ohne Verlust der Kontrolle vermindert bzw. erhöht, werden als erfolgsneutrale Transaktion zwischen Eigenkapitalgebern abgebildet.

Die Abschlüsse der Tochterunternehmen werden unter Anwendung konzerneinheitlicher 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 („acquisition method“) 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 ihren Anteilen an den beizulegenden Zeitwerten der identifizierbaren Vermögenswerte und Verbindlichkeiten bewertet. Im Rahmen des Unternehmenszusammenschlusses angefallene Kosten werden als Aufwand erfasst.

GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERT

Erlangt ein Unternehmen die Beherrschung über ein anderes Unternehmen, liegt ein Unternehmenszusammenschluss im Sinne des IFRS 3 vor. Gemäß IFRS 3 sind Unternehmenszusammenschlüsse unter Anwendung der Erwerbsmethode zu bilanzieren. In diesem Rahmen muss eine Kaufpreisallokation durchgeführt werden.

Ein aus einem Unternehmenszusammenschluss resultierender Geschäfts- oder Firmenwert stellt den Unterschiedsbetrag zwischen der übertragenen Gegenleistung und dem beizulegenden Zeitwert 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 nach nochmaliger Prüfung sofort erfolgswirksam vereinnahmt.

Der Geschäfts- oder Firmenwert wird nach dem erstmaligen Ansatz in der funktionalen Währung der erworbenen ausländischen Einheit 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.

ZWISCHENGEWINNELIMINIERUNG

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

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

Ein zu eliminierender Zwischengewinn ergibt sich als Differenz zwischen dem Buchwert der Fertigwaren auf Ebene der Vertriebsgesellschaft nach lokal vorgenommenen Wertminderungen und den Konzernherstellungskosten.

Des Weiteren werden die Fertigwaren, bewertet zu Konzernanschaffungskosten, auf den Wertminderungsbedarf aus Sicht des HUGO BOSS Konzerns geprüft. Liegen die Konzernherstellungskosten über dem voraussichtlichen Netto-Veräußerungserlös, sind weitere Wertminderungen vorzunehmen. Der voraussichtlich erzielbare Veräußerungserlös aus Sicht des Konzerns orientiert sich hierbei an den weltweiten konzerneigenen Absatzkanälen, insbesondere den Lager- und Outletkapazitäten.

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 der 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

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 der Vermögenswerte inklusive Geschäfts- oder Firmenwerten 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		Stichtagskurs	
		2014	2013	2014	2013
Australien	AUD	1,4726	1,3764	1,4829	1,5423
China	CNY	8,1977	8,1636	7,5358	8,3491
Großbritannien	GBP	0,8067	0,8492	0,7789	0,8337
Hongkong	HKD	10,3179	10,2989	9,4170	10,6933
Japan	JPY	140,2427	129,5244	145,2300	144,7200
Schweiz	CHF	1,2149	1,2310	1,2024	1,2276
Türkei	TRY	2,9085	2,5228	2,8272	2,9344
USA	USD	1,3305	1,3278	1,2141	1,3791

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Die Abschlüsse der HUGO BOSS AG sowie der in- und ausländischen Tochterunternehmen werden entsprechend IFRS 10 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 Preisnachlässen sowie ohne Umsatzsteuer ausgewiesen. Darüber hinaus setzt die Ertragsrealisierung die Erfüllung nachfolgend aufgelisteter Ansatzkriterien voraus.

Verkauf von Waren und Erzeugnissen

Im Großhandelskanal werden Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Gütern erfasst, wenn die mit dem Eigentum an den verkauften Waren und Erzeugnissen verbundenen maßgeblichen Chancen und Risiken auf den Käufer übergegangen sind. Umsatzerlöse im konzerneigenen Einzelhandel werden zum Zeitpunkt der Transaktion mit dem Kunden erfasst. Ansprüche aus Retourenvereinbarungen und Rückgaberechten werden bei der Umsatzrealisierung erfolgsmindernd berücksichtigt, sofern der Eintritt hinreichend sicher ist. Die Höhe der Retourenrückstellungen wird auf Basis historischer Retourenquoten der Vertriebskanäle berechnet.

Lizenerträge und sonstige Erträge

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

Betriebliche Erträge 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 beziehungsweise zum Zeitpunkt ihrer Verursachung.

Zinserträge

Zinsen werden zeitproportional unter Berücksichtigung der Effektivverzinsung des Vermögenswerts erfasst.

FUNKTIONSKOSTEN

Betriebliche Aufwendungen werden grundsätzlich nach Maßgabe 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.

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. Bei der Ermittlung der Herstellungskosten der unfertigen und fertigen Erzeugnisse werden grundsätzlich produktionsbezogene Entwicklungskosten berücksichtigt. Diese umfassen im Wesentlichen die Kosten für die technische Produktentwicklung in der dritten Phase des Kollektionsentwicklungsprozesses.

ERTRAGSTEUERN

Die tatsächlichen Steuererstattungsansprüche und Steuerschulden für die laufende Periode werden mit dem Betrag bemessen, in dessen Höhe eine Erstattung von der Steuerbehörde beziehungsweise 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 Steuerbilanzen der Einzelgesellschaften und den Wertansätzen im Konzernabschluss nach IFRS sowie auf bestimmte Konsolidierungsvorgänge gebildet. Die aktiven und passiven latenten Steuern werden nach der Verbindlichkeiten-Methode („liability method“) angesetzt.

Die aktiven latenten Steuern umfassen auch Steuererminderungsansprüche, die sich aus der erwarteten Nutzung bestehender Verlustvorträge in Folgejahren ergeben und deren Verrechnung 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. Für einbehaltene Gewinne bei ausländischen Tochterunternehmen sind passive latente Steuern insoweit angesetzt worden, als es wahrscheinlich ist, dass diese in absehbarer Zukunft ausgeschüttet werden.

Aktive und passive latente Steuern werden saldiert dargestellt, soweit die Konzerngesellschaften einen Anspruch auf die Aufrechnung der tatsächlichen Steuererstattungsansprüche gegen die tatsächlichen Steuerschulden haben und sich die aktiven und passiven latenten Steuern auf das gleiche Steuersubjekt beziehen. Soweit Sachverhalte direkt im Eigenkapital verbucht wurden und eine Veränderung der latenten Steuern mit sich bringen, werden sie ebenso direkt im Eigenkapital berücksichtigt.

IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Erworbene und selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte werden aktiviert, wenn es wahrscheinlich ist, dass mit der Nutzung des Vermögenswerts ein zukünftiger wirtschaftlicher Vorteil verbunden ist und die Kosten des Vermögenswerts 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 in der Periode als Aufwand erfasst, in der sie angefallen sind, soweit die Kriterien für die Aktivierung nicht erfüllt sind. Erworbene und selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte werden, soweit es sich um Vermögenswerte mit begrenzten Nutzungsdauern handelt, linear über die Nutzungsdauer planmäßig abgeschrieben. Die durchschnittliche Nutzungsdauer für Software und Lizenzen beträgt unverändert 6 Jahre. Die im Zuge von Unternehmenserwerben oder Erwerben von sonstigen Geschäftseinheiten zurückerworbenen Rechte („reacquired rights“) zur Nutzung des HUGO BOSS Markennamens werden ebenfalls in den immateriellen Vermögenswerten erfasst und über die vertraglich vereinbarte Restnutzungsdauer abgeschrieben. Sogenanntes Key Money zählt ebenso zu den immateriellen Vermögenswerten. Dies sind Zahlungen, die anlässlich des Abschlusses von Mietverträgen für eigene Einzelhandelsgeschäfte, in exponierter Lage, als Einmalzahlungen an den Vormieter 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. Die Abschreibung von Key Money mit begrenzter Nutzungsdauer erfolgt linear über den Zeitraum des jeweiligen Mietvertrages, durchschnittlich 7 Jahre. Key Money mit unbegrenzter Nutzungsdauer betrifft momentan die Länder Frankreich und Dänemark.

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

SACHANLAGEN

Materielle Vermögenswerte, die im Geschäftsbetrieb länger als ein Jahr genutzt werden, sind mit ihren Anschaffungs- beziehungsweise Herstellungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen bewertet. Die Herstellungskosten umfassen alle direkt dem Herstellungsprozess zurechenbaren Kosten sowie angemessene Teile der fertigungsbezogenen Gemeinkosten. Fremdkapitalkosten werden in der Periode als Aufwand erfasst, in der sie angefallen sind, soweit die Kriterien für die Aktivierung nicht erfüllt sind. Die zugrunde gelegten Nutzungsdauern entsprechen den erwarteten Nutzungsdauern im Konzern.

Für Gebäude wird grundsätzlich eine Nutzungsdauer von 30 Jahren zugrunde gelegt. Bauten und Einbauten auf fremden Grundstücken werden entsprechend der Laufzeit der Mietverträge beziehungsweise einer niedrigeren Nutzungsdauer abgeschrieben. Der Barwert der erwarteten Kosten für die Entsorgung beziehungsweise den Rückbau des Vermögenswerts nach dessen Nutzung ist in den Anschaffungs- beziehungsweise Herstellungskosten enthalten, wenn die Ansatzkriterien für eine entsprechende Rückstellung erfüllt sind.

Das Sachanlagevermögen wird grundsätzlich linear abgeschrieben. Bei technischen Anlagen und Maschinen beträgt die Nutzungsdauer 5 bis 15 Jahre, bei anderen Anlagen sowie bei Betriebs- und Geschäftsausstattung 2 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.

WERTMINDERUNGEN VON NICHTFINANZIELLEN VERMÖGENSWERTEN

Bei nichtfinanziellen Vermögenswerten (Sachanlagevermögen, immaterielle Vermögenswerte einschließlich Geschäfts- oder Firmenwerten) wird an jedem Abschlussstichtag überprüft, ob Anhaltspunkte für eine Wertminderung („triggering events“) vorliegen. Liegen solche Anhaltspunkte vor, wird eine Schätzung des erzielbaren Betrags des jeweiligen Vermögenswerts vorgenommen. Unabhängig davon, ob ein Anhaltspunkt für eine Wertminderung vorliegt, werden immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer (Key Money und Markenrechte) sowie bei einem Unternehmenszusammenschluss erworbene Geschäfts- und Firmenwerte jährlich auf Wertminderung überprüft. Der erzielbare Betrag entspricht dem höheren der beiden Beträge aus dem beizulegenden Zeitwert eines Vermögenswerts abzüglich Veräußerungskosten und dem Nutzungswert. Der Nutzungswert entspricht dabei dem Barwert der erwarteten Mittelzuflüsse. Für die Abzinsung der erwarteten Zahlungsströme wird ein gewichteter durchschnittlicher Kapitalkostensatz nach Steuern verwendet, der die Risiken des Vermögenswerts widerspiegelt. Zur Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Veräußerungskosten werden, falls vorhanden, externe Gutachten berücksichtigt. Sofern kein erzielbarer Betrag für einen einzelnen Vermögenswert ermittelt werden kann, wird der erzielbare Betrag für die kleinste identifizierbare Gruppe von Vermögenswerten (Cash Generating Unit; kurz: CGU) bestimmt, der der betreffende Vermögenswert zugeordnet werden kann.

Übersteigt der Buchwert eines Vermögenswerts oder einer CGU den jeweiligen erzielbaren Betrag, erfolgt eine sofortige ergebniswirksame Wertberichtigung des Vermögenswerts. Bei Vorliegen eines Wertminderungsaufwands in einer CGU werden zunächst bestehende Geschäfts- und Firmenwerte abgeschrieben. Der darüber hinausgehende Wertminderungsaufwand reduziert anteilig die verbleibenden langfristigen Vermögenswerte der jeweiligen CGU.

Ergibt sich nach einer vorgenommenen Wertminderung zu einem späteren Zeitpunkt ein höherer erzielbarer Betrag des Vermögenswerts oder der CGU, erfolgt eine Wertaufholung bis maximal zur Höhe des erzielbaren Betrags. Die Wertaufholung ist begrenzt auf den fortgeführten Buchwert, der sich ohne die Wertminderung in der Vergangenheit ergeben hätte. Die vorzunehmende Zuschreibung erfolgt ergebniswirksam. Wertaufholungen von vorgenommenen Wertminderungen auf Geschäfts- und Firmenwerte sind nicht zulässig.

NACH DER EQUITY-METHODE BILANZIERTE GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN

Unternehmen, bei denen HUGO BOSS und eine weitere Partei gemeinschaftlich die Führung ausüben, werden nach der Equity-Methode bilanziert und erstmalig mit den Anschaffungskosten angesetzt. Die Buchwerte der nach der Equity-Methode bilanzierten Beteiligungen werden jährlich um die anteiligen Ergebnisse, ausgeschütteten Dividenden oder sonstigen Eigenkapitalveränderungen erhöht beziehungsweise vermindert. Entsprechen oder übersteigen die Verluste der nach der Equity-Methode bilanzierten Beteiligung den Buchwert, werden keine weiteren Verlustanteile erfasst, da keine Verlustausgleichsverpflichtungen gegenüber den nach der Equity-Methode bilanzierten Beteiligungen bestehen.

VORRÄTE

Die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie die Handelswaren werden grundsätzlich mit den gleitenden durchschnittlichen Anschaffungskosten bewertet. Die unfertigen und fertigen Erzeugnisse werden mit den Herstellungskosten bewertet. Die Herstellungskosten der fertigen Erzeugnisse umfassen neben dem Fertigungsmaterial und den Fertigungslöhnen anteilige Material- und Fertigungsgemeinkosten einschließlich Abschreibungen, soweit sie durch die Fertigung veranlasst sind. Zusätzlich werden produktionsbezogene Kosten der allgemeinen Verwaltung, der Produktentwicklung sowie produktionsbezogene Aufwendungen für soziale Einrichtungen des Betriebs, für

freiwillige soziale Leistungen und für die betriebliche Altersvorsorge einbezogen, soweit sie auf den Zeitraum der Herstellung entfallen. Fremdkapitalkosten werden in der Periode als Aufwand erfasst, in der sie angefallen sind, soweit die Kriterien für die Aktivierung nicht erfüllt sind.

Soweit die Anschaffungs- beziehungsweise 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.

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. „Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte“ sind gesondert in der Bilanz auszuweisen und werden mit dem niedrigeren Wert aus dem 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“.

LEASINGVERHÄLTNISSE

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

Im HUGO BOSS Konzern wurden in erheblichem Umfang Mietverträge abgeschlossen, die nach ihrem wirtschaftlichen Gehalt als Operating-Leasing-Verträge zu qualifizieren sind, so dass der Leasinggegenstand dem Leasinggeber zuzurechnen ist. Hierunter fallen insbesondere auch Mietvereinbarungen über Immobilien für die vom Konzern betriebenen Einzelhandelsgeschäfte, Lagerflächen 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. Einige Verträge beinhalten Verlängerungsoptionen, die bei der Bestimmung der Laufzeit und des Barwerts der Mindestleasingzahlungen berücksichtigt werden, wenn zu Beginn des Leasingverhältnisses die Inanspruchnahme der Option hinreichend sicher ist.

FINANZINSTRUMENTE

Ein Finanzinstrument gemäß IAS 39 ist ein Vertrag, der gleichzeitig bei einem Unternehmen zur Entstehung eines finanziellen Vermögenswerts 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, zu Handelszwecken gehaltene derivative finanzielle Vermögenswerte und sonstige Finanzanlagen.

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)
- e / Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte (AFS)

Sofern kein aktiver Markt besteht und der beizulegende Zeitwert nicht zuverlässig ermittelbar ist, werden Eigenkapitalinstrumente zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Die Designation der finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten in die oben genannten Bewertungskategorien erfolgt bei ihrem erstmaligen Ansatz. Umwidmungen werden, sofern sie 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.

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

Nach der erstmaligen Erfassung werden die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Kredite und Forderungen zu fortgeführten Anschaffungskosten, gegebenenfalls 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 bewertet“ zugeordnet wurden, werden zu jedem Bilanzstichtag auf Werthaltigkeit überprüft. Ist der beizulegende Zeitwert eines finanziellen Vermögenswerts niedriger als sein Buchwert, wird der Buchwert auf seinen beizulegenden Zeitwert verringert. Diese Verringerung stellt einen Wertminderungsaufwand dar, der 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. Die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte umfassen nicht derivative finanzielle Vermögenswerte, die keiner anderen Bewertungskategorie zugeordnet sind, und sonstige Finanzanlagen, die nicht konsolidierten Tochterunternehmen enthalten.

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. Aus der Folgebewertung resultierende Gewinne und Verluste werden erfolgswirksam erfasst.

Nach der erstmaligen Erfassung werden die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und die verzinslichen Darlehen unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Dabei entstehende Gewinne und Verluste werden erfolgswirksam erfasst, wenn Schulden ausgebucht oder getilgt werden.

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

DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE

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

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

Nach IAS 39 sind alle derivativen Finanzinstrumente der Kategorie „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ 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 grundsätzlich ergebniswirksam ausgewiesen.

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

Der beizulegende Zeitwert entspricht im Allgemeinen dem Markt- oder Börsenwert. Wenn kein aktiver Markt existiert, wird der beizulegende Zeitwert durch Anwendung anerkannter Bewertungsmodelle sowie durch Bewertungen von Banken ermittelt. Derzeit werden im HUGO BOSS Konzern alle Finanzinstrumente, für die kein aktiver Markt besteht, anhand am Markt beobachtbarer Bewertungsparameter bewertet.

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.

EIGENE ANTEILE

Erwirbt der Konzern eigene Anteile, so werden sie 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. Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen in den Einzelhandelsgeschäften werden mit dem Barwert des bestmöglich geschätzten Erfüllungsbetrages passiviert. In gleicher Höhe werden die entsprechenden Vermögenswerte aktiviert und planmäßig über die Dauer des Mietvertrages abgeschrieben. Rückstellungen mit einer Laufzeit von über einem Jahr werden mit risikolosen Zinssätzen abgezinst. Sofern der Zinseffekt wesentlich ist, entspricht der Rückstellungsbetrag dem Barwert der zur Erfüllung der Verpflichtung voraussichtlich notwendigen Ausgaben.

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 die Verrechnung zulässig ist (Asset Ceiling). Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden in der anfallenden Periode in voller Höhe im sonstigen Ergebnis berücksichtigt. Es erfolgt keine Umgliederung der versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste aus dem sonstigen Ergebnis in das Konzernergebnis in den Folgejahren. Ebenso werden jegliche Effekte aus der Aktivierungsobergrenze (Asset Ceiling) behandelt. Der Nettozinsbetrag, der sich durch Multiplikation der Nettopensionsverpflichtung mit dem Diskontierungszinssatz, der der Bewertung der Bruttopensionsverpflichtung

(DBO) zugrunde liegt, ergibt, wird innerhalb des Finanzergebnisses ausgewiesen. Die Differenz aus dem tatsächlichen Zinsertrag aus Planvermögen und dem erwarteten Ertrag aus Planvermögen aus der Anwendung des Diskontierungszinssatzes wird ergebnisneutral im sonstigen Ergebnis erfasst. Der Dienstzeitaufwand wird im Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit ausgewiesen.

RESTRUKTURIERUNGSRÜCKSTELLUNGEN

Restrukturierungsaufwendungen werden in der Periode erfasst, in der sie anfallen oder die Kriterien zur Bildung einer Rückstellung erfüllt sind. 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.

EVENTUALVERBINDLICHKEITEN 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. Auch 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.

ERMESSENSAUSÜBUNGEN UND SCHÄTZUNGEN 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:

VERPFLICHTUNGEN AUS OPERATING LEASING-VERHÄLTNISSEN

Der Konzern hat Leasingverträge zur Anmietung von Einzelhandelsgeschäften, Lagerflächen sowie Büroflächen abgeschlossen. Die Klassifizierung der Leasingverhältnisse als Operating Leasing erfolgte dabei auf Basis der üblichen Grenzen zur Bestimmung des Anteils der Nutzungsdauer und des Barwerts der Mindestleasingzahlungen. Dabei wurde festgestellt, dass die mit dem Eigentum an diesen im Rahmen von Operating-Leasingverhältnissen angemieteten Flächen und Immobilien maßgeblichen Chancen und Risiken bei den vermietenden Objektgesellschaften beziehungsweise bei den jeweiligen Leasinggebern verbleiben.

KONSOLIDIERUNG VON STRUKTURIERTEN UNTERNEHMEN

Die Bilanzierung von Leasingobjektgesellschaften richtet sich nach den Vorschriften des IFRS 10 für strukturierte Unternehmen. HUGO BOSS konsolidiert Leasingobjektgesellschaften dementsprechend dann, wenn die Bestimmungsmacht über die maßgeblichen Tätigkeiten der betreffenden Gesellschaft gegeben ist und HUGO BOSS damit die Höhe der variablen Rückflüsse bestimmen kann. Aufgrund der bereits bei Errichtung von zwei Gesellschaften festgelegten Miet- und Leasingverträge geht HUGO BOSS in seiner Beurteilung davon aus, dass die Entscheidungsrechte über die reine Nutzung des Leasingobjekts während der Vertragslaufzeit sowie über die Ausübung im Leasingvertrag zugesicherter Kauf- und Verlängerungsoptionen, welche jeweils zum erwarteten Marktwert gewährt wurden und somit zum 31. Dezember 2014 für HUGO BOSS nicht vorteilhaft sind, keine Entscheidungsrechte über die maßgeblichen Tätigkeiten der betreffenden Gesellschaft darstellen.

Die wichtigsten zukunftsbezogenen Annahmen sowie sonstige am Stichtag bestehende wesentliche Quellen von Schätzungsunsicherheiten, aufgrund derer sich im nächsten Geschäftsjahr das Risiko einer Anpassung der Buchwerte von Vermögenswerten und Schulden ergeben könnte, werden nachstehend erläutert.

WERTMINDERUNG VON NICHTFINANZIELLEN VERMÖGENSWERTEN

Bei der Überprüfung der Werthaltigkeit der immateriellen Vermögenswerte (Geschäfts- und Firmenwerte, Markenrechte mit unbegrenzter Nutzungsdauer, Key Money mit begrenzter und unbegrenzter Laufzeit) und des Sachanlagevermögens der konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfte wurden bestimmte Grundannahmen zur Bestimmung des erzielbaren Betrags getroffen. In diesem Rahmen werden die erwarteten Zahlungsströme für die Erstellung der Werthaltigkeitstests (Impairment Tests) aus Budgetplanungen sowie aus mittelfristigen Planungsrechnungen für die jeweilige CGU abgeleitet und diskontiert. Das Management geht davon aus, dass die den diskontierten Zahlungsströmen 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.

Die Grundannahmen zur Bestimmung des erzielbaren Betrags für die verschiedenen CGUs einschließlich einer Sensitivitätsanalyse werden in der Anhangsziffer 14 näher erläutert.

Zum Bilanzstichtag wurden Wertminderungen in Höhe von 15.281 TEUR (2013: 13.881 TEUR) und Wertaufholungen in Höhe von 0 TEUR (2013: 2.248 TEUR) vorgenommen. Weitere Erläuterungen werden in den Anhangsziffern 10 bis 12 und 14 vorgenommen.

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 vorgenommen. Für unfertige Erzeugnisse, Fertigerzeugnisse und Handelswaren orientiert sich der Wertansatz am noch zu erzielenden Nettoveräußerungspreis über die konzerneigenen Absatzkanäle.

Ein Niederstwerttest wird für Handelswaren und Fertigerzeugnisse anhand von Gängigkeits-, Reichweiten- und Nettoveräußerungswertanalysen durchgeführt. Wertminderungen auf den erwarteten niedrigeren Verkaufspreis sowohl auf Ebene der Vertriebsgesellschaften als auch aus Sicht des Konzerns werden über diese Abwertungs-routinen antizipiert.

Zum Bilanzstichtag wurden Vorräte in Höhe von 80.575 TEUR (2013: 82.312 TEUR) zum Nettoveräußerungswert angesetzt. Im Geschäftsjahr 2014 wurden Wertminderungen in Höhe von 11.259 TEUR (2013: 13.004 TEUR) vorgenommen. Diese sind in Anhangsziffer 16 erläutert.

EINZELWERTBERICHTIGUNGEN AUF FORDERUNGEN

Die Einbringlichkeit von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird auf Basis der geschätzten Wahrscheinlichkeit des Ausfalls beurteilt. Entsprechend werden Forderungen gegen Großhandelskunden, 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 Großhandelskunden und Konzessionspartner kann der Umfang der tatsächlich vorzunehmenden Ausbuchungen den Umfang der bereits berücksichtigten Wertberichtigungen übersteigen, was sich nachteilig auf die Ertragslage auswirken könnte.

Zum Bilanzstichtag wurden Wertberichtigungen in Höhe von 15.876 TEUR (2013: 15.126 TEUR) vorgenommen. Weitere Erläuterungen werden in der Anhangsziffer 17 vorgenommen.

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 beziehungsweise 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. Bei der Beurteilung wird auch auf die Einschätzung lokaler externer Sachverständiger wie Anwälte oder Steuerberater zurückgegriffen. 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.

Zum Bilanzstichtag wurden sonstige Rückstellungen in Höhe von 140.573 TEUR (2013: 122.812 TEUR) gebildet. Weitere Erläuterungen sind in der Anhangsziffer 25 zu finden.

Seit 2012 wird eine steuerliche Außenprüfung für die Veranlagungszeiträume 2007 bis 2011 bei der HUGO BOSS AG durchgeführt, die zum heutigen Zeitpunkt noch nicht abgeschlossen ist. Auf Grundlage der bisher vorliegenden Erkenntnisse und Prüfungsnotizen der laufenden steuerlichen Außenprüfung hat die Gesellschaft mögliche steuerliche Risiken aus bilanziellen und außerbilanziellen Sachverhalten sowie aus Strukturänderungen identifiziert. Da die steuerliche Außenprüfung zum Zeitpunkt der Aufstellung des Jahresabschlusses noch nicht abgeschlossen ist, können neue Erkenntnisse im Zusammenhang mit der steuerlichen Außenprüfung zu Änderungen der zum 31. Dezember 2014 passivierten Risiken führen.

Zum Bilanzstichtag beliefen sich die passivierten Ertragsteuerschulden auf 59.944 TEUR (2013: 63.372 TEUR). Darin enthalten sind die Rückstellungen für die Risiken aus der steuerlichen Außenprüfung der HUGO BOSS AG für die Jahre 2007 – 2011. Weitere Erläuterungen können der Anhangsziffer 7 entnommen werden.

PENSIONS-RÜCKSTELLUNGEN

Der Aufwand aus leistungsorientierten Plänen wird anhand versicherungsmathematischer Berechnungen ermittelt. Diese erfolgen auf der Grundlage von Annahmen in Bezug auf Abzinsungssätze, künftige Lohn- und Gehaltssteigerungen, Sterblichkeit und künftige Rentensteigerungen. Die angesetzten Abzinsungssätze basieren auf den Renditen für erstrangige festverzinsliche Unternehmensanleihen.

Zum Bilanzstichtag wurden Pensionsrückstellungen in Höhe von 45.628 TEUR (2013: 29.795 TEUR) bilanziert. Für weitere Informationen wird auf Anhangsziffer 26 verwiesen.

LATENTE STEUERN AUF VERLUSTVORTRÄGE

Auf nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge werden latente Steueransprüche in dem Maße erfasst, in dem es wahrscheinlich ist, dass künftig zu versteuerndes Einkommen entsteht, gegen das die noch nicht genutzten Verlustvorträge verrechnet werden können. Hierzu übt das Management hinsichtlich des erwarteten Eintrittszeitpunkts und der Höhe des künftig zu versteuernden Einkommens sein Ermessen aus und bewertet die latenten Steueransprüche auf nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge in der entsprechenden Höhe.

Zum Bilanzstichtag wurden latente Steueransprüche auf nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge in Höhe von 10.662 TEUR (2013: 10.295 TEUR) bilanziert. Für weitere Informationen wird auf Anhangsziffer 7 verwiesen.

BILANZIERUNG VON UNTERNEHMENSERWERBEN/ERWERBEN VON SONSTIGEN GESCHÄFTSEINHEITEN

Im Zuge von Unternehmenserwerben oder Erwerben von sonstigen Geschäftseinheiten werden in der Bilanz Geschäfts- oder Firmenwerte ausgewiesen. Diese ergeben sich als Unterschiedsbetrag zwischen der übertragenen Gegenleistung und dem Betrag der Anteile ohne beherrschenden Einfluss über die erworbenen Vermögenswerte und die übernommenen Schulden. Des Weiteren werden etwaige zurückerworbene Rechte aktiviert und über die Nutzungsdauer abgeschrieben.

Bei der Erstkonsolidierung werden alle identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden zum beizulegenden Zeitwert angesetzt. Die bilanzierten Zeitwerte stellen dabei eine wesentliche Schätzgröße dar. Falls immaterielle Vermögenswerte identifiziert werden, wird in Abhängigkeit von der Art des immateriellen Vermögenswerts die Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts unter Anwendung von angemessenen Bewertungstechniken ermittelt. Diese Bewertungen basieren auf verschiedenen Inputfaktoren und teilweise auf Annahmen des Managements über die künftige Wertentwicklung der jeweiligen Vermögenswerte sowie der verwendeten Diskontierungssätze.

Im Geschäftsjahr 2014 wurden keine Unternehmen oder sonstigen Geschäftseinheiten erworben. Erläuterungen zu den im Geschäftsjahr 2013 bilanzierten Erwerben finden sich bei den Angaben zu Unternehmenserwerben/Erwerben von sonstigen Geschäftseinheiten.

UNTERNEHMENSERWERBE/ERWERBE VON SONSTIGEN GESCHÄFTSEINHEITEN

ÜBERNAHMEN IM GESCHÄFTSJAHR 2014

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2014 wurden keine Unternehmen erworben.

ÜBERNAHMEN IM GESCHÄFTSJAHR 2013

Im Geschäftsjahr 2013 hat der HUGO BOSS Konzern insgesamt zehn Stores und die damit verbundenen Vermögenswerte im Rahmen von Asset Deals von ehemaligen Franchise-Partnern in Australien, den USA und Singapur erworben. Außerdem wurde ein Store in Frankreich im Rahmen eines Share Deals übernommen. Die Unternehmenserwerbe erfolgten zur Unterstützung des Ausbaus des konzerneigenen Einzelhandels.

Folgende Übersicht zeigt die im Geschäftsjahr 2013 vorgenommene Allokation des Kaufpreises auf das übernommene Nettovermögen sowie den sich daraus ergebenden Geschäfts- oder Firmenwert:

(in TEUR)

	2013
Übertragene Gegenleistung	
Vereinbarter Kaufpreis	12.556
Übernommene Schulden	-552
Summe Kaufpreiszahlung	12.003
Beizulegende Zeitwerte der übernommenen Vermögenswerte und Schulden	
Immaterielle Vermögenswerte	8.532
Sachanlagen	2.875
Vorräte	1.870
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	92
Sonstige Vermögenswerte	254
Summe Vermögenswerte	13.622
Finanzverbindlichkeiten	933
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	530
Sonstige Verbindlichkeiten	728
Summe Verbindlichkeiten	2.191
Geschäfts- oder Firmenwerte	572

Die Beherrschung über die Vermögenswerte wurde jeweils durch die Zahlung des vereinbarten Kaufpreises erlangt.

Da im Geschäftsjahr 2013 noch nicht alle für eine vollständige Bilanzierung der Unternehmenserwerbe notwendigen Informationen vorlagen, wurde eine vorläufige Kaufpreisallokation vorgenommen.

Im Rahmen der Kaufpreisallokationen wurden immaterielle Vermögenswerte in Form von zurückerworbenen Rechten („reacquired rights“) auf vorläufiger Basis identifiziert. Hierbei handelt es sich um Rechte zur Nutzung des HUGO BOSS Markennamens, die HUGO BOSS den Franchise-Partnern für die jeweiligen Stores auf Basis von Franchisevereinbarungen gewährt hat. Die Franchisevereinbarungen wurden unter marktüblichen Bedingungen abgeschlossen.

Die Geschäfts- oder Firmenwerte entfallen auf das Segment Asien und enthalten nicht separierbare immaterielle Vermögenswerte und erwartete Synergieeffekte. Von einer steuerlichen Nutzung der Geschäfts- oder Firmenwerte ist nicht auszugehen. Sie unterliegen gemäß IAS 36 einem jährlichen Impairment-Test und werden daher nicht planmäßig abgeschrieben.

In Summe entstanden Transaktionskosten in Höhe von 301 TEUR, die im Geschäftsjahr 2013 sofort erfolgswirksam in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung erfasst wurden.

Die Kaufpreisallokationen wurden im Geschäftsjahr 2014 jeweils innerhalb von zwölf Monaten nach dem Erwerbszeitpunkt abgeschlossen. Die Finalisierung der Kaufpreisallokationen wirkte sich nur unwesentlich auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des HUGO BOSS Konzerns im Geschäftsjahr 2014 wie auch im Vergleichszeitraum 2013 aus.

Wären die Unternehmenserwerbe bereits zum 1. Januar 2013 zustande gekommen, wäre der Konzernumsatz des Geschäftsjahres 2013 7.596 TEUR höher gewesen. Das Konzernergebnis hätte sich unwesentlich verändert.

Der durch die Unternehmenserwerbe zusätzlich generierte Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2013 betrug 6.751 TEUR.

AKQUISITION NICHT BEHERRSCHENDER ANTEILE OHNE KONTROLLWECHSEL

Mit Wirkung zum 30. Juni 2014 hat HUGO BOSS den verbleibenden 40 %-Anteil am bisher bereits vollkonsolidierten „Joint Venture“ von seinem langjährigen Franchisepartner Rainbow Group übernommen. Der Erwerber der Anteile ist die HUGO BOSS International B.V., Amsterdam, Niederlande, die somit nun 100 % der Anteile an der HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd., Hongkong und deren Tochtergesellschaften in Macau und China hält. Die vereinbarte Kaufpreiszahlung für den Erwerb der verbleibenden 40 %-Anteile beträgt 198.872 THKD (18.839 TEUR) und wurde bereits vollständig bezahlt. Der Buchwert der übernommenen nicht beherrschenden Anteile beträgt 27.539 TEUR. Darin berücksichtigt sind Transaktionskosten in Höhe von 79 TEUR. Die Differenz zwischen Kaufpreis und Buchwert der Vermögenswerte in Höhe von 8.700 TEUR wurde direkt im Eigenkapital erfasst.

(in TEUR)

	31. Dez. 2014
Buchwert der übernommenen nicht beherrschenden Anteile	27.539
Vereinbarter Kaufpreis	-18.839
Direkt im Konzerneigenkapital erfasste Differenz	8.700

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1| UMSATZERLÖSE

(in TEUR)

	2014	2013
Erlöse aus dem Verkauf von Gütern	2.513.952	2.374.270
Lizenzenträge	57.664	57.863
GESAMT	2.571.616	2.432.133

2| UMSATZKOSTEN

(in TEUR)

	2014	2013
Anschaffungskosten für bezogene Waren	755.406	737.734
Herstellungskosten für Eigenfertigung	117.117	114.849
GESAMT	872.523	852.583

Die Anschaffungskosten enthalten den Materialaufwand, der dem Betrag der Vorräte entspricht, der im Geschäftsjahr als Aufwand erfasst wurde. Daneben enthält der Posten im Wesentlichen Eingangsfracht- und Zollkosten.

Im Geschäftsjahr 2014 ist aus Wertminderungen auf das Vorratsvermögen und der Auflösung von Wertberichtigungen ein Nettoertrag in Höhe von 655 TEUR (2013: Nettoertrag von 9.509 TEUR) entstanden. Dieser ist in den Umsatzkosten enthalten.

Die den Herstellungskosten zugeordneten aktivierten Gemeinkosten enthalten die Kosten der technischen Produktentwicklung in der dritten Phase der Kollektionserstellung sowie die Gemeinkosten der Produktumsetzungs- und Beschaffungsphase.

3| VERTRIEBS- UND MARKETINGAUFWENDUNGEN

(in TEUR)

	2014	2013
Aufwendungen für konzerneigenen Einzelhandel, Vertriebs- und Marketingorganisation	764.042	694.410
Marketingaufwendungen	163.003	137.498
Aufwendungen für Logistik	67.816	59.680
GESAMT	994.861	891.588

Die Aufwendungen für den konzerneigenen Einzelhandel sowie die Vertriebs- und Marketingorganisation umfassen im Wesentlichen Personal- und Mietaufwendungen für den Groß- und Einzelhandelsvertrieb. Ferner sind in den Vertriebskosten umsatzabhängige Provisionen, Ausgangsfracht- und Zollkosten sowie Kreditkartengebühren enthalten.

Die Marketingaufwendungen setzen sich aus Aufwendungen in Höhe von 180.406 TEUR (2013: 154.283 TEUR) und Erträgen aus der Weiterberechnung von Marketingaufwendungen von 17.403 TEUR (2013: 16.785 TEUR) zusammen. Die Erlöse aus der Weiterberechnung von Marketingaufwendungen enthalten hauptsächlich Kosten für die Weiterberechnung von Shopeinrichtungen, Marketingmaterial sowie für Werbe- und Sponsoringaktivitäten.

Die Aufwendungen für Logistik beinhalten im Wesentlichen Personal- und Mietaufwendungen für die Lagerlogistik.

Insgesamt enthalten die Vertriebs- und Marketingaufwendungen sonstige Steuern in Höhe von 2.501 TEUR (2013: 2.834 TEUR).

4| VERWALTUNGS-AUFWENDUNGEN

(in TEUR)

	2014	2013
Verwaltungsaufwand	174.679	169.835
Forschungs- und Entwicklungskosten	61.525	58.683
GESAMT	236.204	228.518

Der Verwaltungsaufwand besteht überwiegend aus Raummieten, Instandhaltungskosten, IT-Betriebskosten, Rechts- und Beratungskosten sowie dem Personalaufwand des Funktionsbereichs.

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 61.525 TEUR (2013: 58.683 TEUR) setzen sich wie folgt zusammen: 42.254 TEUR (2013: 40.447 TEUR) Personalaufwand, 2.083 TEUR (2013: 1.675 TEUR) Abschreibungen sowie 17.188 TEUR (2013: 16.561 TEUR) sonstiger betrieblicher Aufwand.

Wesentliche Erträge sind in den Verwaltungsaufwendungen durch die Weiterberechnung von sonstigen Kosten und Leistungen in Höhe von 9.141 TEUR (2013: 6.629 TEUR) entstanden sowie durch die Auflösung von Rückstellungen in Höhe von 3.138 TEUR (2013: 11.360 TEUR).

Insgesamt enthalten die Verwaltungsaufwendungen sonstige Steuern in Höhe von 3.843 TEUR (2013: 2.677 TEUR).

5| SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN UND ERTRÄGE

Der sich aus den sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträgen per Saldo ergebende Nettoaufwand im Geschäftsjahr 2014 in Höhe von 19.307 TEUR resultierte aus Sondereffekten, die im Wesentlichen mit der vorzeitigen Vertragsauflösung mit einem Handelsagenten im Nahen Osten sowie der für das erste Halbjahr 2015 geplanten Schließung des Produktionsstandortes in Cleveland, Ohio, in Zusammenhang stehen. Im Vorjahr betrug der Nettoaufwand 3.291 TEUR und stand im Wesentlichen im Zusammenhang mit organisatorischen Veränderungen in der Region Europa.

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträgen sind Erträge in Höhe von 2.600 TEUR enthalten (2013: Erträge von 381 TEUR). Davon entstanden 1.511 TEUR durch die Veräußerung eines Showrooms in Frankreich. Die restlichen Erträge von 1.089 TEUR sind wie im Vorjahr im Wesentlichen auf die Auflösung von Rückstellungen zurückzuführen.

6| FINANZERGEBNIS

(in TEUR)

	2014	2013
Zinserträge aus Bankguthaben	429	539
Sonstige Zinserträge	1.198	1.455
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.627	1.994
Zinsaufwendungen aus Finanzschulden	-4.474	-10.013
Sonstige Zinsaufwendungen	-1.671	-6.409
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-6.145	-16.422
Zinsergebnis	-4.518	-14.428
Kursgewinne/-verluste aus Forderungen/Verbindlichkeiten	357	-19.027
Ergebnis aus Absicherungsgeschäften	-5.048	10.449
Sonstige Finanzaufwendungen/-erträge	-2.364	319
Übrige Finanzposten	-7.055	-8.259
Finanzergebnis	-11.573	-22.687

In den Zinsaufwendungen aus Finanzschulden sind Aufwendungen für Zinsswaps in Höhe von 1.134 TEUR (2013: 5.791 TEUR) enthalten. Die sonstigen Zinsaufwendungen enthalten den Nettozinsbetrag aus den Pensionsrückstellungen sowie Zinsaufwendungen aus der Bewertung zum Barwert der sonstigen langfristigen Rückstellungen in Höhe von 1.384 TEUR (2013: 2.865 TEUR). Darüber hinaus enthält der Posten „Sonstige Zinsaufwendungen“ Zinsen auf nichtfinanzielle Verbindlichkeiten wie zum Beispiel Steuerschulden.

Die Kursgewinne und -verluste aus Forderungen und Verbindlichkeiten enthalten Wechselkursgewinne in Höhe von 25.668 TEUR (2013: 21.468 TEUR) sowie Wechselkursverluste in Höhe von 25.311 TEUR (2013: 40.495 TEUR). Das Ergebnis aus Absicherungsgeschäften beinhaltet Effekte aus der Fair-Value-Bewertung von Devisentermin- und Devisenswapgeschäften.

7 | ERTRAGSTEUERN

(in TEUR)

	2014	2013
Laufende Steuern	122.915	122.332
Latente Steuern	-20.247	-22.225
GESAMT	102.668	100.107

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 % (2013: 28,0 %). Die Steuersätze im Ausland liegen wie im Vorjahr zwischen 0 % und 40 %.

Im Geschäftsjahr 2014 enthalten die laufenden Ertragsteuern periodenfremde Aufwendungen in Höhe von 6.043 TEUR (2013: 16.181 TEUR). Diese enthalten Aufwendungen für die Bildung von Rückstellungen für Risiken aus der steuerlichen Außenprüfung für die Jahre 2007 bis 2011 einschließlich der Folgewirkung. Dem stehen periodenfremde Erträge in Höhe von 3.789 TEUR (2013: 760 TEUR) gegenüber.

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

Die folgende Tabelle zeigt eine Überleitungsrechnung vom erwarteten Ertragsteueraufwand, der sich theoretisch bei Anwendung des aktuellen inländischen Ertragsteuersatzes von 28,0 % (2013: 28,0 %) auf Konzernebene ergeben würde, zum tatsächlich ausgewiesenen Ertragsteueraufwand im Konzern. Der verwendete inländische Ertragsteuersatz berücksichtigt den Körperschaftsteuersatz (inkl. Solidaritätszuschlag) von 15,8 % (2013: 15,8 %) sowie einen Gewerbesteuersatz von 12,2 % (2013: 12,2 %).

(in TEUR)

	2014	2013
Ergebnis vor Ertragsteuern	437.148	433.466
Erwarteter Ertragsteueraufwand	122.401	121.371
Steuereffekte aus permanenten Sachverhalten	3.773	-4.107
Steuersatzbedingte Abweichungen	-20.189	-19.342
Davon Auswirkungen Steuersatzänderungen	-4.543	1.076
Davon Steuereffekte aus Hinzurechnungen/Kürzungen für lokale Steuern	873	-6.993
Davon Anpassung des Steuerbetrags an den abweichenden nationalen Steuersatz	-16.519	-13.425
Steuererstattungen/Steuernachzahlungen	2.254	15.421
Latente Steuereffekte aus Vorjahren	255	-6.087
Veränderung Wertberichtigung auf aktive latente Steuern	-35	-8.070
Steuereffekte aus ausschüttungsfähigen Gewinnen von Konzerngesellschaften	-4.824	1.696
Sonstige Abweichung	-967	-775
Ausgewiesener Ertragsteueraufwand	102.668	100.107
Ertragsteuerbelastung	23 %	23 %

Die Verminderung der Ertragsteuerbelastung durch steuerfreie Erträge beträgt 11.332 TEUR (2013: 9.181 TEUR). Die gegenläufigen Steuereffekte der nicht abzugsfähigen Betriebsausgaben belaufen sich auf 15.105 TEUR (2013: 5.074 TEUR).

Steuereffekte aus der Hinzurechnung/Kürzung für lokale Steuern in Höhe von 873 TEUR (2013: Erträge: 6.993 TEUR) resultieren maßgeblich aus gewerbesteuerlichen Hinzurechnungs- und Kürzungsvorschriften zur Ermittlung der gewerbesteuerlichen Bemessungsgrundlage.

Weitere steuersatzbedingte Abweichungen von 16.519 TEUR (2013: 13.425 TEUR) sind auf die Differenz des nominalen inländischen Ertragsteuersatzes von 28,0 % zu den ausländischen effektiven Ertragsteuersätzen zurückzuführen.

Im Aufwand für latente Steuern sind neben den Effekten aus der Entstehung beziehungsweise der Umkehrung von temporären Unterschieden zwischen den Wertansätzen im Konzernabschluss und den Wertansätzen in den Steuerbilanzen auch Erträge aus Auswirkungen von Steuersatzänderungen in Höhe von 4.543 TEUR (2013: Aufwendungen 1.076 TEUR) enthalten.

Im Geschäftsjahr 2014 entstand ein latenter Steueraufwand aus Vorjahren in Höhe von 255 TEUR (2013: Ertrag: 6.087 TEUR). Dieser ist im Wesentlichen auf Zuführungen passiver latenter Steuern sowie Auflösungen aktiver latenter Steuern zurückzuführen, die aufgrund von Vorjahreskorrekturen entstanden sind.

Im sonstigen Ergebnis sind latente Steuern in Höhe von 4.549 TEUR (2013: 924 TEUR) enthalten. Davon entfallen 700 TEUR (2013: 1.487 TEUR) auf die erfolgsneutrale Erfassung von Zeitwertschwankungen von Derivaten mit Sicherungsbeziehung und ein Ertrag von 3.849 TEUR (2013: Ertrag 563 TEUR) aus der Verrechnung der versicherungsmathematischen Gewinne/Verluste aus den Pensionsrückstellungen im Eigenkapital.

Die latenten Steueransprüche und Steuerschulden werden saldiert dargestellt, wenn sie sich auf dieselbe Steuerbehörde und dasselbe Steuersubjekt beziehen. Die Steuerabgrenzungen in der Konzernbilanz sind den folgenden Sachverhalten zuzuordnen:

(in TEUR)

	2014		2013	
	Aktivisch	Passivisch	Aktivisch	Passivisch
Rückstellungen und Verbindlichkeiten	44.938	-42.730	33.375	-15.588
Steuerliche Verlustvorräte	20.923	0	23.070	0
Vorratsbewertung	42.374	-3.733	39.835	-3.298
Ansatz und Bewertung des Anlagevermögens	53.269	-14.392	22.787	-16.878
Forderungsbewertung	6.968	-2.478	4.842	-2.153
Marktbewertung Finanzinstrumente	1.802	0	1.793	-2.497
Gewinnrücklagen von Tochtergesellschaften	0	-2.768	0	-7.334
Sonstige Ansatz- und Bewertungsunterschiede	442	-1.374	132	-1.507
	170.716	-67.475	125.834	-49.255
Wertminderungen ¹	-12.991	0	-13.348	0
Saldierung	-57.343	57.343	-31.793	31.793
GESAMT	100.382	-10.132	80.693	-17.462

¹ Einschließlich nicht zu erfassender steuerlicher Verlustvorräte.

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

Von den latenten Steueransprüchen sind 76.373 TEUR (2013: 41.976 TEUR) und von den latenten Steuerschulden 60.369 TEUR (2013: 41.306 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 10.261 TEUR (2013: 12.775 TEUR) aus in der Zukunft voraussichtlich nicht nutzbaren Verlustvorträgen und in Höhe von 2.730 TEUR (2013: 573 TEUR) aus temporären Differenzen.

Ausschüttungsfähige Gewinne bei ausländischen Tochtergesellschaften sollen in den nächsten Jahren teilweise nach Deutschland ausgeschüttet werden. Der bei Ausschüttung anfallende deutsche Steueraufwand in Höhe von 1.200 TEUR (2013: 1.200 TEUR) wurde im Rahmen der latenten Steuern passiviert. Des Weiteren wurden für ausschüttungsfähige Gewinne von Tochtergesellschaften, die an andere Tochtergesellschaften ausschütten, insoweit latente Steuern gebildet, als Quellensteuern für zukünftige Ausschüttungen anfallen. Für diese Quellensteuerbelastungen wurden in Höhe von 1.568 TEUR (2013: 6.134 TEUR) latente Steuern passiviert.

Weitere passive latente Steuern auf ausschüttungsfähige Gewinne bei Tochterunternehmen in Höhe von 381.013 TEUR (2013: 509.582 TEUR) wurden nicht gebildet, weil diese Gewinne aus heutiger Sicht permanent investiert bleiben sollen. Bei Ausschüttung der Gewinne nach Deutschland wären diese zu 5 % der deutschen Besteuerung zu unterwerfen oder würden gegebenenfalls ausländische Quellensteuern auslösen. Ausschüttungen führen deshalb in der Regel zu einem zusätzlichen Steueraufwand. Die Schätzung von nicht ausgewiesenen passiven latenten Steuern auf nicht ausgeschüttete Gewinne ist nur mit unverhältnismäßig hohem Aufwand möglich.

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

(in TEUR)

	2014	2013
Verfallsdatum innerhalb von		
1 Jahr	8.700	2.222
2 Jahren	1.122	8.687
3 Jahren	6.809	1.082
4 Jahren	7.161	8.366
5 Jahren	3.276	7.123
Mehr als 5 Jahren	25.490	33.544
Unbegrenzt vortragsfähig	19.170	14.844
GESAMT	71.728	75.868

Auf die nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträge wurde sowohl zum 31. Dezember 2014 als auch in den vorangegangenen Geschäftsjahren der entsprechende latente Steueranspruch in Höhe von 10.662 TEUR (2013: 10.295 TEUR) gebildet. Im Geschäftsjahr 2014 wurden für Verlustvorträge in Höhe von 32.249 TEUR (2013: 43.260 TEUR) keine latenten Steuern angesetzt.

8| NICHT BEHERRSCHENDE ANTEILE AM KONZERNERGEBNIS

In den Konzernabschluss wurden Gesellschaften einbezogen, an denen die HUGO BOSS AG zu weniger als 100 % beteiligt ist. Entsprechend IFRS 10 werden die nicht beherrschenden Anteile in der Konzernbilanz innerhalb des Eigenkapitals getrennt vom auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallenden Eigenkapital ausgewiesen. Ebenso werden in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung nicht beherrschende Anteile am Konzernergebnis gesondert angegeben.

9| 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.

Weder zum 31. Dezember 2014 noch zum 31. Dezember 2013 standen Aktien aus, die das Ergebnis je Aktie verwässern könnten.

(in TEUR)

	2014	2013
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis	333.262	328.965
Durchschnittliche Zahl der ausgegebenen Aktien ¹	69.016.167	69.016.167
Ergebnis je Aktie in EUR ²	4,83	4,77

¹ Ohne Berücksichtigung eigener Anteile.

² Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

10| ZUSÄTZLICHE ANGABEN ZUR KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

PERSONALAUFWAND

(in TEUR)

	2014	2013
Umsatzkosten	88.957	84.354
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	283.093	267.817
Verwaltungsaufwendungen	133.300	128.650
Sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge	9.001	2.244
GESAMT	514.351	483.065

192

Die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge enthaltenen Sondereffekte im Geschäftsjahr 2014 in Höhe von 9.001 TEUR stehen im Wesentlichen in Zusammenhang mit der für das erste Halbjahr 2015 geplanten Schließung des Produktionsstandortes in Cleveland, Ohio sowie mit organisatorischen Veränderungen in den Regionen Europa und Amerika.

Die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge enthaltenen Sondereffekte im Geschäftsjahr 2013 in Höhe von 2.244 TEUR stehen im Wesentlichen in Zusammenhang mit organisatorischen Veränderungen in der Region Europa.

(in TEUR)

	2014	2013
Löhne und Gehälter	435.692	411.383
Soziale Abgaben	72.405	65.837
Aufwendungen und Erträge für Altersversorgung und für Unterstützung	6.254	5.845
GESAMT	514.351	483.065

Die Mitarbeiterzahlen stellen sich im Jahresdurchschnitt wie folgt dar:

	2014	2013
Gewerbliche Arbeitnehmer	4.861	4.740
Kaufmännische Arbeitnehmer	9.652	8.934
GESAMT	14.513	13.674

ABSCHREIBUNGEN

(in TEUR)

	2014	2013
Umsatzkosten	5.656	5.461
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	96.237	78.799
Verwaltungsaufwendungen	20.867	21.002
GESAMT	122.760	105.262

Insgesamt betragen die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen 122.760 TEUR (2013: 105.262 TEUR). Eine Aufteilung der Abschreibungen auf die entsprechenden Bilanzpositionen ist den folgenden Erläuterungen zur Konzernbilanz zu entnehmen.

MATERIALAUFWAND

Im abgelaufenen Geschäftsjahr betrug der Materialaufwand 715.081 TEUR (2013: 706.211 TEUR).

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERNBILANZ

ANLAGEVERMÖGEN

(in TEUR)

	Sachanlagen	Immaterielle Vermögenswerte	GESAMT
Anschaffungskosten			
1. Januar 2013	806.920	238.028	1.044.948
Änderung Konsolidierungskreis	-55.567	2.453	-53.114
Währungsdifferenzen	-20.390	-4.253	-24.643
Zugänge	163.045	20.196	183.241
Abgänge	-26.158	-9.108	-35.266
Umbuchungen	4.101	-8.363	-4.262
31. Dezember 2013	871.951	238.953	1.110.904
Änderung Konsolidierungskreis	0	0	0
Währungsdifferenzen	33.591	5.624	39.215
Zugänge	109.428	25.307	134.735
Abgänge	-45.780	-3.152	-48.932
Umbuchungen	-15.798	-1.218	-17.016
31. Dezember 2014	953.392	265.514	1.218.906
Abschreibungen/Wertminderungen			
1. Januar 2013	449.466	95.818	545.284
Änderung Konsolidierungskreis	554	0	554
Währungsdifferenzen	-12.825	-911	-13.736
Zugänge aus Abschreibungen	76.160	17.469	93.629
Zugänge aus Wertminderungen	10.644	989	11.633
Abgänge	-23.503	-6.500	-30.003
Umbuchungen	2.873	-7.135	-4.262
31. Dezember 2013	503.369	99.730	603.099
Änderung Konsolidierungskreis	0	0	0
Währungsdifferenzen	20.564	1.829	22.393
Zugänge aus Abschreibungen	88.846	18.633	107.479
Zugänge aus Wertminderungen	15.022	259	15.281
Abgänge	-43.096	-1.717	-44.813
Umbuchungen	-14.662	-1.218	-15.880
31. Dezember 2014	570.043	117.516	687.559
Buchwert 31. Dezember 2014	383.349	147.998	531.347
Buchwert 31. Dezember 2013	368.582	139.223	507.805

11| IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

(in TEUR)

	Software, Lizenzen und sonstige Rechte	Marken- rechte	Key Money	Selbst erstellte Software	Geschäfts- oder Firmenwerte	GESAMT
Anschaffungskosten						
1. Januar 2013	146.547	14.992	31.925	5.603	38.961	238.028
Änderung Konsolidierungskreis	-525	0	2.978	0	0	2.453
Währungsdifferenzen	-1.208	0	-1.045	0	-2.000	-4.253
Zugänge	19.444	0	218	0	534	20.196
Abgänge	-5.956	0	-3.152	0	0	-9.108
Umbuchungen	-8.515	0	152	0	0	-8.363
31. Dezember 2013	149.787	14.992	31.076	5.603	37.495	238.953
Änderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	0
Währungsdifferenzen	3.391	0	612	0	1.621	5.624
Zugänge	22.305	0	2.583	0	419	25.307
Abgänge	-2.969	0	-183	0	0	-3.152
Umbuchungen	-1.715	0	0	0	497	-1.218
31. Dezember 2014	170.799	14.992	34.088	5.603	40.032	265.514
Abschreibungen/Wertminderungen						
1. Januar 2013	76.149	0	12.886	5.603	1.180	95.818
Änderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	0
Währungsdifferenzen	-495	0	-369	0	-47	-911
Zugänge aus Abschreibungen	15.554	0	1.915	0	0	17.469
Zugänge aus Wertminderungen	30	0	959	0	0	989
Abgänge	-5.531	0	-969	0	0	-6.500
Umbuchungen	-7.071	0	-64	0	0	-7.135
31. Dezember 2013	78.636	0	14.358	5.603	1.133	99.730
Änderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	0
Währungsdifferenzen	1.514	0	315	0	0	1.829
Zugänge aus Abschreibungen	16.873	0	1.760	0	0	18.633
Zugänge aus Wertminderungen	0	0	259	0	0	259
Abgänge	-1.557	0	-160	0	0	-1.717
Umbuchungen	-1.218	0	0	0	0	-1.218
31. Dezember 2014	94.248	0	16.532	5.603	1.133	117.516
Buchwert 31. Dezember 2014	76.551	14.992	17.556	0	38.899	147.998
Buchwert 31. Dezember 2013	71.151	14.992	16.718	0	36.362	139.223

SOFTWARE, LIZENZEN UND SONSTIGE RECHTE

Der Posten „Software, Lizenzen und sonstige Rechte“ enthält im Wesentlichen Software und Software-Lizenzen sowie im Rahmen von Kaufpreisallokationen identifizierte immaterielle Vermögenswerte.

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 76.318 TEUR (2013: 68.223 TEUR) aktiviert, wovon zum Bilanzstichtag bereits 49.531 TEUR (2013: 42.883 TEUR) planmäßig abgeschrieben waren. Der verbleibende Abschreibungszeitraum erhöht sich aufgrund von Investitionen in Software und Nutzungsrechte im Zusammenhang mit der kontinuierlichen Weiterentwicklung des ERP-Systems auf 4,0 Jahre (2013: 3,0 Jahre). Neben der beschriebenen Software sind andere Softwarelizenzen in Höhe von 33.471 TEUR (2013: 26.670 TEUR) enthalten, deren verbleibender Abschreibungszeitraum 5,5 Jahre beträgt (2013: 6,6 Jahre). Die Abgänge aus der Änderung des Konsolidierungskreises im Geschäftsjahr 2013 betrafen die Entkonsolidierung der Distributionszentrum Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt HUGO BOSS Filderstadt KG.

Weiterhin sind im Posten „Software, Lizenzen und sonstige Rechte“ immaterielle Vermögenswerte aus Kaufpreisallokationen enthalten. Im Rahmen der Erstkonsolidierung der „Joint-Venture“-Gesellschaften im Geschäftsjahr 2010 wurden unter anderem Business Licences und Franchisevereinbarungen aktiviert, die zum 31. Dezember 2014 einen Restbuchwert von 12.667 TEUR (2013: 12.475 TEUR) und einen verbleibenden Abschreibungszeitraum von 10,6 Jahren haben (2013: 11,5 Jahre). Die im Rahmen der Kaufpreisallokation bei der Übernahme der Monobrand Stores des Franchisepartners Moss Bros in Großbritannien 2011 identifizierten Franchisevereinbarungen weisen zum Bilanzstichtag einen Restbuchwert in Höhe von 833 TEUR (2013: 1.760 TEUR) aus. Der verbleibende Abschreibungszeitraum beträgt 0,6 Jahre (2013: 1,1 Jahre). Durch die Finalisierung der Kaufpreisallokation der im Geschäftsjahr 2013 identifizierten Franchisevereinbarungen ergab sich eine unwesentliche Umgliederung innerhalb der Position der immateriellen Vermögensgegenstände.

MARKENRECHTE

Die ausgewiesenen Markenrechte in Höhe von 14.992 TEUR (2013: 14.992 TEUR), die ebenfalls als Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer klassifiziert sind, entfallen im Wesentlichen auf Markenrechte zur Nutzung der Markennamen BOSS, HUGO und HUGO BOSS in den USA.

KEY MONEY

Insgesamt war zum Bilanzstichtag Key Money in Höhe von 17.556 TEUR (2013: 16.718 TEUR) aktiviert. Davon entfallen 6.353 TEUR (2013: 5.776 TEUR) auf Key Money mit unbegrenzter Nutzungsdauer und 11.203 TEUR (2013: 10.942 TEUR) auf Key Money mit begrenzter Nutzungsdauer. Key Money mit unbegrenzter Nutzungsdauer betrifft zum 31. Dezember 2014 ausschließlich DOS in Frankreich mit 6.353 TEUR (2013: 5.776 TEUR). Das Key Money mit unbegrenzter Nutzungsdauer in Dänemark war bereits im Geschäftsjahr 2013 vollständig abgeschrieben. Wesentliches Key Money mit begrenzter Nutzungsdauer ist den DOS der Länder Schweiz, Großbritannien und Brasilien zuzuordnen. Es verbleibt ein Abschreibungszeitraum von 6,4 Jahren (2013: 5,7 Jahre).

Weitere Angaben zu den vorgenommenen Wertminderungen sind Anhangsziffer 14 zu entnehmen.

12| SACHANLAGEN

(in TEUR)

	Grund- stücke und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsaus- stattung	Anlagen im Bau	GESAMT
Anschaftungskosten					
1. Januar 2013	252.872	87.077	442.233	24.738	806.920
Änderung Konsolidierungskreis	-17.849	0	1.071	-38.789	-55.567
Währungsdifferenzen	-5.400	-413	-14.464	-113	-20.390
Zugänge	21.328	3.754	104.991	32.972	163.045
Abgänge	-3.923	-1.812	-20.423	0	-26.158
Umbuchungen	8.127	19	9.440	-13.485	4.101
31. Dezember 2013	255.155	88.625	522.848	5.323	871.951
Änderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0
Währungsdifferenzen	5.476	550	27.496	69	33.591
Zugänge	11.633	1.908	93.020	2.867	109.428
Abgänge	-3.665	-2.470	-39.645	0	-45.780
Umbuchungen	-3.093	-8.594	-1.102	-3.009	-15.798
31. Dezember 2014	265.506	80.019	602.617	5.250	953.392
Abschreibungen/Wertminderungen					
1. Januar 2013	114.532	63.902	271.032	0	449.466
Änderung Konsolidierungskreis	0	0	554	0	554
Währungsdifferenzen	-3.015	-404	-9.406	0	-12.825
Zugänge aus Abschreibungen	13.196	5.084	57.880	0	76.160
Zugänge aus Wertminderungen	-380	0	11.024	0	10.644
Abgänge	-3.238	-1.619	-18.646	0	-23.503
Umbuchungen	0	0	2.870	3	2.873
31. Dezember 2013	121.095	66.963	315.308	3	503.369
Änderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0
Währungsdifferenzen	5.462	527	14.575	0	20.564
Zugänge aus Abschreibungen	15.195	4.637	69.014	0	88.846
Zugänge aus Wertminderungen	0	0	15.022	0	15.022
Abgänge	-3.544	-2.468	-37.084	0	-43.096
Umbuchungen	-2.615	-8.363	-3.684	0	-14.662
31. Dezember 2014	135.593	61.296	373.151	3	570.043
Buchwert 31. Dezember 2014	129.913	18.723	229.466	5.247	383.349
Buchwert 31. Dezember 2013	134.060	21.662	207.540	5.320	368.582

Im Zusammenhang mit Grundstücken und Gebäuden existieren Grundschulden in Höhe von 42.043 TEUR (2013: 45.019 TEUR).

Auf Sachanlagen wurden Wertminderungen in Höhe von 15.022 TEUR (2013: 10.644 TEUR) vorgenommen, die in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung den einzelnen Funktionsbereichen zugeordnet werden. Die Wertminderungen entfallen im Wesentlichen auf Sachanlagen für einzelne konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte, die nach Durchführung von Werthaltigkeitstests vorgenommen wurden. Im Geschäftsjahr 2014 sind keine Wertminderungen (2013: 1.868 TEUR) und keine Wertaufholungen (2013: 2.248 TEUR) auf Grundstücke und Bauten enthalten. Die Umbuchungen betreffen im Wesentlichen die Umgliederung in die „Zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerte“. Weitere Angaben zu den vorgenommenen Wertminderungen sind Anhangsziffer 14 zu entnehmen.

Die Änderungen des Konsolidierungskreises im Geschäftsjahr 2013 betreffen die Entkonsolidierung der Distributionszentrum Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt HUGO BOSS Filderstadt KG sowie den Unternehmenszusammenschluss in Frankreich.

13| ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTENE LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

Im Rahmen der Konsolidierung seiner Produktionsstandorte hat HUGO BOSS im vierten Quartal 2014 die Schließung des Standorts Cleveland, Ohio im ersten Halbjahr 2015 beschlossen und kommuniziert. Es wurde Anlagevermögen in Zusammenhang mit Gebäuden, technischen Anlagen und Maschinen in Höhe von 1.136 TEUR der HUGO BOSS Cleveland, Inc., Cleveland, Ohio, USA aufgrund der Veräußerungsabsicht im Geschäftsjahr 2015 als „Zur Veräußerung gehaltener langfristiger Vermögenswert“ eingestuft.

14| WERTHALTIGKEITSTESTS IM HUGO BOSS KONZERN

Bei nichtfinanziellen Vermögenswerten (Sachanlagevermögen, immaterielle Vermögenswerte einschließlich Geschäfts- oder Firmenwerte) wird an jedem Abschlussstichtag überprüft, ob Anhaltspunkte für eine Wertminderung („triggering events“) vorliegen. Unabhängig davon, ob ein Anhaltspunkt für eine Wertminderung vorliegt, werden immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer (Key Money und Markenrechte) sowie bei einem Unternehmenserwerb akquirierte Geschäfts- und Firmenwerte jährlich auf Wertminderung überprüft. Zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2014 wurde die Werthaltigkeit folgender langfristiger Vermögenswerte im Rahmen des jährlichen Impairment-Tests oder aufgrund Vorliegen eines „triggering events“ überprüft:

- planmäßig abgeschriebenes Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte auf Ebene der konzern-eigenen Einzelhandelsgeschäfte
- sonstige immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer (Key Money)
- Markenrechte mit unbegrenzter Nutzungsdauer
- Geschäfts- und Firmenwerte

Der Wertminderungsbeurteilung liegen detaillierte Ergebnis-, Bilanz- und Investitionsplanungen für die nächsten drei Jahre für alle Konzerneinheiten zugrunde, die im Rahmen des unternehmensweiten Budgetplanungsprozesses jährlich unter Berücksichtigung der aktuellen Geschäftslage erstellt werden. Für über die Budgetplanung hinausgehende Zeiträume wird eine langfristige Wachstumsrate bestimmt und zur Prognose der künftigen Cashflows angewendet. Die verwendeten nachhaltigen langfristigen Wachstumsraten stimmen dabei grundsätzlich mit externen Informationsquellen überein. Die Planung der Investitionen und des kurzfristigen operativen Nettovermögens basiert auf den Budgetplanungsdaten und wird auf Basis historischer Erfahrungen fortgeschrieben.

Die anhand eines WACC-Modells für den HUGO BOSS Konzern ermittelten Kapitalkosten nach Steuern, mit denen sämtliche Cashflow-Prognosen in lokaler Währung diskontiert werden, beinhalten sowohl marktübliche und länderspezifische Risikozuschläge (Länderrisikozuschlag) als auch eine Prämie für das Währungsrisiko (Inflationsrisikozuschlag). Der verwendete Kapitalkostensatz nach Steuern basiert zum 31. Dezember 2014 auf einem risikofreien Zinssatz in Höhe von 2,0 % (2013: 2,75 %) sowie einer Marktrisikoprämie von 5,5 % (2013: 5,5 %).

PLANMÄSSIG ABGESCHRIEBENES SACHANLAGEVERMÖGEN UND IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE AUF EBENE DER KONZERNEIGENEN EINZELHANDELSGESCHÄFTE

Im HUGO BOSS Konzern wurden die **konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfte (DOS)** als CGU identifiziert, also als kleinste Gruppe von Vermögenswerten, die unabhängig Zahlungsmittelströme erzielen kann.

Die planmäßig abbeschriebenen Vermögenswerte der DOS werden einer Werthaltigkeitsprüfung unterzogen, wenn Indikatoren oder Änderungen der Planannahmen vorliegen, die darauf schließen lassen, dass der Buchwert der Vermögenswerte nicht erzielt werden kann. Hierzu führt HUGO BOSS nach Erstellung der jährlichen Budgetplanung auf Ebene der DOS einen sogenannten Triggering-Event-Test durch. Bei Unterschreiten festgelegter Umsatz- und Profitabilitätskennzahlen im Vergleich zur letzten Planung werden die langfristigen Vermögenswerte der jeweiligen DOS einer Werthaltigkeitsprüfung unterzogen.

Die Bestimmung des erzielbaren Betrags der DOS erfolgt durch die Ermittlung des Nutzungswerts mithilfe der Discounted-Cashflow-Methode. Dabei werden die geplanten Zahlungsmittelflüsse für die DOS aus dem bottom-up erstellten und vom Management der HUGO BOSS AG genehmigten Einjahresbudget verwendet. Der Prognosezeitraum wird auf Basis der erwarteten Nutzungsdauern für alle DOS abgeleitet und jährlich überprüft. Im Anschluss an das bottom-up erstellte Budget werden für die verbleibende Restnutzungsdauer länder- und CGU-spezifische Umsatz- und Kostenentwicklungen zugrunde gelegt. Die verwendeten Wachstumsraten basieren dabei auf dem nominalen erwarteten Retailwachstum des jeweiligen Markts für das jeweilige Planungsjahr. Für den Großteil der DOS ergeben sich Wachstumsraten im einstelligen Bereich. In manchen Schwellenländern ergeben sich Wachstumsraten im niedrigen zweistelligen Bereich. Am Ende der Restnutzungsdauer wird eine Abwicklung des jeweiligen DOS mit einem Veräußerungserlös in Höhe des Restwerts der operativen Vermögenswerte unterstellt. Bei der Ermittlung des Nutzungswerts der DOS wurden die Cashflows mit einem gewichteten Kapitalkostensatz zwischen 4,4 % und 14,8 % (2013: zwischen 4,5 % und 16,5 %) diskontiert. Dabei wurde ein laufzeitäquivalenter risikofreier Zinssatz in Höhe von 0,8 % (2013: 1,3 %) zugrunde gelegt.

Aus den Werthaltigkeitsüberprüfungen von DOS ergaben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr Wertminderungen in Höhe von 15.281 TEUR (2013: 13.178 TEUR), die sofort erfolgswirksam in der Position „Vertriebs- und Marketingaufwendungen“ erfasst wurden. Aufgrund negativer Entwicklungen in der Profitabilität einzelner Standorte mussten im Rahmen des Werthaltigkeitstests die langfristigen Vermögenswerte von bestimmten DOS wertberichtigt werden. Der Anstieg ist insbesondere auf Wertminderungen auf Einzelhandelsstandorte in den Regionen Amerika und Asien/Pazifik zurückzuführen. Die Wertminderungen in der Region Europa lagen hingegen unter Vorjahresniveau.

GESCHÄFTS- ODER FIRKENWERTE UND IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE MIT UNBEGRENZTER NUTZUNGSDAUER

Folgende Tabelle zeigt die wesentlichen Annahmen zur Ermittlung des Nutzungswerts beziehungsweise beizulegenden Zeitwerts abzüglich Veräußerungskosten für die den jeweiligen Gruppen von CGUs zugeordneten Geschäfts- oder Firmenwerte sowie immateriellen Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer:

(in TEUR)

	Buchwerte		Annahmen	
	Geschäfts- oder Firmenwerte	Immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer	Gewichtete Gesamtkapitalkosten	Langfristige Wachstumsrate
2014				
Europa	277	6.353	6,9–8,1%	3,2–3,3%
Vertriebseinheit Großbritannien	277	0	8,1 %	3,2 %
DOS in der Vertriebseinheit Frankreich	0	6.353	6,9 %	3,3 %
Amerika	232	0	8,0%	3,8%
Vertriebseinheit USA	232	0	8,0 %	3,8 %
Asien/Pazifik	19.680	0	7,8–8,3%	3,6–5,0%
Vertriebseinheit Shenzen	4.746	0	8,2 %	5,0 %
Vertriebseinheit Macau	5.935	0	7,8 %	3,9 %
Vertriebseinheit Australien	8.587	0	8,3 %	4,9 %
Vertriebseinheit Singapur	412	0	8,1 %	3,6 %
Lizenzen	0	14.992	8,0–8,3%	2,4–3,8%
Markenrechte USA	0	13.615	8,0 %	3,8 %
Markenrechte Italien	0	1.377	8,3 %	2,4 %
Corporate Units	18.710	0	8,3%	2,0%
Produktionseinheit Schuhe und Lederaccessoires Italien	18.710	0	8,3 %	2,0 %
GESAMT	38.899	21.345	6,9–8,3%	2,0–5,0%
2013				
Europa	259	5.776	8,1–8,6%	2,8–4,1%
Vertriebseinheit Großbritannien	259	0	8,6 %	4,1 %
DOS in der Vertriebseinheit Frankreich	0	5.776	8,1 %	2,8 %
Asien/Pazifik	17.399	0	8,0–9,8%	4,1–6,0%
Vertriebseinheiten Shenzen	4.219	0	9,8 %	6,0 %
Vertriebseinheiten Macau	5.214	0	8,0 %	4,1 %
Vertriebseinheit Australien	7.782	0	9,4 %	4,9 %
Vertriebseinheit Singapur	184	0	8,2 %	4,2 %
Lizenzen	0	14.992	8,4–10,7%	1,6–4,1%
Markenrechte USA	0	13.615	8,4 %	4,1 %
Markenrechte Italien	0	1.377	10,7 %	1,6 %
Corporate Units	18.710	0	10,7%	1,9%
Produktionseinheit Schuhe und Lederaccessoires Italien	18.710	0	10,7 %	1,9 %
GESAMT	36.368	20.768	8,0–10,7%	1,6–6,0%

In der Tabelle wurden die **Geschäfts- oder Firmenwerte** den Regionen Europa, Amerika, Asien/Pazifik und den Corporate Units sowie der jeweiligen CGU zugeordnet. Durch die Übernahme von Monobrand Stores im Geschäftsjahr 2011 entstand ein Geschäfts- oder Firmenwert, der der Vertriebseinheit Großbritannien zugeordnet ist. Der Vertriebseinheit USA sind die Geschäfts- oder Firmenwerte aus der Übernahme von Einzelhandelsflächen eines ehemaligen Franchisepartners im Jahr 2013 zugeordnet. Die im Rahmen von Unternehmenserwerben akquirierten Geschäfts- oder Firmenwerte entfallen in der Region Asien/Pazifik auf den Erwerb der Anteile an den Vertriebseinheiten Lotus (Shenzhen) Commerce Limited und Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd. im Geschäftsjahr 2010. Der Vertriebseinheit Australien sind die Geschäfts- oder Firmenwerte aus dem Erwerb der Anteile an der Vertriebseinheit Australien im Jahr 2002 sowie aus der Übernahme eines durch einen Franchisepartner betriebenen Einzelhandelsgeschäfts im Jahr 2013 zugeordnet. Ein zusätzlicher Geschäfts- oder Firmenwert entstand im Geschäftsjahr 2013 durch die Übernahme eines Franchisepartners in Singapur. Der den Corporate Units zugeordnete Geschäfts- oder Firmenwert resultiert aus dem Erwerb der Anteile an den Gesellschaften der Business Unit Schuhe und Lederaccessoires im Geschäftsjahr 2004.

In der Tabelle wurden die **immateriellen Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer** in der Region Europa auf Ebene des jeweiligen Landes zusammengefasst. Das Key Money mit unbegrenzter Nutzungsdauer entfällt auf diverse Einzelhandelsstandorte in den Märkten Frankreich und Dänemark, die einzeln betrachtet nicht wesentlich sind. Dem Segment Lizenzen sind die Markenrechte für die Nutzung der Markennamen im Wesentlichen in den Märkten USA und Italien zugeordnet. Die Überprüfung der Werthaltigkeit der Markenrechte erfolgt auf Länderebene.

Die Vorgehensweise zur Überprüfung der Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte sowie der immateriellen Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer auf Ebene der CGU wird nachfolgend dargestellt:

SONSTIGE IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE MIT UNBEGRENZTER NUTZUNGSDAUER (KEY MONEY)

Ein Wertminderungstest für Key Money mit unbegrenzter Nutzungsdauer, das anlässlich des Abschlusses von Mietverträgen geleistet wurde, wird einmal jährlich oder bei Anzeichen einer Wertminderung durchgeführt. Die Bestimmung des erzielbaren Betrags der CGU erfolgt durch die Ermittlung des erzielbaren Betrags mithilfe von externen Gutachten, die den beizulegenden Zeitwert abzüglich Verkaufskosten ermittelt haben, oder durch die Ermittlung des Nutzungswerts auf Basis von Discounted-Cashflow-Berechnungen.

Auf Basis der Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts durch externe Gutachter ergab sich für DOS mit zugeordnetem Key Money mit unbegrenzter Nutzungsdauer im Geschäftsjahr 2014 kein Wertminderungsbedarf (2013: 605 TEUR). Die Wertminderung im Geschäftsjahr 2013 betraf im Wesentlichen das Key Money zweier DOS in Frankreich, hervorgerufen durch die Veränderung des lokalen Immobilienmarktes.

MARKENRECHTE MIT UNBEGRENZTER NUTZUNGSDAUER

Die Markenrechte mit unbegrenzter Nutzungsdauer entfallen im Wesentlichen auf die im Geschäftsjahr 1997 erworbenen Rechte an der Nutzung der Markennamen BOSS, HUGO und HUGO BOSS in den USA sowie auf erworbene Markenrechte in Italien. Die unbegrenzte Nutzungsdauer resultiert aus der Einschätzung einer dauerhaften Nutzung der registrierten Markennamen.

Für die Markenrechte mit unbegrenzter Nutzungsdauer wird der erzielbare Betrag auf Basis des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Veräußerungskosten auf Level 3 der Bewertungshierarchie nach IFRS 13 ermittelt. Dieser basiert auf einer Umsatzprognose für den jeweiligen Markt, die vom Management im Rahmen des Budgetprozesses

genehmigt wurde. Darüber hinaus werden länderspezifische Umsatzwachstumsraten verwendet. Im Anschluss an die fünfjährige Detailplanungsperiode werden die geplanten Umsätze mit einer dem langfristigen nominalen Retailwachstum der jeweiligen Märkte entsprechenden Wachstumsrate extrapoliert.

In den Geschäftsjahren 2014 und 2013 entstand für die Markenrechte mit unbegrenzter Nutzungsdauer kein Wertminderungsaufwand.

GESCHÄFTS- UND FIRMIENWERTE

Der erzielbare Betrag der jeweiligen CGU wird mittels eines Nutzungswerts unter Verwendung von Cash-flow-Prognosen ermittelt, die auf den vom Management genehmigten mittelfristigen Finanzplänen basieren. Restrukturierungsmaßnahmen, zu denen sich der Konzern noch nicht verpflichtet hat, und nicht der laufenden Geschäftstätigkeit zugehörige Investitionen, die die Ertragskraft der getesteten CGU erhöhen, werden nicht berücksichtigt. Im Anschluss an die Detailplanungsphase werden länderspezifische Umsatzwachstumsraten verwendet, die auf das nominale Retailwachstum abstellen.

Für alle Geschäfts- und Firmenwerte ergab sich im Geschäftsjahr 2014 wie im Vorjahr kein Wertminderungsaufwand.

GRUNDANNAHMEN FÜR DIE BERECHNUNG DES NUTZUNGSWERTS UND DES BEIZULEGENDEN ZEITWERTS ABZÜGLICH VERÄUSSERUNGSKOSTEN

Bei der Bestimmung des Nutzungswerts beziehungsweise des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Veräußerungskosten für die oben beschriebenen Vermögenswerte sind für folgende zentrale Annahmen Schätzungsunsicherheiten sowie Ermessensentscheidungen des Managements vorhanden:

- nominales nachhaltiges Retailwachstum
- Rohertragsmarge
- Fixkostenentwicklung
- Diskontierungssätze
- geplanter Nutzungszeitraum der DOS

Schätzung der Wachstumsraten – Den Wachstumsraten liegen veröffentlichte branchenbezogene Marktforschungen zugrunde, die auf dem länderspezifischen nominalen Retailwachstum basieren. Diese Wachstumsraten wurden insbesondere im Anschluss an die Detailplanungsphase sowie in der ewigen Rente in die Berechnung des Nutzungswerts implementiert.

Schätzung der Rohertragsmarge – Die geplante Rohertragsmarge berücksichtigt sowohl Effizienzsteigerungen als auch Margenverschiebungen aufgrund unterschiedlicher Umsatzanteile der Distributionskanäle (Kanal-Mix-Effekte). Im Anschluss an die Detailplanungsphase wurde eine konstante Rohertragsmarge angenommen.

Kostenentwicklung – Die Kostenentwicklung basiert sowohl auf dem länderspezifischen realen Wachstum des Bruttosozialprodukts als auch auf der länderspezifischen Inflationsrate.

Diskontierungssätze – Die Diskontierungssätze stellen die aktuellen Markteinschätzungen hinsichtlich der den jeweiligen CGUs zuzuordnenden spezifischen Risiken dar. Hierbei werden der Zinseffekt und die spezifischen Risiken der Vermögenswerte berücksichtigt. Für die einzelnen CGUs werden länderspezifische Kapitalkosten berücksichtigt, die sowohl eine Länderrisikoprämie als auch einen Zuschlag für das Währungsrisiko beinhalten. Die durchschnittlichen gewichteten Kapitalkosten nach Steuern (WACC) berücksichtigen sowohl das Fremd- als auch das Eigenkapital. Zusätzlich werden das Beta, der Fremdkapitalzinssatz sowie die Kapitalstruktur auf Basis einer Peergroup gemäß IAS 36 abgeleitet und jährlich auf Basis von öffentlich zugänglichen Marktdaten berechnet.

Nutzungszeitraum der DOS – Der Prognosezeitraum für die Werthaltigkeitstests der planmäßig abbeschriebenen langfristigen Vermögenswerte auf Ebene der DOS orientiert sich an den durchschnittlichen Restlaufzeiten der Mietverträge. Diese werden jährlich ermittelt und überprüft. Verlängerungsoptionen werden in die Bestimmung der durchschnittlichen Restlaufzeiten einbezogen, sofern das Management die Verlängerung ohne erhebliche Kosten ausüben kann.

SENSITIVITÄTEN DER GETROFFENEN ANNAHMEN

Zur Überprüfung der ermittelten Nutzungswerte wurden zum 31. Dezember 2014 Szenarien bezüglich kritischer Bewertungsparameter wie der verwendeten Diskontierungssätze und der verwendeten Wachstumsraten zur Ableitung der Cashflow-Prognosen ermittelt. Vom Management des HUGO BOSS Konzerns wird eine durchschnittliche relative Erhöhung des Diskontierungssatzes um 10,0 % als möglich erachtet. Darüber hinaus wird bei den betrachteten DOS sowie für die CGUs, denen ein Geschäfts- und Firmenwert zugeordnet ist, eine jährliche relative Abweichung der Wachstumsrate um 15,0 % in der Detailplanungsphase als möglich erachtet. Des Weiteren wird für die CGUs, denen ein Geschäfts- und Firmenwert zugeordnet ist, eine Verminderung der relativen Wachstumsraten der Umsatzerlöse zur Extrapolation der Cashflow-Prognosen im Anschluss an den Detailplanungszeitraum um 15,0 % als möglich erachtet.

Bei einer Erhöhung des Diskontierungssatzes um 10,0 % würde sich bei den betrachteten DOS ein zusätzlicher Abwertungsbedarf von 372 TEUR ergeben (2013: 102 TEUR). Die Nutzungswerte sämtlicher Geschäfts- und Firmenwerte übersteigen unter der vorgenannten Annahme die jeweiligen Buchwerte.

Bei einer Verminderung der jährlichen Wachstumsraten in der Detailplanungsphase um 15,0 % würde sich bei den betrachteten DOS ein zusätzlicher Abwertungsbedarf von 1.645 TEUR ergeben (2013: 923 TEUR), dagegen übersteigt der Nutzungswert sämtlicher Geschäfts- und Firmenwerte den Buchwert.

Bei einer Verminderung der Wachstumsrate der Umsatzerlöse zur Extrapolation der Cashflow-Prognosen im Anschluss an den Detailplanungszeitraum um 15,0 % übersteigt der Nutzungswert sämtlicher Geschäfts- und Firmenwerte den Buchwert (2013: 15,0 %).

15| FINANZIELLE UND SONSTIGE VERMÖGENSWERTE

(in TEUR)

	2014			2013		
		Davon kurzfristig	Davon langfristig		Davon kurzfristig	Davon langfristig
Finanzielle Vermögenswerte	42.181	22.528	19.653	40.685	23.323	17.362
Steuererstattungsansprüche und Steuervorauszahlungen	13.520	12.353	1.167	11.437	9.743	1.694
Andere Vermögenswerte	78.242	70.669	7.573	63.612	59.659	3.953
Sonstige Finanzanlagen	130	0	130	38	0	38
GESAMT	134.073	105.550	28.523	115.772	92.725	23.047

In den finanziellen Vermögenswerten sind positive Marktwerte aus Währungssicherungsgeschäften in Höhe von 3.908 TEUR (2013: 5.026 TEUR), Zinssicherungsgeschäfte in Höhe von 0 TEUR (2013: 1.252 TEUR) sowie Mietkautionen für konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte in Höhe von 13.714 TEUR (2013: 12.956 TEUR) enthalten. In den finanziellen Vermögenswerten sind darüber hinaus Forderungen gegenüber Kreditkartenunternehmen in Höhe von 15.924 TEUR (2013: 16.302 TEUR) enthalten.

Die Steuererstattungsansprüche und Steuervorauszahlungen beziehen sich im Wesentlichen auf Umsatzsteuerforderungen.

In den anderen Vermögenswerten sind Erstattungsansprüche aus Retouren in Höhe von 17.353 TEUR (2013: 13.692 TEUR), Bonusforderungen aus Lieferantenbeziehungen sowie Vorauszahlungen für Dienstleistungsverträge und Mieten enthalten.

Die Wertminderungen auf andere Vermögenswerte betragen im abgelaufenen Geschäftsjahr 457 TEUR (2013: 266 TEUR).

Die sonstigen Finanzanlagen enthalten die zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierte Beteiligung an dem im Geschäftsjahr 2014 gegründeten und nicht konsolidierten Tochterunternehmen HUGO BOSS Korea Ltd., Südkorea. Im Vorjahr enthielten die sonstigen Finanzanlagen die Anteile an der nicht konsolidierten Tochtergesellschaft HUGO BOSS Finland OY, Helsinki, Finnland.

Darüber hinaus sind in den sonstigen Finanzanlagen die Anteile der Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung, die nach der Equity-Methode bilanzierten werden, enthalten. Der Buchwert der Anteile an den Objektgesellschaften, deren Tätigkeit die Vermietung von Gebäuden und den dazugehörigen Grundstücken ist, beträgt 35 TEUR. Das maximale Ausfallrisiko entspricht dieser Kapitaleinlage.

Die zusammengefassten Finanzinformationen für die nach der Equity-Methode bilanzierten Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung, deren Angaben sich auf jeweils 100 % und nicht auf den Konzernanteil an den assoziierten Unternehmen beziehen, stellen sich wie folgt dar:

(in TEUR)

	31. Dez. 2014	31. Dez. 2013
Langfristige Vermögenswerte	124.470	102.005
Kurzfristige Vermögenswerte	9.115	29.513
Verbindlichkeiten	137.253	134.658

(in TEUR)

	31. Dez. 2014	31. Dez. 2013
Umsatzerlöse	6.355	1.909
Planmäßige Abschreibungen	-4.279	-1.077
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	40	59
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-2.450	-628
Jahresüberschuss /(-fehlbetrag)	-633	-823

Die Finanzinformationen basieren auf Abschlüssen nach lokalem Recht. Die Erstellung eines IFRS-Abschlusses wird aus Wesentlichkeitsgründen nicht vorgenommen.

16| VORRÄTE

(in TEUR)

	2014	2013
Fertige Erzeugnisse und Waren	448.245	379.600
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	52.817	54.025
Unfertige Erzeugnisse	6.346	7.212
GESAMT	507.408	440.837

Der Buchwert der zum beizulegenden Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten angesetzten Vorräte beträgt 80.575 TEUR (2013: 82.312 TEUR). Im Geschäftsjahr 2014 wurden Wertminderungen insbesondere auf Fertig- und Rohwarenbestände in Höhe von 11.259 TEUR (2013: 13.004 TEUR) vorgenommen und innerhalb der Umsatzkosten berücksichtigt. Gegenläufig erfolgten Auflösungen von Wertberichtigungen in Höhe von 11.914 TEUR (2013: 22.513 TEUR), da zuvor wertgeminderte Fertig- und Rohwarenbestände noch veräußert werden konnten.

17| FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

(in TEUR)

	2014	2013
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, brutto	266.408	241.330
Kumulierte Wertberichtigung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-15.876	-15.126
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	250.532	226.204

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

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

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

(in TEUR)

	2014	2013
Stand Wertminderungen 1. Januar	15.126	16.628
Zuführungen	7.021	4.632
Verbrauch	-2.647	-1.829
Auflösungen	-3.793	-4.009
Kursdifferenzen	169	-296
Stand Wertminderungen 31. Dezember	15.876	15.126

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

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

(in TEUR)

	2014	2013
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	250.532	226.204
Davon: weder überfällig noch wertgemindert	192.007	160.287
Davon: überfällig, aber nicht wertgemindert	51.779	56.489
≤ 30 Tage	32.467	34.793
30 bis 60 Tage	14.726	14.658
60 bis 90 Tage	4.586	7.038
90 bis 120 Tage	0	0
120 bis 180 Tage	0	0
180 bis 360 Tage	0	0
> 360 Tage	0	0
Davon: überfällig und wertgemindert	6.746	9.428

Für den Bestand der weder überfälligen noch wertgeminderten Forderungen wurden zum Abschlussstichtag keine Anzeichen dafür identifiziert, dass die Schuldner ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen werden. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden mit individuell ermittelten Prozentsätzen zwischen 1 % und 100 % wertberichtigt.

Gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Vertriebs geht das Eigentum an den gelieferten Waren erst nach vollständiger Bezahlung sämtlicher Forderungen an Großhandelspartner über. Sicherheiten für Einzelforderungen bestehen im Konzern nicht.

18| ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE

(in TEUR)

	2014	2013
Guthaben bei Kreditinstituten und andere flüssige Mittel	121.055	108.890
Schecks/ec-Cash	590	863
Kassenbestand	6.986	9.489
GESAMT	128.631	119.242

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

Zum Bilanzstichtag enthält der Posten „Guthaben bei Kreditinstituten und andere flüssige Mittel“ insgesamt kurzfristige Geldanlagen in Höhe von 10.000 TEUR (2013: 25.000 TEUR).

19| GEZEICHNETES KAPITAL

Das voll eingezahlte Grundkapital der HUGO BOSS AG beträgt unverändert zum 31. Dezember 2014 insgesamt 70.400 TEUR und besteht aus 70.400.000 Stück nennwertlosen Namensstammaktien. Der rechnerische Nennwert je Aktie beträgt 1 EUR.

Der Vorstand der HUGO BOSS AG kann mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis 12. Mai 2019 das Grundkapital um bis zu 35.200 TEUR durch Ausgabe von 35.200.000 neuen, auf den Namen lautenden Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlage einmal oder mehrmals erhöhen (Genehmigtes Kapital). Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu.

GRUNDSÄTZE DES KAPITALMANAGEMENTS

Das Eigenkapital umfasst auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital.

Vorrangiges Ziel des Kapitalmanagements des HUGO BOSS Konzerns ist es, den finanziellen Spielraum für wertsteigernde Investitionen für das weitere Unternehmenswachstum und damit für die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts zu gewährleisten.

Zur Steigerung des Unternehmenswerts konzentriert sich der Konzern auf die langfristige 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 operativen Nettovermögens (Trade Net Working Capital) und wertorientierte Investitionstätigkeit wird darüber hinaus die Free Cashflow-Entwicklung unterstützt. 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.

Weder zum 31. Dezember 2014 noch zum 31. Dezember 2013 wurden Änderungen der Ziele, Richtlinien und Verfahren vorgenommen.

Der effiziente Kapitaleinsatz sowie die Kapitalstruktur werden darüber hinaus regelmäßig anhand der Finanzierungsstärke, also des Verhältnisses von Nettoverschuldung zu operativem Gewinn (EBITDA vor Sondereffekten), überwacht:

(in TEUR)

	2014	2013
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	164.294	176.250
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-128.631	-119.242
Nettoverschuldung	35.663	57.008
Operativer Gewinn	590.789	564.706
Finanzierungsstärke	0,1	0,1

Durch die positive Entwicklung des operativen Gewinns und die verbesserte Nettoverschuldung hat sich die Finanzierungsstärke im Vergleich zum Vorjahr abermals leicht verbessert. Zum Bilanzstichtag lag die Kennzahl, wie im Vorjahr, bei 0,1 und damit deutlich unter dem maximal zulässigen Höchstwert der Covenant Vereinbarung des im Geschäftsjahr 2013 refinanzierten Konsortialkreditvertrags.

20| EIGENE AKTIEN

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

	2014	2013
Aktien	1.383.833	1.383.833
Anteil am Grundkapital in %	2,0	2,0

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

21| KAPITALRÜCKLAGE

Die Kapitalrücklage enthält die Aufgelder aus der Ausgabe von Aktien.

22| GEWINNRÜCKLAGEN

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

23| KUMULIERTES ÜBRIGES EIGENKAPITAL

Im kumulierten übrigen Eigenkapital sind die Differenzen aus der erfolgsneutralen Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen in Höhe von 15.320 TEUR (2013: –16.699 TEUR) und die Effekte aus der erfolgsneutralen Bewertung von Cashflow-Hedges nach Steuern ausgewiesen. Die erfolgsneutral verrechneten latenten Steuern auf die Bewertung von Cashflow-Hedges betragen 387 TEUR (2013: –313 TEUR).

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

24| 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 254.848 TEUR. Der der Hauptversammlung zur Ausschüttung vorgeschlagene Bilanzgewinn des Jahres 2014 der HUGO BOSS AG beträgt 249.839 TEUR. Dies entspricht 3,62 EUR je Aktie. Des Weiteren wird der Hauptversammlung vorgeschlagen, den auf eigene Anteile entfallenden Dividendenbetrag in Höhe von 5.009 TEUR auf neue Rechnung vorzutragen.

Im Jahr 2014 wurde für das Geschäftsjahr 2013 auf die ausstehenden Aktien eine Dividende in Höhe von 230.514 TEUR ausgezahlt (2013 für das Jahr 2012: 215.330 TEUR). Dies entspricht 3,34 EUR je Aktie für das Jahr 2013 (2012: 3,12 EUR je Aktie).

25| RÜCKSTELLUNGEN

(in TEUR)

	2014	2013
Pensionsrückstellungen	45.628	29.795
Sonstige langfristige Rückstellungen	24.917	22.944
Langfristige Rückstellungen	70.545	52.739
Kurzfristige Rückstellungen	115.656	99.868
GESAMT	186.201	152.607

Die sonstigen Rückstellungen in Höhe von 140.573 TEUR (2013: 122.812 TEUR) setzen sich aus kurzfristigen Rückstellungen in Höhe von 115.656 TEUR (2013: 99.868 TEUR) und sonstigen langfristigen Rückstellungen in Höhe von 24.917 TEUR (2013: 22.944 TEUR) zusammen.

Im Geschäftsjahr 2014 haben sich die sonstigen Rückstellungen wie folgt entwickelt:

(in TEUR)

	Stand 1. Jan. 2014	Währungs- differenzen	Aufzinsung	Zuführung	Verbrauch	Auflösung	Stand 31. Dez. 2014
Rückstellungen für Personalaufwendungen	53.381	1.064	89	32.308	-36.213	-5.091	45.538
Retourenrückstellungen	20.164	494	0	24.856	-18.210	-1.749	25.555
Rückbauverpflichtungen	9.102	677	212	3.468	-365	-810	12.284
Prozesskosten, schwebende und drohende Rechtsstreite	8.508	83	0	2.498	-2.141	-1.478	7.470
Übrige sonstige Rückstellungen	31.657	1.062	0	33.524	-9.660	-6.857	49.726
GESAMT	122.812	3.380	301	96.654	-66.589	-15.985	140.573

Die Rückstellungen für Personalaufwendungen betreffen überwiegend Rückstellungen für kurz- und mittelfristige Tantiemen und Boni, Abfindungsansprüche, Altersteilzeit sowie Überstunden.

Insgesamt wird erwartet, dass Rückstellungen für Personalaufwendungen in Höhe von 11.317 TEUR (2013: 12.562 TEUR) nach mehr als zwölf Monaten zur Auszahlung kommen.

Die Rückstellungen für Retouren, deren Abwicklung überwiegend innerhalb von zwölf Monaten erwartet wird, werden auf Basis historischer Retourenquoten berechnet.

Die langfristigen Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen fallen im Zusammenhang mit den vom Konzern betriebenen Einzelhandelsgeschäften, Lagerflächen und von Konzerngesellschaften genutzten Büroflächen an.

In den Rückstellungen für Prozesskosten, schwebende und drohende Rechtsstreite sind diverse, einzeln unwesentliche Rechtsstreitigkeiten sowie Prozesskosten zum Schutz der Warenzeichen enthalten. Diese Rückstellungen werden als kurzfristige Rückstellungen klassifiziert.

In den übrigen sonstigen Rückstellungen sind zudem Rückstellungen für mögliche Auswirkungen rechtlicher und steuerrechtlicher Sachverhalte sowie Rückstellungen für Aufwendungen im Zusammenhang mit der beschlossenen und kommunizierten Schließung des Produktionsstandortes in Cleveland, Ohio, enthalten.

Die risikolosen Zinssätze zur Abzinsung der langfristigen Rückstellungen liegen zwischen 0,5 % und 4,5 % (Vorjahr: 1,1 % bis 4,9 %) je nach Laufzeit und Währungsgebiet.

26| RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN UND ÄHNLICHE VERPFLICHTUNGEN

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 dem leistungsorientierten Versorgungsplan. Im HUGO BOSS Konzern handelt es sich im Wesentlichen um leistungsorientierte Pensionspläne. Wesentliche leistungsorientierte Pensionspläne wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr in Deutschland, der Schweiz und der Türkei gewährt. Die Charakteristika dieser Pläne werden im Folgenden beschrieben.

LEISTUNGSORIENTIERTE PENSIONSPLÄNE

DEUTSCHLAND

In Deutschland bestehen seit dem Geschäftsjahr 2014 ausschließlich unmittelbare Altersversorgungsverpflichtungen. Zudem wird in allgemeine Zusagen und Einzelzusagen unterschieden. Bei den allgemeinen Zusagen ist jeder Mitarbeiter, der vor dem 1.7.2012 eingetreten ist, Anwärter auf Leistungen der betrieblichen Altersversorgung. Ausgenommen sind Mitarbeiter, bei denen erst nach Vollendung des 50. Lebensjahres die anrechenbare Dienstzeit beginnen würde oder die in einem befristeten Arbeitsverhältnis stehen. Die Leistungen umfassen ein Ruhegeld als Altersleistung, als vorzeitige Altersleistung oder Invalidenleistung beziehungsweise ein Hinterbliebenengeld als Waisenleistung. Dabei wurden Altersleistung, vorzeitige Altersleistung und Waisenleistung bisher mittelbar von einer Unterstützungskasse gewährt. Die Invalidenleistung hingegen wurde von HUGO BOSS unmittelbar erbracht. Die allgemeinen bisher über den Durchführungsweg der Unterstützungskasse begebenen Zusagen wurden im Geschäftsjahr 2014 auf die HUGO BOSS AG als Trägerunternehmen gegen Erlass des als Darlehen gewährten

210

Kassenvermögens übertragen. Den aktiven Mitarbeitern wurde im Anschluß daran ein Angebot zur Barabfindung der fortgeführten Anwartschaften mit alternativer Überführung in die Firmendirektversicherung angeboten (Planabgeltung). Die verbleibenden allgemeinen Versorgungszusagen werden als unmittelbare Versorgungszusagen der HUGO BOSS AG fortgeführt.

Einzelzusagen bestehen nur gegenüber Vorständen und ehemaligen Vorständen. Die Leistung kann in Form von Ruhegeld als Altersrente oder Invalidenrente und in Form von Hinterbliebenengeld als Witwen- und Waisenrente erfolgen.

Darüber hinaus bietet der HUGO BOSS Konzern Vorstand und Führungskräften die Möglichkeit an, durch Gehaltsumwandlungen zusätzliche Versorgungsbezüge zu erwerben („Deferred-Compensation-Vereinbarungen“). Diese Zusatzversorgung kann in Form von Ruhestandsbezügen, wahlweise in Form von Berufsunfähigkeitsbezügen und/oder Hinterbliebenenbezügen und/oder in Form einer Kapitalleistung im Todesfall, gewährt werden. Die Versorgungsbezüge werden als monatliche Rente gezahlt, wobei Hinterbliebenenbezüge auch als Einmalkapital gewährt werden können.

Die Finanzierung der betrieblichen Altersversorgung erfolgt für die Einzelzusagen und die „Deferred-Compensation-Vereinbarungen“ in Deutschland über Planvermögen, dem die Rückdeckungsversicherungen als qualifizierte Policen gemäß IAS 19.8 in Verbindung mit IAS 19.113 ff. zugeordnet werden. Die betreffenden Vermögenswerte können als nicht gehandeltes Vermögen klassifiziert werden. Für die allgemeinen Zusagen besteht keine Rückdeckungsversicherung.

SCHWEIZ

Die Durchführung der Personalvorsorge in der Schweiz muss über eine vom Arbeitgeber getrennte Vorsorgeeinrichtung erfolgen. Das Bundesgesetz über die berufliche Vorsorge (BVG) schreibt Minimalleistungen vor. HUGO BOSS führt die berufliche Vorsorge seiner Mitarbeiter gegen die wirtschaftlichen Folgen von Alter, Invalidität und Tod bei einer Sammelstiftung durch. Das Stiftungsvermögen stellt dabei das Planvermögen dar. Der Stiftungsrat der Sammelstiftung ist verantwortlich für die Anlagepolitik des Stiftungsvermögens, das aktuell mehrheitlich in festverzinslichen Wertpapieren wie z.B. Staatsanleihen angelegt ist. Das oberste Organ der Sammelstiftung besteht aus Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern zu gleicher Zahl. Die Finanzierung der Pläne erfolgt durch Arbeitgeber- und Arbeitnehmerbeiträge, die in Prozent des versicherten Lohnes definiert werden. Die Altersrente ergibt sich aus dem im Pensionierungszeitpunkt vorhandenen Altersguthaben multipliziert mit den im Reglement festgelegten Umwandlungssätzen. Der Arbeitnehmer hat die Möglichkeit, die Altersleistungen als Kapital zu beziehen. Die Vorsorgeleistungen der Schweizer Pläne umfassen neben den Altersleistungen Invalidenleistungen sowie Leistungen für Hinterbliebene im Todesfall. Die Sammelstiftung kann ihr Finanzierungssystem (Beiträge und zukünftige Leistungen) jederzeit ändern. Zudem kann die Sammelstiftung den Anschlussvertrag mit HUGO BOSS kündigen, so dass sich diese einer anderen Vorsorgeeinrichtung anschließen muss. Je nach Bedingungen des Anschlussvertrags und des aktuellen Teilliquidationsreglements können hierbei eine Unterdeckung sowie Risiken der zunehmenden Lebenserwartung (laufende Renten) mit übertragen werden.

TÜRKEI

In der Türkei bestehen Abfindungsverpflichtungen gegenüber Arbeitnehmern, die als leistungsorientierte Pensionspläne gemäß IAS 19 zu bilanzieren sind. Die von HUGO BOSS zu erbringende Abfindungsleistung entspricht hierbei den gesetzlich vorgeschriebenen Leistungen von bis zu einem Monatsgehalt pro Jahr der Betriebszugehörigkeit des Arbeitnehmers und wird bei Eintritt in den Ruhestand, bei Arbeitgeberkündigung ohne triftigen Grund, bei Eheschließung, im Todesfall oder im Fall der Einberufung zum Militärdienst gewährt. Dabei ist jeder Mitarbeiter

nach einem Jahr Betriebszugehörigkeit anspruchsberechtigt. Das monatliche Gehalt, das zur Berechnung der Verpflichtung berücksichtigt wird, unterliegt einer Begrenzung, die durch die türkische Regierung vorgegeben wird. Die Verpflichtungen in der Türkei sind rückstellungsfinanziert.

Die Versorgungsverpflichtungen des HUGO BOSS Konzerns setzten sich wie folgt zusammen:

(in TEUR)

	Barwert der Pensionsverpflichtung (DBO)		Beizulegender Zeitwert des Planvermögens		Nettoschuld	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Deutschland	81.711	73.996	56.633	58.068	25.078	15.928
Schweiz	36.055	28.252	22.333	19.428	13.722	8.824
Türkei	4.146	2.868	0	0	4.146	2.868
Sonstige ¹	2.682	2.175	0	0	2.682	2.175
GESAMT	124.594	107.291	78.966	77.496	45.628	29.795

¹Weitere leistungsbezogene Pensionspläne bestehen in Italien, Frankreich und Mexiko.

Die Höhe der Versorgungsverpflichtungen wurde in Übereinstimmung mit IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“ nach versicherungsmathematischen Methoden ermittelt.

Unter Berücksichtigung des IAS 19 resultiert folgender Finanzierungsstatus der Pensionszusagen im Geschäftsjahr 2014:

	2014	2013
(in TEUR)		
Veränderung des Anwartschaftsbarwerts		
Anwartschaftsbarwert 1. Januar	107.291	100.374
Währungsdifferenzen	689	-1.241
Dienstzeitaufwand	5.686	5.804
Zinsaufwand	3.613	3.227
Auszahlungen aus Planabgeltungen	-3.932	0
Neubewertungen		
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aufgrund der Veränderung finanzieller Annahmen	21.218	-2.341
Erfahrungsbedingte Anpassungen	-3.182	398
Pensionszahlungen	-10.567	-3.361
Beiträge der Teilnehmer des Plans	2.928	4.296
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	967	0
Sonstige Veränderungen des Anwartschaftsbarwerts	-117	135
Anwartschaftsbarwert 31. Dezember	124.594	107.291
Veränderung des Fondsvermögens		
Fondsvermögen zum Zeitwert 1. Januar	77.496	69.137
Währungsdifferenzen	406	-284
Saldierung mit Planvermögen	0	0
Zinserträge Fondsvermögen	2.621	2.254
Erträge Fondsvermögen (ohne Zinserträge)	-373	-160
Pensionszahlungen	-9.990	-2.647
Beiträge des Arbeitgebers	3.048	6.846
Beiträge der Teilnehmer des Plans	2.928	4.296
Asset Ceiling gem. IAS 19.58	2.830	-1.946
Sonstige Veränderungen des Fondsvermögens	0	0
Fondsvermögen zum Zeitwert 31. Dezember	78.966	77.496
Finanzierungsstatus der durch Planvermögen finanzierten Pensionen	45.628	29.795

Zum 31. Dezember 2014 sind 115.201 TEUR (2013: 96.164 TEUR) des Anwartschaftsbarwerts über Rückdeckungsversicherungen und Stiftungsvermögen finanziert, 9.393 TEUR (2013: 11.127 TEUR) entfallen auf Pläne, die nicht über einen Fonds finanziert werden.

VERSICHERUNGSMATHEMATISCHE ANNAHMEN ZUR ERMITTLUNG DES BARWERTS DER PENSIONSVERPFLICHTUNGEN ZUM 31. DEZEMBER 2014

Folgende Prämissen wurden zugrunde gelegt:

Parameter	2014	2013
Rechnungszins		
Deutschland	2,25 %	3,50 %
Schweiz	1,40 %	2,20 %
Türkei	8,50 %	10,50 %
Rententrend		
Deutschland	1,75 %	1,75 %
Schweiz	0,00 %	0,00 %
Türkei	0,00 %	0,00 %
Gehaltssteigerungstrend		
Deutschland	2,50 %	2,50 %
Schweiz	3,50 %	4,00 %
Türkei	5,00 %	5,00 %

Die deutschen Pensionszusagen werden unter Berücksichtigung der biometrischen Rechnungsgrundlagen gemäß den Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck ermittelt. Für die Verpflichtungen der Schweizer Gesellschaften werden die Generationentafeln BVG 2010 verwendet. Die Pensionszusagen in der Türkei werden auf Basis der Sterbetafeln CSO 1980 ermittelt.

SENSITIVITÄTSANALYSE SIGNIFIKANTER VERSICHERUNGSMATHEMATISCHER ANNAHMEN

Im Zusammenhang mit den genannten leistungsorientierten Versorgungsplänen ist der HUGO BOSS Konzern speziellen Risiken ausgesetzt. Der Finanzierungsstatus der Pensionsverpflichtungen wird sowohl durch eine Veränderung des Anwartschaftsbarwerts als auch durch eine Veränderung des Zeitwerts des Fondsvermögens beeinflusst. Diese werden mithilfe versicherungsmathematischer Berechnungen ermittelt, denen Annahmen in Bezug auf Abzinsungssätze, künftige Rentensteigerungen, künftige Lohn- und Gehaltssteigerungen sowie Sterblichkeit zugrunde liegen. Zukünftige Abweichungen der tatsächlichen Bedingungen von den zugrunde liegenden Annahmen können zu einem Anstieg oder Rückgang des Anwartschaftsbarwerts oder des Zeitwerts des Fondsvermögens führen.

Außerdem können zukünftige Änderungen in den Rechnungslegungsstandards zur Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen Auswirkungen auf die relevanten Positionen der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des HUGO BOSS Konzerns haben.

Eine Veränderung der signifikanten versicherungsmathematischen Parameter um die unten aufgeführten Variationen führt zu den in der folgenden Tabelle aufgeführten Effekten auf den Barwert der Pensionsverpflichtungen zum 31. Dezember 2014.

Bei der Durchführung der Sensitivitätsanalyse wurde jeder Parameter nur isoliert und nicht im Verbund mit weiteren Annahmen variiert, so dass Abhängigkeiten der Parameter untereinander ausgeschlossen sind. Zudem wurden lediglich Bandbreiten ausgewählt, von denen realistischerweise bis zur Erstellung des nächsten Konzernabschlusses des HUGO BOSS Konzerns ausgegangen werden könnte.

Parameter	2014	2013
Rechnungszins		
31. Dezember		
Erhöhung um 75 Basispunkte	-11.943	-12.407
Abnahme um 75 Basispunkte	14.883	15.188
Rententrend		
31. Dezember		
Erhöhung um 25 Basispunkte	2.069	1.980
Abnahme um 25 Basispunkte	-970	-1.178
Gehaltssteigerungstrend		
31. Dezember		
Erhöhung um 50 Basispunkte	2.246	1.675
Abnahme um 50 Basispunkte	-2.184	-1.564
Lebenserwartung		
31. Dezember		
Erhöhung um 10 Prozent	-2.502	-1.349
Abnahme um 10 Prozent	2.810	1.199

ZUSAMMENSETZUNG DER PENSIONS-AUFWENDUNGEN DER PERIODE

Die Pensionsaufwendungen, die in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung erfasst werden, setzen sich zusammen aus dem Dienstzeitaufwand der Periode sowie dem Nettozinsaufwand. Zudem werden die Neubewertungseffekte aus der Veränderung finanzieller Annahmen und aus erfahrungsbedingten Anpassungen sowie Erträge auf das Fondsvermögen, die nicht in den Zinsaufwendungen und Zinserträgen enthalten sind, im sonstigen Ergebnis in der Konzerngesamtergebnisrechnung erfasst. Auch das Ergebnis aus dem Asset Ceiling gemäß IAS 19.58 wird im sonstigen Ergebnis erfasst.

(in TEUR)

	2014	2013
Dienstzeitaufwand der Periode	5.686	5.804
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	967	0
Nettozinsaufwand	992	973
In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Pensionsaufwendungen	7.645	6.777
Aufwand aus Fondsvermögen (ohne Zinseffekt aus Fondsvermögen)	373	160
Erfasste versicherungsmathematische (Gewinne)/Verluste	18.037	-1.943
Aufwand aus Asset Ceiling (ohne Zinseffekt aus Asset Ceiling)	-2.929	1.695
In der Konzerngesamtergebnisrechnung erfasste Neubewertungen	15.480	-88

Der Nettozinsaufwand berechnet sich durch Multiplikation der Nettopensionsverpflichtung mit dem Diskontierungssatz, der der Bewertung der Bruttopenionsverpflichtung (DBO) zugrunde liegt.

Für Zusagen aus einer Entgeltumwandlung fällt nur im Jahr der Umwandlung laufender Dienstzeitaufwand an. Eine weitere Arbeitsleistung führt nicht zu einer Erhöhung der zugesagten Leistungen.

Für das Geschäftsjahr 2015 rechnet der Konzern mit Beiträgen des Arbeitgebers zum Fondsvermögen von 3.010 TEUR (2014: 2.296 TEUR).

DURATION

Zum 31. Dezember lag die Duration der leistungsorientierten Pläne des HUGO BOSS Konzerns bei:

Duration in Jahren	2014	2013
Deutschland	20	18
Schweiz	19	17
Türkei	13	12

BEITRAGSORIENTIERTE PENSIONSPLÄNE

Die Arbeitgeberbeiträge zu beitragsorientierten Pensionsplänen betragen im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt 16.173 TEUR (2013: 17.093 TEUR) und werden als Personalaufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen. Wesentliche beitragsorientierte Pläne bestehen im HUGO BOSS Konzern in Deutschland, den USA, den Beneluxstaaten, Skandinavien und Hongkong. Signifikante Bestandteile der in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Beiträge sind die Beiträge zur gesetzlichen Rentenversicherung sowie der Arbeitgeberbeitrag zur Firmendirektversicherung in Deutschland.

27| FINANZVERBINDLICHKEITEN

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

(in TEUR)

	2014	2013
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	153.643	164.768
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	18.256	14.653
GESAMT	171.899	179.421

(in TEUR)

	2014	Davon Rest- laufzeit unter einem Jahr	2013	Davon Rest- laufzeit unter einem Jahr
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	164.293	15.137	176.250	13.889
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	7.606	3.119	3.171	764
GESAMT	171.899	18.256	179.421	14.653

216

In den sonstigen Finanzverbindlichkeiten sind negative Marktwerte aus derivativen Finanzinstrumenten in Höhe von 7.546 TEUR (2013: 3.051 TEUR) enthalten. Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen waren wie im Vorjahr nicht vorhanden.

Die nachfolgenden Tabellen enthalten die Laufzeiten und Konditionen der Finanzverbindlichkeiten:

VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER KREDITINSTITUTEN

Restlaufzeit	2014		2013	
	Gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert in TEUR	Gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert in TEUR
Bis zu 1 Jahr	4,01 %	15.137	3,84 %	13.889
1 bis 5 Jahre	1,30 %	116.948	1,45 %	135.861
Mehr als 5 Jahre	2,97 %	32.208	3,54 %	26.500

Durch die Refinanzierung der syndizierten Kreditlinie im Geschäftsjahr 2013 ist der wesentliche Teil der Finanzverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten als langfristig ausgewiesen.

SONSTIGE FINANZVERBINDLICHKEITEN

Restlaufzeit	2014		2013	
	Gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert in TEUR	Gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert in TEUR
Bis zu 1 Jahr	0,90 %	3.640	4,16 %	764
1 bis 5 Jahre	3,60 %	2.967	5,10 %	1.722
Mehr als 5 Jahre	5,69 %	999	5,48 %	685

Im Gegensatz zum Vorjahr ist der Anteil der unverzinslichen Finanzverbindlichkeiten gestiegen. Sie bestehen zum Bilanzstichtag aus Zins- und Währungsderivaten mit negativen Marktwerten.

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

(in TEUR)

2014					
Erwartete Zahlungsflüsse					
Originäre finanzielle Verbindlichkeiten	Buchwert	Summe Cashflows	< 1 Jahr	1 – 5 Jahre	> 5 Jahre
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	164.293	179.029	17.010	137.092	24.927
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen	0	0	0	0	0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	5.998	5.998	3.119	1.880	999
Derivate mit Hedge-Beziehung	1.548	1.548	521	1.027	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	60	60	0	60	0
GESAMT	171.899	186.635	20.650	140.059	25.926
2013					
Originäre finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	176.250	195.312	24.578	140.667	30.067
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen	0	0	0	0	0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	3.051	3.170	765	1.636	769
Derivate mit Hedge-Beziehung	0	0	0	0	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	120	120	0	120	0
GESAMT	179.421	198.602	25.343	142.423	30.836

28| SONSTIGE SCHULDEN

(in TEUR)

	2014			2013		
		Davon kurzfristig	Davon langfristig		Davon kurzfristig	Davon langfristig
Sonstige Schulden	134.747	96.876	37.871	112.889	81.922	30.967
Davon aus Steuern	36.630	36.630	0	29.063	29.063	0
Davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	6.607	6.607	0	5.688	5.749	-61

Die sonstigen Schulden enthalten neben den Umsatzsteuerschulden und den Schulden im Rahmen der sozialen Sicherheit im Wesentlichen abgegrenzte Schulden aus Mietverpflichtungen für den konzerneigenen Einzelhandel sowie für Urlaubsansprüche, Löhne und Gehälter.

29| VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

(in TEUR)

	2014	2013
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	254.959	235.286

In den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind erhaltene Anzahlungen in Höhe von 6.237 TEUR (2013: 4.964 TEUR) enthalten. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen haben Restlaufzeiten von bis zu einem Jahr.

30| 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	2014		2013	
		Buchwert	Beizulegender Zeitwert	Buchwert	Beizulegender Zeitwert
Aktiva					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	128.631	128.631	119.242	119.242
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	250.532	250.532	226.204	226.204
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		42.276	42.276	40.688	40.688
Davon:					
Available-for-sale	AfS	95	95	3	3
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FAHfT	3.395	3.395	5.026	5.026
Derivate mit Hedge-Beziehung	n.a.	513	513	1.252	1.252
Übrige finanzielle Vermögenswerte	LaR	38.273	38.273	34.407	34.407
Passiva					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	FLAC	164.293	169.578	176.250	179.492
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	254.959	254.959	235.286	235.286
Sonstige Finanzverbindlichkeiten		7.606	7.606	3.171	3.171
Davon:					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FLHfT	5.998	5.998	3.051	3.051
Derivate mit Hedge-Beziehung	n.a.	1.548	1.548	0	0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	60	60	120	120
Summe pro Bewertungskategorie nach IAS 39:					
Loans and Receivables	LaR	417.436	417.436	379.853	379.853
Available-for-Sale	AfS	95	95	3	3
Financial Assets Held for Trading	FAHfT	3.395	3.395	5.026	5.026
Financial Liabilities Measured at Amortised Cost	FLAC	419.312	424.597	411.656	414.898
Financial Liabilities Held for Trading	FLHfT	5.998	5.998	3.051	3.051

220

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, sonstige finanzielle Vermögenswerte, 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 Finanzierungsleasingverhältnissen 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 ermittelt.

Der Konzern schließt derivative Finanzinstrumente mit verschiedenen Parteien ab, mehrheitlich mit Finanzinstituten mit sehr guter bis guter Bonität (Investment Grade). Finanzgeschäfte mit Parteien niedrigerer Bonität bedürfen der Genehmigung des Vorstands und werden nur begrenzt abgeschlossen. 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 zum Beispiel die Bonität der Geschäftspartner, Devisen-Kassa- und Termin-Kurse, Zinsstrukturkurven und Forward-Sätze der zugrunde liegenden Basiswerte.

Zum 31. Dezember 2014 versteht sich die zum Marktwert bewertete Derivatposition (Mark-to-Market) exklusive der Bonitätswertberichtigung, die auf das Ausfallrisiko der Gegenseite des Derivats zurückzuführen ist. Das Ausfallrisiko der Gegenseite brachte keine wesentlichen Effekte mit sich.

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 2014 sind wie im Vorjahr alle zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente der Kategorien FAHfT, FLHfT sowie die Derivate mit Hedge-Beziehungen der Stufe 2 zuzuordnen. Während des Geschäftsjahres 2014 gab es keine Transfers zwischen Level 1 und Level 2 sowie aus Level 3 heraus. Die zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente bestanden aus Devisentermingeschäften, Devisenswaps und Zinsderivaten. Sie waren den Kategorien FAHfT, FLHfT sowie den Derivaten mit Hedge-Beziehung zuzuordnen. Die Vermögenswerte beliefen sich auf 3.908 TEUR, die Verbindlichkeiten auf 7.546 TEUR. Bei Finanzinstrumenten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten in der Bilanz geführt werden, ist die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte ebenfalls über das Verfahren der Stufe 2 erfolgt.

ABSICHERUNG VON ZINS- UND WÄHRUNGSRIKEN

Zur Absicherung gegen Zins- und Währungsrisiken setzt der HUGO BOSS Konzern teilweise Sicherungsgeschäfte zur Reduzierung des Risikos ein. Zum Bilanzstichtag waren 110.916 TEUR (2013: 111.495 TEUR) variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten abgesichert. Davon waren 100.000 TEUR (2013: 100.000 TEUR) in eine wirksame Sicherungsbeziehung eingebunden. Des Weiteren waren zum Bilanzstichtag zukünftige Zahlungsströme in Fremdwährung in Höhe von 12.532 TEUR (2013: 0 TEUR) abgesichert und in vollem Umfang in eine wirksame Sicherungsbeziehung eingebunden. Die Veränderung der unrealisierten Gewinne/Verluste aus der Marktbewertung von Sicherungsgeschäften im sonstigen Gesamtergebnis belief sich auf –1.587 TEUR (2013: 4.460 TEUR).

NETTOERGEBNIS NACH BEWERTUNGSKATEGORIEN

(in TEUR)

	Aus Zinsen	Aus Fair-Value-Änderungen	Aus Währungsumrechnung	Aus Wertberichtigungen	Aus Abgang	2014	2013
Derivatives (FAHfT und FLHfT)	0	-1.341	0	0	-4.299	-5.640	11.736
Loans and Receivables (LaR)	1.617	0	2.831	-2.642	0	1.806	-12.874
Financial Liabilities Measured at Amortised Cost (FLAC)	-7.218	0	-2.474	0	0	-9.692	-16.908

Die Zinsen aus Finanzinstrumenten werden im Zinsergebnis ausgewiesen (siehe dazu Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Anhangsziffer 6).

Die der Bewertungskategorie Loans and Receivables zuzuordnenden Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden in den Vertriebsaufwendungen ausgewiesen.

Kursgewinne und -verluste aus der Umrechnung von Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten sowie Fair-Value-Änderungen und Effekte aus Abgängen von Kurssicherungsgeschäften werden im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesen.

31| SALDIERUNG VON FINANZINSTRUMENTEN

(in TEUR)

	Angesetzte Brutto- beträge Aktiva	Saldierte Brutto- beträge Passiva	Ausge- wiesene Netto- beträge Aktiva in der Bilanz	Nicht in der Bilanz saldierte Passiva	Nicht in der Bilanz saldierte erhaltene Barsicher- heiten	Netto- beträge
2014						
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	128.631	0	128.631	0	0	128.631
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	264.631	-14.099	250.532	0	0	250.532
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	42.276	0	42.276	-1.473	0	40.803
Available-for-sale	95	0	95	0	0	95
Davon Derivate	3.908	0	3.908	-1.473	0	2.435
Davon übrige finanzielle Vermögenswerte	38.273	0	38.273	0	0	38.273
GESAMT	435.443	-14.099	421.344	-1.473	0	419.871
2013						
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	119.242	0	119.242	0	0	119.242
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	239.006	-12.802	226.204	0	0	226.204
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	40.688	0	40.688	-126	0	40.562
Available-for-sale	3	0	3	0	0	3
Davon Derivate	6.278	0	6.278	-126	0	6.152
Davon übrige finanzielle Vermögenswerte	34.407	0	34.407	0	0	34.407
GESAMT	398.933	-12.802	386.131	-126	0	386.005

(in TEUR)

	Angesetzte Brutto- beträge Passiva	Saldierte Brutto- beträge Aktiva	Ausge- wiesene Netto- beträge Passiva in der Bilanz	Nicht in der Bilanz saldierte Aktiva	Nicht in der Bilanz saldierte erhaltene Barsicher- heiten	Netto- beträge
2014						
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	164.293	0	164.293	0	0	164.293
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	259.791	-4.832	254.959	0	0	254.959
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	7.606	0	7.606	-1.473	0	6.133
Davon Derivate	7.546	0	7.546	-1.473	0	6.073
Davon übrige finanzielle Verbindlichkeiten	60	0	60	0	0	60
GESAMT	431.690	-4.832	426.858	-1.473	0	425.385
2013						
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	176.250	0	176.250	0	0	176.250
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	241.898	-6.612	235.286	0	0	235.286
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.171	0	3.171	-126	0	3.045
Davon Derivate	3.051	0	3.051	-126	0	2.925
Davon übrige finanzielle Verbindlichkeiten	120	0	120	0	0	120
GESAMT	421.319	-6.612	414.707	-126	0	414.581

Die in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen saldierten Passiva in Höhe von 14.099 TEUR (2013: 12.802 TEUR) stellen zum Bilanzstichtag offene Gutschriften an Kunden dar. Die saldierten Aktiva innerhalb der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind Forderungen in Form von Gutschriften des HUGO BOSS Konzerns an Lieferanten. Sie betragen 4.832 TEUR (2013: 6.612 TEUR).

Für die Saldierung der Derivate bestehen Standardrahmenverträge für Finanztermingeschäfte zwischen dem HUGO BOSS Konzern und seinen Kontrahenten. In ihnen ist definiert, dass derivative Vermögenswerte und Verbindlichkeiten mit einem Kontrahenten zu einer einheitlichen Ausgleichsforderung zusammengefasst werden können.

SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

32| HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

Zum Bilanzstichtag bestanden wie im Vorjahr keine Eventualverbindlichkeiten gegenüber fremden Dritten.

Haftungsverhältnisse aus der Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten bestehen zum 31. Dezember 2014 in Höhe von 8.547 TEUR (2013: 8.547 TEUR) gegenüber den konsolidierten strukturierten Unternehmen BIL Leasing Verwaltungs-GmbH & Co. 869 KG, ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Dieselstrasse KG und ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Metzingen KG.

33| SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

OPERATING LEASING

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

Unter Operating Leasing fallen insbesondere auch Mietvereinbarungen über Immobilien für die vom Konzern betriebenen Einzelhandelsgeschäfte, für Lagerflächen sowie für die von Konzerngesellschaften genutzten Büroflächen, die zum überwiegenden Teil auf Mindestleasingzahlungen basieren. Die wesentlichen Immobilienleasingverträge (Operating Leasing) für die Nutzung von Gebäuden und den dazugehörigen Grundstücken enthalten Kaufoptionen und teilweise Verlängerungsoptionen für die jeweilige Immobilie. Daneben bestehen Mietverhältnisse, die Vereinbarungen über bedingte (insbesondere umsatzabhängige) Mietzahlungen enthalten.

Im Geschäftsjahr 2014 wurden für Operating-Leasing-Verhältnisse Mietaufwendungen in Höhe von 318.442 TEUR (2013: 260.463 TEUR) berücksichtigt. Der darin enthaltene bedingte Mietaufwand betrug 90.876 TEUR (2013: 88.690 TEUR).

Aus den Operating-Leasing-Verträgen werden in den Folgeperioden folgende Mindestleasingzahlungen fällig:

(in TEUR)

	Fällig 2015	Fällig 2016 – 2019	Fällig nach 2019	GESAMT
2014				
Summe der künftigen Miet- und Leasingzahlungen (Operating Lease)	232.091	667.004	409.003	1.308.098
Sonstige Verpflichtungen	2.054	3.210	353	5.617
GESAMT	234.145	670.214	409.356	1.313.715
2013	Fällig 2014	Fällig 2015 – 2018	Fällig nach 2018	GESAMT
Summe der künftigen Miet- und Leasingzahlungen (Operating Lease)	188.973	588.737	373.573	1.151.283
Sonstige Verpflichtungen	1.526	2.824	522	4.872
GESAMT	190.499	591.561	374.095	1.156.155

Die Position „Sonstige Verpflichtungen“ enthält hierbei sonstige Dienstleistungs- und Wartungsverträge.

Aus Untermietverhältnissen hat der Konzern im Geschäftsjahr 2014 Einnahmen in Höhe von 164 TEUR (2013: 282 TEUR) erzielt. Die Summe der künftigen Mindestleasingzahlungen aus Untermietverhältnissen zum Abschlussstichtag 31. Dezember 2014, deren Erhalt aufgrund unkündbarer Mietverhältnisse erwartet wird, beträgt 493 TEUR (2013: 1.871 TEUR).

FINANZIERUNGSLEASING

In den Sachanlagen sind im Geschäftsjahr 2014 wie im Vorjahr keine Grundstücke enthalten, die dem wirtschaftlichen Eigentum des Konzerns gemäß IAS 17 zugerechnet werden. Betriebs- und Geschäftsausstattung war ebenfalls nicht enthalten.

ANDERE 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:

(in TEUR)

2014	Fällig 2015	Fällig 2016 – 2019	Fällig nach 2019	GESAMT
Werbe- und Sponsoringverträge	9.507	17.058	0	26.565
GESAMT	9.507	17.058	0	26.565

2013	Fällig 2014	Fällig 2015 – 2018	Fällig nach 2018	GESAMT
Werbe- und Sponsoringverträge	10.734	15.477	0	26.211
GESAMT	10.734	15.477	0	26.211

Darüber hinaus bestehen Bestellobligos für Investitionen in Höhe von 1.401 TEUR (2013: 2.118 TEUR). Dabei entfallen auf das Sachanlagevermögen 712 TEUR (2013: 699 TEUR) sowie auf immaterielle Vermögenswerte 689 TEUR (2013: 1.419 TEUR). Die Verpflichtungen zum 31. Dezember 2014 sind innerhalb eines Jahres fällig.

34| SICHERUNGSPOLITIK UND FINANZDERIVATE

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

(in TEUR)

	2014		2013	
	Nominal- werte	Beizulegende Zeitwerte	Nominal- werte	Beizulegende Zeitwerte
Aktiva				
Währungssicherungsgeschäfte	78.262	3.908	91.716	5.026
Zinssicherungsgeschäfte	0	0	100.000	1.252
Passiva				
Währungssicherungsgeschäfte	-80.266	-2.541	-19.505	-185
Zinssicherungsgeschäfte	-110.916	-5.005	-11.495	-2.866
GESAMT	-112.920	-3.638	160.717	3.227

Die angegebenen Nominalwerte stellen den abgesicherten Betrag des jeweiligen Grundgeschäfts dar. Die beizulegenden Zeitwerte der derivativen Finanzinstrumente sind als sonstige finanzielle Vermögenswerte aktiviert beziehungsweise als sonstige finanzielle Verbindlichkeiten passiviert. Sie entsprechen nicht notwendigerweise den Beträgen, die zukünftig unter aktuellen Marktbedingungen erzielt werden.

In den dargestellten beizulegenden Zeitwerten aus derivativen Finanzinstrumenten resultiert ein Teilbetrag in Höhe von -2.603 TEUR (2013: 1.975 TEUR) aus finanziellen Vermögenswerten und Schulden, die als zu Handelszwecken gehalten klassifiziert werden.

Zum 31. Dezember 2014 werden nach Abzug latenter Steuern negative Effekte aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert von Zinssicherungsgeschäften in Höhe von -1.161 TEUR (2013: 939 TEUR) im sonstigen Ergebnis abgegrenzt. Von den im sonstigen Ergebnis abgegrenzten Beträgen wurden im Geschäftsjahr 2014 nach Steuer Aufwendungen in Höhe von -411 TEUR aus Zinssicherungsgeschäften in die Gewinn- und Verlustrechnung umgebucht (2013: Aufwendungen von -3.873 TEUR). Sie teilen sich in einen Zinsaufwand von -548 TEUR (2013: -5.164 TEUR) und einen Ertrag aus latenten Steuern von 137 TEUR (2013: 1.291 TEUR) auf. Die Fair-Value-Änderungen lagen bei -2.511 TEUR (Vorjahr: 588 TEUR) nach Abzug latenter Steuern.

Zum 31. Dezember 2014 werden, im Gegensatz zum Vorjahr, positive Effekte aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert von Währungssicherungsgeschäften nach latenten Steuern in Höhe von 513 TEUR (2013: 0 TEUR) im sonstigen Ergebnis abgegrenzt. Von den im sonstigen Ergebnis abgegrenzten Beträgen wurden aufgrund der Ersterfassung keine Aufwendungen vom Eigenkapital ins Periodenergebnis umgegliedert.

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.

WÄHRUNGSRISENEN

Die gemäß IFRS 7 erforderlichen Angaben zu den Währungsrisiken sowie eine entsprechende Sensitivitätsanalyse sind im Lagebericht im Kapitel „Risikobericht“ ausführlich dargestellt. Die Ermittlung des Währungsrisikos basiert auf dem bereits bilanzierten Fremdwährungsexposure sowie auf zukünftigen Cashflows, da die Hedging-Strategie auf eine Begrenzung von bilanziellen Risiken und Risiken aus zukünftigen Zahlungsströmen abzielt.

ZINSRISENEN

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

35| ERLÄUTERUNGEN ZUR KAPITALFLUSSRECHNUNG

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

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

Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds umfasst alle in der Bilanz ausgewiesenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, das heißt, er 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.

Nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge betreffen insbesondere unrealisierte Fremdwährungsgewinne und -verluste, ergebniswirksame Änderungen des Fair Values von derivativen Finanzinstrumenten sowie sonstige nicht zahlungswirksame Veränderungen der Finanzschulden.

36 | SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Der Vorstand der HUGO BOSS AG führt das Unternehmen nach Regionen. Die HUGO BOSS Landesgesellschaften sind für den Vertrieb sämtlicher HUGO BOSS Produkte, die nicht als Lizenzprodukte von Dritten vertrieben werden, im jeweiligen regionalen Verantwortungsbereich zuständig. Die Geschäftsführer der Landesgesellschaften sind den jeweils zuständigen Regionaldirektoren unterstellt, die an den Vorstand der HUGO BOSS AG berichten. Diese Organisationsstruktur dient der direkten Umsetzung der Konzernziele unter Berücksichtigung der besonderen Marktgegebenheiten.

Die operativen Segmente gliedern sich demnach in die drei Regionen Europa, Amerika und Asien/Pazifik, ergänzt um die Lizenzsparte. Den Regionen werden die entsprechenden Vertriebsgesellschaften des HUGO BOSS Konzerns zugeordnet, während über die Lizenzsparte das gesamte Lizenzgeschäft mit Dritten von HUGO BOSS abgegrenzt wird.

Der Hauptentscheidungsträger des HUGO BOSS Konzerns ist definiert als der Vorstand der HUGO BOSS AG.

Die Steuerung der regionalen Geschäftseinheiten orientiert sich am Wertschöpfungsbeitrag auf Konzernebene.

Die wichtigste Ergebnisgröße für die Steuerung und Ressourcenallokation durch den Vorstand ist das um Sondereffekte bereinigte EBITDA. Das Segmentergebnis ist somit definiert als EBITDA vor Sondereffekten der Vertriebsseinheiten zuzüglich der Rohertragsmarge der Beschaffungseinheiten sowie der gruppeninternen Lizenzumsätze.

Die Konzernfinanzierung (einschließlich Zinserträgen und -aufwendungen) sowie die Ertragsteuern werden konzerneinheitlich gesteuert und nicht den einzelnen Geschäftssegmenten zugeordnet.

Das Management der operativen Bestandsgrößen Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen liegt in der Verantwortung der Vertriebsregionen. Diese Posten werden regelmäßig dem Vorstand zur Verfügung gestellt. Die Segmentvermögensgegenstände enthalten somit lediglich die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die Vorräte.

Verbindlichkeitenpositionen sind nicht Teil der internen Managementberichterstattung. Die Angabe von Segment-schulden entfällt somit.

Die in den Segmentinformationen angewendeten Bilanzierungsregeln stimmen mit denen des HUGO BOSS Konzerns, wie in den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden beschrieben, überein.

Der Vorstand überprüft regelmäßig bestimmte andere in der Gesamtergebnisrechnung erfasste Effekte, dazu gehören insbesondere Abschreibungen und Wertminderungen.

Ebenfalls werden die Investitionsausgaben regelmäßig an den Vorstand im Rahmen des internen Berichtswesens gemeldet und sind somit Bestandteil der Segmentberichterstattung.

Sämtliche nicht direkt den Vertriebsregionen oder dem Lizenzsegment zuordenbaren Aufwendungen sowie Vermögensgegenstände werden in den nachfolgenden Überleitungsrechnungen unter Corporate Units/Konsolidierung ausgewiesen. In der Corporate Unit werden alle unternehmensweiten Zentralfunktionen zusammengefasst. Die Bündelung der verbleibenden Aufwendungen der Beschaffungs-, Produktions-, Forschungs- und Entwicklungseinheiten stellt ein operatives Cost Center dar. Den Corporate Units werden keine operativen Erträge zugeordnet.

(in TEUR)

	Europa ¹	Amerika	Asien/Pazifik	Lizenzen	Gesamt berichtspflich- tige Segmente
2014					
Gesamtumsatz	1.566.538	586.606	360.808	57.664	2.571.616
Segmentergebnis	536.130	151.084	112.158	49.128	848.500
In % des Umsatzes	34,2	25,8	31,1	85,2	33,0
Segmentvermögen	237.265	200.272	98.624	16.996	553.157
Investitionen	50.474	23.041	26.323	0	99.838
Wertminderungen	-3.193	-6.821	-5.267	0	-15.281
Davon Sachanlagevermögen	-2.934	-6.821	-5.267	0	-15.022
Davon immaterielle Vermögenswerte	-259	0	0	0	-259
Abschreibungen	-33.024	-23.808	-18.969	0	-75.801
SAR-Aufwendungen und Hedging	0	0	0	0	0
2013					
Gesamtumsatz	1.457.389	570.104	346.777	57.863	2.432.133
Segmentergebnis²	490.227	152.013	117.291	49.301	808.832
In % des Umsatzes ²	33,6	26,7	33,8	85,2	33,3
Segmentvermögen	209.729	143.200	79.360	17.623	449.912
Investitionen	53.013	39.110	33.603	1	125.727
Wertminderungen	-9.125	-2.661	-2.095	0	-13.881
Davon Sachanlagevermögen	-8.188	-2.661	-2.043	0	-12.892
Davon immaterielle Vermögenswerte	-937	0	-52	0	-989
Abschreibungen ²	-28.022	-17.687	-16.709	0	-62.418
SAR-Aufwendungen und Hedging	0	0	0	0	0

¹ Inkl. Naher Osten/Afrika.

² Die Vorjahresangaben weichen aufgrund einer Reallokation von Kostenstellen zwischen den Corporate Units und Europa von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

ÜBERLEITUNGSRECHNUNGEN

UMSATZ

(in TEUR)

	2014	2013
Umsatz – berichtspflichtige Segmente	2.571.616	2.432.133
Corporate Units	0	0
Konsolidierung	0	0
GESAMT	2.571.616	2.432.133

ERGEBNIS DER BETRIEBLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

(in TEUR)

	2014	2013
Segmentergebnis – berichtspflichtige Segmente¹	848.500	808.832
Abschreibungen – berichtspflichtige Segmente ¹	-75.801	-62.418
Wertminderungen – berichtspflichtige Segmente	-15.281	-13.881
Sondereffekte – berichtspflichtige Segmente	-9.884	-3.010
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit – berichtspflichtige Segmente¹	747.534	729.523
Corporate Units ¹	-287.104	-277.934
Konsolidierung ¹	-11.709	4.564
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit HUGO BOSS Konzern	448.721	456.153
Zinsergebnis	-4.518	-14.428
Übrige Finanzpositionen	-7.055	-8.259
Ergebnis vor Ertragsteuern HUGO BOSS Konzern	437.148	433.466

¹Die Vorjahresangaben weichen aufgrund einer Reallokation von Kostenstellen zwischen den Corporate Units und Europa von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

SEGMENTVERMÖGEN

(in TEUR)

	2014	2013
Segmentvermögen – berichtspflichtige Segmente	553.157	449.912
Corporate Units	204.783	217.129
Konsolidierung	0	0
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	8.291	10.781
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	22.528	23.323
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	83.022	69.402
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	128.631	119.242
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	1.136	0
Kurzfristige Vermögenswerte HUGO BOSS Konzern	1.001.548	889.789
Langfristige Vermögenswerte	660.252	611.545
Aktiva, gesamt HUGO BOSS Konzern	1.661.800	1.501.334

INVESTITIONEN

(in TEUR)

	2014	2013
Investitionen – berichtspflichtige Segmente	99.838	125.727
Corporate Units	34.898	59.577
Konsolidierung	0	0
GESAMT	134.736	185.304

WERTMINDERUNGEN/WERTAUFHOLUNGEN

(in TEUR)

	2014	2013
Wertminderungen – berichtspflichtige Segmente	15.281	13.881
Corporate Units	0	-2.248
Konsolidierung	0	0
GESAMT	15.281	11.633

ABSCHREIBUNGEN

(in TEUR)

	2014	2013
Abschreibungen – berichtspflichtige Segmente¹	75.801	62.418
Corporate Units ¹	31.678	31.211
Konsolidierung	0	0
GESAMT	107.479	93.629

¹ Die Vorjahresangaben weichen aufgrund einer Reallokation von Kostenstellen zwischen den Corporate Units und Europa von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

SAR-AUFWENDUNGEN UND HEDGING

(in TEUR)

	2014	2013
SAR-Aufwendungen und Hedging – berichtspflichtige Segmente	0	0
Corporate Units	0	-295
Konsolidierung	0	0
GESAMT	0	-295

GEOGRAFISCHE INFORMATIONEN

(in TEUR)

	Umsatzerlöse mit Dritten		Langfristige Vermögenswerte	
	2014	2013	2014	2013
Deutschland	446.246	416.541	180.682	177.813
Andere europäische Märkte	1.117.688	1.039.163	185.479	172.910
USA	464.496	447.504	58.790	54.191
Andere Märkte Nord- und Lateinamerika	123.971	123.162	13.581	14.527
China	215.695	211.761	36.456	38.823
Andere asiatische Märkte	145.856	136.139	50.200	40.180
Lizenzen	57.664	57.863	15.029	15.046
GESAMT	2.571.616	2.432.133	540.217	513.490

37| ANGABE ÜBER BEZIEHUNGEN UND TRANSAKTIONEN MIT NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Im Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014 sind folgende berichtspflichtige Geschäfte mit nahestehenden Personen und Unternehmen getätigt worden:

MUTTERUNTERNEHMEN

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 in 2013 ausgelaufene Dienstleistungsvertrag beinhaltete die Erstellung der Quartals- und Jahresabschlüsse sowie des Konzernabschlusses der Red & Black Holding GmbH, Oberursel (Taunus). Hierfür erhielt die HUGO BOSS AG letztmalig im Geschäftsjahr 2013 eine angemessene und marktübliche Jahresvergütung in Höhe von 50 TEUR. Mit Wirkung zum 1. Juli 2013 wurde die Red & Black Holding GmbH, Oberursel (Taunus), auf die Red & Black Lux S.à.r.l., Luxemburg, verschmolzen. Zum 31. Dezember 2014 hatte der Konzern keine Forderung aus der im Jahr 2013 beendeten Geschäftsbeziehung.

Mit der Permira Holdings Limited, Guernsey, als oberstem Mutterunternehmen des HUGO BOSS Konzerns, beziehungsweise mit Gesellschaften, die mit diesem Unternehmen verbunden sind, wurden im Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014 wie im Vorjahr keine Rechtsgeschäfte getätigt. Aus diesen Geschäftsbeziehungen bestehen zum 31. Dezember 2014 keine offenen Posten.

NICHT KONSOLIDIERTE TOCHTERUNTERNEHMEN

Im Geschäftsjahr 2014 erfolgten keine Umsätze mit der HUGO BOSS Korea Ltd. als nicht konsolidiertem Tochterunternehmen. Im Vorjahr wurden mit dem damals nicht konsolidierten Tochterunternehmen HUGO BOSS Finland OY keine Transaktionen getätigt. Die Gesellschaft wird seit dem Geschäftsjahr 2014 in den Konsolidierungskreis einbezogen.

UNTERNEHMEN UNTER GEMEINSCHAFTLICHER FÜHRUNG

Im Rahmen bestehender Immobilienleasingverträge wurden im Geschäftsjahr 2014 Mietzahlungen an Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung in Höhe von 7.069 TEUR (2013: 2.579 TEUR) geleistet. Aus diesen Geschäftsbeziehungen bestehen zum 31. Dezember 2014 keine offenen Verbindlichkeiten. In den Leasingverträgen sind Ankaufsrechte für die jeweilige Immobilie zum erwarteten Marktwert enthalten. Des Weiteren besteht eine Mietverlängerungsoption zu Marktkonditionen bei dem Vertrag mit der Distributionszentrum Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt HUGO BOSS Filderstadt KG. Die unkündbare Restlaufzeit der Leasingverträge beträgt 13 Jahre bei der GRETANA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt D 19 KG und 11 Jahre bei der Distributionszentrum Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt HUGO BOSS Filderstadt KG.

Des Weiteren besteht zwischen der Distributionszentrum Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt HUGO BOSS Filderstadt KG und der HUGO BOSS AG ein Baubetreuungsvertrag. Dieser umfasst die Vorbereitung, Durchführung und Überwachung des Bauvorhabens inklusive der Erstellung des Bauantrages, Überprüfung der Rechnungsstellung sowie der Abschluss von Verträgen im Namen und für Rechnung der Distributionszentrum Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt HUGO BOSS Filderstadt KG im Zusammenhang mit der Errichtung des Distributionszentrums für Liegware in Filderstadt. Für die Übernahme der Baubetreuung erhielt die HUGO BOSS AG eine Pauschalvergütung in Höhe von 250 TEUR, die mit der Inbetriebnahme des Distributionszentrums für Liegware im Jahr 2014 fällig war und 10 TEUR für die weitere Baubetreuung.

NAHESTEHENDE PERSONEN

Nahestehende Personen umfassen die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats. Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sind auf den Seiten 240 bis 241 angegeben.

Vergütung für den aktiven Vorstand

Die Vergütung im Sinne des IAS 24 für den aktiven Vorstand stellt sich wie folgt dar:

Der Aufwand für kurzfristig fällige Leistungen betrug 2014 insgesamt 4.434 TEUR (2013: 4.321 TEUR). Für die betriebliche Altersversorgung ist im Jahr 2014 ein Dienstzeitaufwand in Höhe von 2.148 TEUR (2013: 1.638 TEUR) angefallen. Für andere langfristig fällige Leistungen, die in 2014 zu berücksichtigen waren, entstand ein Aufwand von 534 TEUR (2013: 1.596 TEUR). Für Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses entstand für im Berichtsjahr aktive Vorstände wie im Vorjahr kein Aufwand. Anteilsbasierte Leistungsverpflichtungen bestehen und bestanden im Vorjahr nicht gegenüber aktiven Mitgliedern des Vorstands.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 21. Juni 2010 unterbleibt die Angabe der individuellen Bezüge der Vorstandsmitglieder. Die in § 285 Satz 1 Nr. 9 Buchstabe a Satz 5 bis 8 sowie § 314 Abs. 1 Nr. 6 Buchstabe a Satz 5 bis 8 des Handelsgesetzbuchs verlangten Angaben unterbleiben entsprechend für fünf Jahre. Dieser Beschluss gilt für das am 1. Januar 2010 begonnene Geschäftsjahr und die vier folgenden Geschäftsjahre, also bis zum 31. Dezember 2014. Daher erfolgt der Ausweis der Gesamtvergütung sowohl als Gesamtsumme als auch aufgeteilt in die einzelnen Vergütungsbestandteile.

Die Gesamtvergütung der Mitglieder des Vorstands nach § 314 Abs. 1 Nr. 6 a) Satz 1 bis 4 HGB belief sich im Geschäftsjahr 2014 auf 4.434 TEUR (Vorjahr: 5.211 TEUR). Davon entfielen 3.682 TEUR auf die fixen Gehaltsbestandteile inklusive Nebenleistungen (2013: 3.466 TEUR).

In der Gesamtvergütung für das Geschäftsjahr 2014 ist (anders als im Vorjahr) kein Jahresbonus enthalten. Der Jahresbonus entfällt, wenn hinsichtlich der für seine Bemessung festgelegten Zielgröße Trade Net Working Capital ein bestimmter, oberhalb des Jahresziels liegender Prozentsatz erreicht oder überschritten wird. Für das Geschäftsjahr 2014 wurde dieser Prozentsatz überschritten.

Die Gesamtvergütung des Geschäftsjahres 2014 enthält einen Betrag für kurzfristig variable Vergütung in Höhe von 752 TEUR. Dieser entfällt auf die tatsächliche Zielerreichung für den Jahresbonus 2013 und ergibt sich als Differenz aus der im Jahr 2014 erfolgten Auszahlung in Höhe von 1.607 TEUR und dem im Vorjahr zurückgestellten Betrag in Höhe von 855 TEUR. Für langfristig variable Vergütung (Mehrjahresboni 2013–2015 sowie 2014–2016) ist aufgrund der dreijährigen Bemessungsgrundlage anders als im Vorjahr kein Betrag in der Gesamtvergütung des Jahres enthalten. Im Vorjahr enthielt die Gesamtvergütung einen Betrag in Höhe von 890 TEUR, welcher sich als Differenz aus der tatsächlichen Zielerreichung des Mehrjahresbonus 2010–2012 und dem im Vorjahr anteilig zurückgestellten Betrag ergab.

Im Geschäftsjahr 2014 erhielt der Vorstand eine Abschlagszahlung in Höhe von insgesamt 2.844 TEUR (2013: 0 TEUR) auf den Mehrjahresbonus für das Geschäftsjahr 2013, dessen endgültige Bemessung sich nach der Zielerreichung für den Mehrjahreszeitraum 2013–2015 richtet.

Im Geschäftsjahr 2014 wurden Vorstandsmitgliedern darüber hinaus weder Kredite gewährt, noch wurden zugunsten dieser Personen Haftungsverhältnisse eingegangen.

Vergütung ehemaliger Vorstandsmitglieder

Ehemalige Vorstandsmitglieder und deren Hinterbliebene erhielten im Jahr 2014 Gesamtbezüge in Höhe von 197 TEUR (2013: 3.967 TEUR). Im abgelaufenen Geschäftsjahr enthalten die Gesamtbezüge keine Leistungen an frühere Vorstandsmitglieder im Zusammenhang mit der Beendigung ihrer Tätigkeit sowie Auszahlungen im Zusammenhang mit der Ausübung noch ausstehender Partizipationsrechte aus dem „Stock Appreciation Rights Program“ (2013: 3.774 TEUR).

Für frühere Mitglieder des Vorstands und deren Hinterbliebene bestehen Pensionsverpflichtungen in Höhe von 27.700 TEUR (2013: 22.811 TEUR). Das entsprechende Planvermögen in Form der Rückdeckungsversicherung beläuft sich auf 17.801 TEUR (2013: 17.390 TEUR).

Vergütung für den Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit im Jahr 2013 Gesamtbezüge in Höhe von 2.134 TEUR. Für das Jahr 2014 betragen die Gesamtbezüge voraussichtlich 2.209 TEUR, darin enthalten ist eine Rückstellung für den variablen Anteil in Höhe von 1.454 TEUR (2013: 1.408 TEUR), der sich nach der Höhe des Ergebnisses je Aktie im Konzernabschluss bemisst. Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats sind kurzfristig fällig.

Sonstige Angaben zu nahestehenden Personen

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten insgesamt weniger als 1 % (2013: weniger als 1 %) der von der HUGO BOSS AG ausgegebenen Aktien.

Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats 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 und deren nächsten Familienangehörigen stattgefunden.

Für Vorstände und Führungskräfte der zweiten Ebene wurde in 2008 mit dem „Management Beteiligungsprogramm“ (kurz: „MPP“) zudem eine Form der aktienbasierten Vergütung eingeführt. Im Rahmen des MPP konnten sich die Manager indirekt an der Gesellschaft Red & Black TopCo S.à.r.l., Luxemburg, beteiligen, die ein nahestehendes Unternehmen im Sinne des IAS 24.9 darstellt. Zu den Rahmenbedingungen des MPP siehe Anhangsziffer 38.

38| 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“ erhielten 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 konnten. Die Partizipationsrechte gewährten ausschließlich einen Anspruch auf Barausgleich, nicht jedoch auf Aktien der HUGO BOSS AG.

1) Programmänderung 2009

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

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

Die Entschädigungszahlung für den Verzicht auf die Rechte der Tranchen 5 bis 8 entsprach der Summe des Optionswerts 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 erstmals 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 im Jahr 2009 modifizierten Programm konnte die Tranche 9 ab Beginn des Jahres 2012 erstmals vollständig ausgeübt werden.

2) Vorzeitige Ablösung Tranche 9

Da das „Stock Appreciation Rights Program“ erheblichen administrativen Aufwand sowohl in den Personal- als auch in den Finanzabteilungen der HUGO BOSS Gruppe verursachte, 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 entstanden keine zusätzlichen Aufwendungen, sofern der Aktienkurs auch Ende des Jahres 2011 bei 45,00 EUR oder höher liegen würde. Die Aufwendungen aus der Prorata-Zuführung zur Rückstellung der Tranche 9 aus dem Jahr 2011 wurden 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 Tranche 8 konnten auch nach Programmänderung in 2010 nach den Regelungen der ursprünglichen Optionsbedingungen ausgeübt werden.

3) Rahmenbedingungen „Stock Appreciation Rights Program“

Mit Ausnahme der abgelösten Tranche 9 hatten die restlichen Tranchen des „Stock Appreciation Rights Program“ eine Laufzeit von sechs Jahren. Mit Ablauf der Erdienungsphase von zwei Jahren begann 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 übertraf (Ausübungshürde), konnten die Partizipationsrechte der Tranche 8 ausgeübt werden. Die zu gewährende Vergütung orientierte 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 vorangingen, und dem Basispreis der Vorzugsaktie nach Maßgabe der Bedingungen. Der Basispreis entsprach dem Durchschnittskurs der Vorzugsaktien der HUGO BOSS AG während der 20 Börsenhandelstage, die dem Ausgabebetrag vorausgingen.

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 betrug dabei 1 : 1, das heißt, eine Option entsprach 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 wurden, wurde 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, denen durch Bildung entsprechender Rückstellungen Rechnung getragen wurde, als auch die der Absicherung dienenden Kaufoptionen wurden regelmäßig zu den Stichtagen erfolgswirksam mit ihrem beizulegenden Zeitwert berücksichtigt. Die Bewertungen der Kaufoptionen und der SAR-Verpflichtungen basierten auf Marktwerten, die von den ausgebenden Banken zur Verfügung gestellt wurden. Da sich die Stichtagswerte der jeweiligen Kaufoptionen und der SAR entsprachen, kompensierten sich resultierende Ergebniseffekte überwiegend.

Die erfolgswirksame Veränderung der SAR, die sich bereits im Ausübungszeitraum befanden, sowie die Veränderung des entsprechenden Absicherungsgeschäfts waren im Personalaufwand des Funktionsbereichs Verwaltungsaufwendungen und sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge saldiert.

Im Geschäftsjahr 2014 entstanden aus den Stock Appreciation Rights, wie im Vorjahr, keine Ergebniseffekte im Personalaufwand. Auch im Finanzergebnis entstand kein Aufwand aus der Bewertung und dem Abgang von Absicherungsgeschäften (2013: 295 TEUR).

Für das Geschäftsjahr 2014 ergaben sich im Zusammenhang mit Stock Appreciation Rights somit keine Aufwände (2013: 295 TEUR). Bereits zum 31.12.2013 gab es keine verbliebenen Stock Appreciation Rights mehr. Die Rückstellung wurde im Zusammenhang mit den im Geschäftsjahr 2013 erfolgten Auszahlungen vollständig verbraucht. Ein innerer Wert und Zeitwert der Partizipationsrechte war entsprechend ebenfalls nicht mehr vorhanden. Derivate, die der Absicherung dienten, waren keine mehr im Bestand.

Auf der Hauptversammlung der HUGO BOSS AG am 8. Mai 2008 wurde mehrheitlich die Ausschüttung einer Sonderdividende beschlossen. Entsprechend den 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:

Ausgabezeitpunkt	Tranche 7	Tranche 8
	Januar 2007	Januar 2008
Basispreis (EUR) vor Sonderdividende	39,08	42,11
Basispreis (EUR) nach Sonderdividende	34,09	36,74

Das „Stock Appreciation Rights Program“ hat sich in den Jahren 2014 und 2013 wie folgt entwickelt:

	2014	GDBP 2014' (EUR)	2013	GDBP 2013' (EUR)
Anzahl der Optionsrechte am 1. Januar	0	0,00	68.760	36,74
Neu gewährte Optionsrechte	0	0,00	0	0,00
Verwirkte Optionsrechte	0	0,00	0	0,00
Ausgeübte Optionsrechte	0	0,00	-68.760	36,74
Verfallene Optionsrechte	0	0,00	0	0,00
Abgelöste Optionsrechte	0	0,00	0	0,00
Anzahl der Optionsrechte am 31. Dezember	0	0,00	0	0,00
Ausüb bare Optionsrechte am 31. Dezember	0	0,00	0	0,00

¹ GDBP = Gewichtete durchschnittliche Basispreise.

Sämtliche verbliebenen Optionsrechte wurden in 2013 ausgeübt. Zur Absicherung gehaltene Derivate wurden in Zusammenhang mit der Ausübung veräußert.

Im Geschäftsjahr 2014 wurden im Zusammenhang mit dem „Stock Appreciation Rights Program“ keine Auszahlungen an berechnigte Führungskräfte getätigt (2013: 3.774 TEUR).

MANAGEMENT BETEILIGUNGSPROGRAMM

Im Rahmen des in 2008 eingeführten „Management Beteiligungsprogramms“ (kurz: MPP) konnten sich die Vorstände und Führungskräfte der zweiten Ebene gegen Leistung einer Zahlung indirekt an der Red & Black TopCo S.à r.l. beteiligen. Seit der Ende 2009 stattgefundenen Umstrukturierung hält die Red & Black TopCo S.à r.l. über die Red & Black Lux S.à r.l. neben der indirekten Beteiligung an der HUGO BOSS AG auch direkt 100 % der

Anteile an der Valentino Fashion Group S.p.A. Das Management von HUGO BOSS hat insofern nicht allein in die HUGO BOSS Gruppe, sondern auch in die von ihr nicht kontrollierten oder beeinflussbaren Gesellschaften der Valentino Fashion Group investiert.

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

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

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

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

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

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

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

Das MPP hat wie im Vorjahr im Geschäftsjahr 2014 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 weder am 31. Dezember 2010 noch am Bilanzstichtag anzusetzen.

39| EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

HUGO BOSS wird die letzten noch im Franchisemodell betriebenen Stores im chinesischen Markt übernehmen. Die am 26. Januar 2015 erzielte Übereinkunft mit dem Partner Wenzhou Noble sieht vor, dass die Kontrolle über alle 21 BOSS Stores zum 1. April 2015 auf HUGO BOSS übergehen wird. Damit kann der Konzern seine Strategie, die auf die Stärkung der Markenwahrnehmung und auf die Aufwertung des Retailnetzes abzielt, noch zielgerichteter und über alle Kanäle konsistent umsetzen.

Zwischen dem Ende des Geschäftsjahres 2014 und der Freigabe der Veröffentlichung dieses Berichts am 19. Februar 2015 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 können.

Schließlich veränderte sich die Aktionärsstruktur der HUGO BOSS AG durch zwei Aktienplatzierungen der Red & Black Lux S.à r.l., einer Gesellschaft im Mehrheitsbesitz der Permira Holdings Limited, am 10. Februar 2015. Vor den Platzierungen hielt die Gesellschaft 22,4 Millionen Aktien bzw. 32 % am Grundkapital und war damit größter Einzelaktionär der Gesellschaft. Die Platzierung von 9 Millionen Aktien an institutionelle Investoren und der Verkauf eines weiteren Paketes von knapp 5 Millionen Aktien an die Gesellschaften PFC S.r.l. und Zignago Holding S.p.a. der italienischen Familie Marzotto verringerte den Anteilsbesitz auf knapp 8,5 Millionen Aktien beziehungsweise 12 % des Grundkapitals.

40| CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG haben im Dezember 2014 die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben. Diese ist auf der Website der Gesellschaft den Aktionären dauerhaft zugänglich.

41| HONORAR DES KONZERNABSCHLUSSPRÜFERS

(in TEUR)

	2014	2013
Prüfungsleistungen	388	384
Andere Bestätigungsleistungen	56	5
Steuerberatungsleistungen	228	118
Sonstige Leistungen	45	192
GESAMT	717	699

VORSTAND

CLAUS-DIETRICH LAHRS

Stuttgart, Deutschland

Vorsitzender des Vorstands

Vorstand für die Bereiche

Vertrieb,
Konzerneigener Einzelhandel,
Kommunikation,
Lizenzen

MARK LANGER

Stuttgart, Deutschland

Vorstand für die Bereiche

Finanzen und Controlling,
Investor Relations,
Recht, Compliance und
Risikomanagement,
IT,
Logistik,
Personal
Arbeitsdirektor

CHRISTOPH AUHAGEN

Stuttgart, Deutschland

Vorstand für die Bereiche

Kreativmanagement,
Markenmanagement,
Beschaffung und Produktion

AUFSICHTSRAT

DR. HELLMUT ALBRECHT
München, Deutschland

Managementberater
Vorsitzender des Aufsichtsrats

ANTONIO SIMINA
Metzingen, Deutschland

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

GERT BAUER
Reutlingen, Deutschland

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

HELMUT BRUST
Bad Urach, Deutschland

Senior Head of Corporate Culture,
Health and Safety
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland
Arbeitnehmervertreter

DAMON MARCUS BUFFINI
Surrey, Großbritannien

Geschäftsführer
Permira Advisers LLP,
London, Großbritannien

MONIKA LERSMACHER
Kornwestheim, Deutschland

Gewerkschaftssekretärin
IG Metall Bezirksleitung Baden-Württemberg,
Stuttgart, Deutschland
Arbeitnehmervertreterin

DR. KLAUS MAIER
Stuttgart, Deutschland

Managementberater

GAETANO MARZOTTO
Mailand, Italien

Aufsichtsratsvorsitzender
Gruppo Santa Margherita S.p.A.,
Fossalta di Portogruaro, Italien

LUCA MARZOTTO
Venedig, Italien

Vorstandsvorsitzender
Zignago Holding S.p.A.,
Fossalta di Portogruaro, Italien

SINAN PISKIN
Metzingen, Deutschland

Kaufmännischer Angestellter
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland
Arbeitnehmervertreter

BERND SIMBECK
Metzingen, Deutschland

Kaufmännischer Angestellter
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland
Arbeitnehmervertreter

DR. MARTIN WECKWERTH
Frankfurt am Main, Deutschland

Partner
Permira Beteiligungsberatung GmbH,
Frankfurt am Main, Deutschland

WEITERE ANGABEN ZU DEN AUFSICHTSRATS- UND VORSTANDSMITGLIEDERN

Die Aufsichtsratsmitglieder der Gesellschaft sind gleichzeitig Mitglieder eines Organs folgender Gesellschaften¹:

Dr. Hellmut Albrecht	MME Moviemment AG ²	Berlin, Deutschland
Gert Bauer	ElringKlinger AG	Dettingen/Erms, Deutschland
Monika Lersmacher	Berthold Leibinger GmbH	Ditzingen, Deutschland
Dr. Klaus Maier	Diehl Stiftung & Co. KG ² Titan X Holding AB Galeria Kaufhof GmbH	Nürnberg, Deutschland Mjällby, Schweden Köln, Deutschland
Gaetano Marzotto	Zignago Holding S.p.A. Santa Margherita S.p.A. ² Zignago Vetro S.p.A. Alpitour S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien Fossalta di Portogruaro, Italien Fossalta di Portogruaro, Italien Turin, Italien
Luca Marzotto	Zignago Holding S.p.A. ² Santa Margherita S.p.A. H. Farm Ventures S.p.A. New High Glass Inc. Centervue S.p.A. Cà del Bosco Srl – Società Agricola Vetri Speciali S.p.A. Zignago Vetro S.p.A. Telecom Italia	Fossalta di Portogruaro, Italien Fossalta di Portogruaro, Italien Roncade, Italien Miami, FL, USA Padova, Italien Erbusco, Italien Trient, Italien Fossalta di Portogruaro, Italien Mailand, Italien

¹ Nicht genannte Mitglieder haben keine Mandate in anderen Gesellschaften.

² Tätigkeit als Vorsitzender.

Der Vorstand der Gesellschaft ist gleichzeitig Mitglied eines Organs folgender Gesellschaft¹:

Claus-Dietrich Lahrs	Ravensburger AG	Ravensburg, Deutschland
-----------------------------	-----------------	-------------------------

¹ Nicht genannte Mitglieder haben keine Mandate in anderen Gesellschaften.

OFFENLEGUNG

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

Metzingen, den 19. Februar 2015

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 mit dem Lagebericht der HUGO BOSS AG zusammengefasst ist, der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des HUGO BOSS 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 19. Februar 2015

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Claus-Dietrich Lahrs
Christoph Auhagen
Mark Langer

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Zu dem Konzernabschluss und dem Konzernlagebericht, der mit dem Lagebericht der Gesellschaft zusammengefasst ist, haben wir folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

„Wir haben den Konzernabschluss – bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht, der mit dem Lagebericht der Gesellschaft zusammengefasst wurde, der HUGO BOSS AG, Metzingen, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der 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.

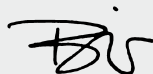
Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des 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, 19. Februar 2015

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Matischiok
Wirtschaftsprüfer



Biller
Wirtschaftsprüferin

5

WEITERE
ANGABEN

WEITERE ANGABEN

- 249 **Allgemeine Anmerkungen**
- 249 **Zukunftsgerichtete Aussagen**
- 250 **Glossar**
- 256 **Stichwortverzeichnis**
- 258 **Grafik- und Tabellenverzeichnis**
- 260 **Kontakte**
- 260 **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 – 80903

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.

GLOSSAR

C

CALL OPTION (KAUFOPTION)

Eine Call Option räumt dem Käufer das Recht ein, einen Basiswert zu einem im Voraus vereinbarten Preis-Mengenverhältnis zu erwerben. Der Käufer übt sein Recht in der Regel nur dann aus, wenn der Preis des Basiswertes über dem Ausübungspreis liegt. Der Verkäufer ist zur Lieferung des Basiswertes verpflichtet, für diese Verpflichtung erhält er die Optionsprämie.

CASH POOLING

Im täglichen Liquiditätsmanagement werden mithilfe effizienter Cash-Management-Systeme Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzernunternehmen genutzt, um den Finanzbedarf anderer zu decken (Cash-Pooling). Durch diesen konzerninternen Finanzausgleich werden der externe Finanzierungsbedarf reduziert und Nettozinsaufwendungen optimiert.

COMPLIANCE

Mit Compliance (Regeltreue) ist die Gesamtheit aller zumutbaren Maßnahmen zur Überwachung der Einhaltung von Gesetzen, Richtlinien sowie freiwillig anerkannter Kodizes gemeint.

CORE RANGE

Die Core Range ist ein vordefiniertes Sortiment, das gemäß den Bedürfnissen einer jeden Kollektion entwickelt wird. Die Core Range steht im Zentrum jeder Kollektion und definiert wesentlich deren modische Kernaussage.

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 Kreditvertrags. Üblicherweise wird die Einhaltung von Ober- bzw. Untergrenzen bestimmter Finanzkennzahlen vereinbart.

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.

DIVERSITY (VIELFALT)

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.

DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX (DJSI)

Der Dow Jones Sustainability Index (DJSI) bezeichnet einen Aktienindex, in den besonders nachhaltig wirtschaftende Unternehmen jeder Branche aufgenommen werden. Grundlage für die Aufnahme ist eine ausführliche Beurteilung von ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeitskriterien der einzelnen Unternehmen.

E

EBIT

Operatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern (**E**arnings **b**efore **i**nterest and **t**axes). Das EBIT ist eine betriebswirtschaftliche Kennzahl, die den Betriebsgewinn eines Unternehmens in einem bestimmten Zeitraum vor Steuern und Zinsen angibt.

EBITDA-MARGE (BEREINIGTE)

Die (bereinigte) EBITDA-Marge beschreibt das Verhältnis von EBITDA (vor Sondereffekten) zu den Umsatzerlösen.

EBITDA VOR SONDEREFFEKTEN

Operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte (**E**arnings **b**efore **i**nterest, **t**axes, **d**epreciation and **a**mortization). Das EBITDA ist eine betriebswirtschaftliche Kennzahl, die die operative Ertragskraft vor Investitionsaufwand angibt. Sondereffekte werden hierbei ausgeschlossen (vgl. Sondereffekte). Beim EBITDA vor Sondereffekten handelt es sich um die wichtigste Steuerungsgröße des HUGO BOSS Konzerns.

EMPLOYER BRANDING

Employer Branding bezeichnet die unternehmensstrategische Positionierung als attraktiver Arbeitgeber am Arbeitsmarkt. Dabei werden Konzepte aus dem Marketing, insbesondere der Markenbildung, angewendet. Ziel des Employer Brandings ist es, eine Arbeitgebermarke aufzubauen, die einen positiven Beitrag zur Mitarbeitergewinnung und -bindung leistet.

F

FAIR LABOUR ASSOCIATION (FLA)

Die FLA, mit Sitz in Washington D.C. (USA), ist ein Zusammenschluss von Universitäten, Nichtregierungsorganisationen und Unternehmen und verfolgt das Ziel, Arbeitsrecht und Arbeitsbedingungen weltweit zu verbessern.

FAIR VALUE

Beizulegender Zeitwert. Preis, der im Zuge eines geordneten Geschäftsvorfalles unter Marktteilnehmern am Bemessungstichtag beim Verkauf eines Vermögenswerts erhalten würde oder bei Übertragung einer Schuld zu zahlen wäre.

FLÄCHENBEREINIGTE UMSATZENTWICKLUNG

Mit der flächenbereinigten Umsatzentwicklung wird die Umsatzentwicklung im konzerneigenen Einzelhandel (vgl. konzern-eigener Einzelhandel) auf vergleichbarer Fläche, das heißt unter Herausrechnung neu eröffneter oder kürzlich geschlossener Verkaufsflächen, beschrieben.

FLAGSHIP STORE

Ein Flagship Store ist ein Einzelhandelsgeschäft, das sich durch eine bevorzugte Lage, eine besondere Ausstattung und ein umfangreicheres Sortiment von den übrigen Einzelhandelsgeschäften abhebt. Flagship Stores fördern damit das Markenimage und die Kundenbindung.

FORDERUNGSREICHWEITE

Die Forderungsreichweite beschreibt die Zeitspanne zwischen der Rechnungsstellung und dem Einzug der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

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 FIRMIENWERT (GOODWILL)

Ein aus einem Unternehmenszusammenschluss resultierender Geschäfts- und Firmenwert stellt den Unterschiedsbetrag zwischen der übertragenen Gegenleistung und dem Betrag der Anteile ohne beherrschenden Einfluss über die erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden dar.

GEWICHTETER KAPITALKOSTENSATZ (WACC)

Bestimmung der Kapitalkosten anhand der Berechnung des gewichteten Kapitalkostensatzes (WACC), basierend auf dem Verhältnis von Fremdkapital und Eigenkapital. Die Eigenkapitalkosten werden mit dem risikolosen Zinssatz, einer Risikoprämie für das Marktrisiko und dem Beta-Wert berechnet. Die Grundlage zur Bestimmung der Fremdkapitalkosten sind der risikolose Zinssatz, der Credit Spread und die durchschnittliche Steuerquote.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine gemeinnützige Stiftung, die die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Organisationen und Unternehmen unterstützt. Anhand der Prinzipien, die durch die GRI herausgegeben werden, können Unternehmen ihre ökonomische, ökologische und soziale Leistung messen. Die Leitlinien liegen derzeit in der vierten Fassung („G4“) vor.

GREENHOUSE GAS PROTOCOL (GHG PROTOCOL)

Das Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) ist ein international anerkanntes Instrument zur Quantifizierung und Steuerung von CO₂-Emissionen. Das GHG Protocol unterstützt die Unternehmen bei der Bilanzierung ihrer CO₂-Emissionen in unterschiedlichen Geltungsbereichen, sogenannten Scopes.

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 anschließend an den Endkunden.

INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS (IAS)

Die IAS sind internationale Rechnungslegungsvorschriften die vom Vorläuferinstitut des International Accounting Standards Board (IASB), dem International Accounting Standards Committee (IASC), herausgegeben wurden. Sie sind weiterhin gültig und werden durch die IFRS (vgl. IFRS) erweitert.

INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS (IFRS)

Die 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.

INTERNATIONAL LABOUR ORGANISATION (ILO)

Die ILO ist eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen, deren Ziel es ist soziale Gerechtigkeit und Menschen- und Arbeitsrechte zu fördern.

ISO 9001

Die ISO 9001 legt die Kriterien für ein Qualitätsmanagementsystem fest. Sie kann von jeder Organisation, unabhängig von Größe und Tätigkeitsbereich, eingesetzt werden.

ISO 14001

Die ISO 14001 definiert weltweite, anerkannte Kriterien für ein Umweltmanagementsystem. Sie beinhaltet auch weitere Normen zu verschiedenen Bereichen des Umweltmanagement zum Beispiel zu Ökobilanzen und Umweltkennzahlen.

ISO 50001

Die ISO 50001 beschreibt eine weltweit gültige Norm, die Organisationen beim Aufbau eines systematischen Energiemanagements unterstützen soll. Organisationen können freiwillig entscheiden, ob sie diese Norm umsetzen.

K

KATEGORIEGESCHÄFT

Vertriebsform, in der die Verkaufsfläche eines Mehrmarkenhändlers entsprechend verschiedener Produktgruppen aufgeteilt ist. So werden beispielsweise in der Anzugsabteilung Anzüge verschiedener Marken angeboten, ohne dass die Marken durch entsprechendes Visual Merchandising voneinander differenziert werden. Die Vertriebsform steht im Gegensatz zu Shop-in-Shops, in denen markenindividuell komplette Kollektionen angeboten werden.

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.

KOLLEKTIONSKOMPLEXITÄT

Die Kollektionskomplexität beschreibt die Anzahl an Farb-, Form-, Themen- und Oberstoffkonzepten, aus der sich eine Kollektion zusammensetzt.

KONZERNEIGENER EINZELHANDEL (RETAIL)

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).

KONZESSIONSMODELL

Im Konzessionsmodell bewirtschaftet der Konzern eigenständig HUGO BOSS Shop-in-Shops auf der Fläche des Einzelhandelspartners. HUGO BOSS verkauft im eigenen Namen und auf eigene Rechnung.

KONZERNEIGENE EINZELHANDELSGESCHÄFTE (DIRECTLY OPERATED STORES, DOS)

Konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte sind Monomarken-Stores und -Shops, die direkt durch HUGO BOSS betrieben werden.

KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN (TRADE NET WORKING CAPITAL)

Das kurzfristige operative Nettovermögen errechnet sich aus der Summe der Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

L

LIEGEWARE

Artikel wie Jeans, T-Shirts oder Krawatten, die liegend beziehungsweise gefaltet in Kartons transportiert werden. Artikel wie Sakkos oder Mäntel, die auf Kleiderbügeln hängend transportiert werden, werden demgegenüber als Hängeware bezeichnet.

LIZENZ

Eine Lizenz ist die Erlaubnis, das Markenrecht eines anderen gegen Bezahlung einer 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, Textilien für den Home-Bereich und Mobile Accessories.

M

MADE TO MEASURE

Mit Made to Measure werden besonders hochwertige, maßgeschneiderte Anzüge bezeichnet, die unter der Kernmarke BOSS angeboten werden. Die als Made to Measure angebotene Maßkonfektion unterstreicht die Exklusivität der Kernmarke BOSS und rückt den Wunsch nach individuellem Stil in den Vordergrund.

MARKE

Mit seiner Markenwelt, bestehend aus der Kernmarke BOSS, der Marke BOSS Green, der Marke BOSS Orange sowie der Marke HUGO, spricht HUGO BOSS unterschiedliche, klar voneinander getrennte Zielgruppen an.

MEHRMARKEN-VERTRIEBSFORMAT (MULTIRBAND)

Im Mehrmarken-Vertriebsformat werden unterschiedliche Marken in einem Verkaufspunkt angeboten.

MONOMARKEN-VERTRIEBSFORMAT (MONOBRAND)

Im Monomarken-Vertriebsformat werden in einem einzelnen Verkaufspunkt nur die Produkte einer einzelnen Marke vertrieben.

MSCI WORLD TEXTILES, APPAREL & LUXURY GOODS INDEX

Der MSCI World Textile, Apparel & Luxury Goods Index wird von Morgan Stanley Capital International (MSCI) definiert und bildet die Kursentwicklung der im Bekleidungs- und Luxusgüterbereich tätigen Unternehmen ab. Er stellt eine Unterkategorie des MSCI World Index dar, der die Entwicklung von weltweiten Aktien widerspiegelt.

MULTICHANNEL

Als Multichannel bezeichnet man die Möglichkeit des Kunden, Ware über unterschiedliche Vertriebskanäle, wie beispielsweise über den stationären Handel oder den Online Store, zu beziehen.

N

NETTOVERSCHULDUNG

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

O

OMNICHANNEL

Konzept, das die Schaffung eines nahtlosen und vertriebskanalübergreifenden Marken- und Einkaufserlebnisses beschreibt. Der Konsument soll dabei die Marke an sich erleben und nicht den jeweiligen Vertriebskanal, in dem die Marke auftritt. Er ist der Marke über alle Berührungspunkte hinweg gleichermaßen bekannt, so dass ihm ein gleichmäßig hohes Serviceniveau geboten werden kann.

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

PLAIN-VANILLA-DEISENOPTIONEN

Unter einer Plain-Vanilla-Devisenoption versteht man eine Standardoption im Wertpapiergeschäft, ohne besondere Konstruktion oder Produktgestaltung.

R

REPLENISHMENT

Replenishment bezeichnet den Nachschub von Waren, mit dem HUGO BOSS auf kurzfristige Nachfragesteigerungen der Handelspartner reagieren kann.

RESTRICTED SUBSTANCES LIST (RSL)

Die weltweit gültige Restricted Substances List (RSL) umfasst Chemikalien und andere Stoffe, die nicht oder nur beschränkt in einem Produkt enthalten sein dürfen.

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 und Lizenzen (vgl. Lizenzen).

SHOP-IN-SHOP

Als Shop-in-Shop bezeichnet man eine Verkaufsfläche im Mehrmarken-Vertriebsformat, auf der ausschließlich HUGO BOSS Produkte mit passenden Shop Konzept angeboten werden.

SHOWROOM

Der Showroom ist ein Ausstellungsraum, in dem die Kollektion den Großhandelskunden (vgl. Großhandel) präsentiert und verkauft wird.

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.

SPORTSWEAR

Alternative Bezeichnung für modische Freizeitbekleidung beziehungsweise Casualwear. Steht im Gegensatz zu Konfektion, also Bekleidung wie Anzüge oder Businesshemden, die vor allem im beruflichen Umfeld oder zu festlichen Anlässen getragen wird.

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 von Großhandelspartnern (vgl. Großhandel) betrieben werden.

STREUBESITZ (FREEFLOAT)

Die im Streubesitz befindlichen Aktien der HUGO BOSS AG stehen dem Aktienmarkt ständig zum Handel zur Verfügung. Aktien, die sich zur Verfolgung strategischer Ziele langfristig im Festbesitz befinden, sind hingegen dem täglichen Handel entzogen.

V

VERBINDLICHKEITENREICHWEITE

Die Verbindlichkeitenreichweite beschreibt die Zeitspanne zwischen dem Rechnungseingang bis zur Bezahlung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

VERKAUFSPUNKT (POINT OF SALE, POS)

Als Verkaufspunkt zählen alle Geschäfte, in denen HUGO BOSS Produkte vertrieben werden, also Stores (vgl. Stores), Shop-in-Shops (vgl. Shop-in-Shop) und der Online Store. Diese können über den konzerneigenen Einzelhandel (vgl. konzerneigener Einzelhandel) oder den Großhandel (vgl. Großhandel) betrieben werden.

VERÖFFENTLICHUNGEN GEMÄSS § 15a WpHG

Hierbei handelt es sich um Angaben zu meldepflichtigen Wertpapiergeschäften – sogenannte Directors' Dealings. Dies 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.

VORORDER

Die Vororder bezeichnet erhaltene Aufträge für zukünftige Lieferungen. Die Großhandelspartner bestellen saisonweise in den HUGO BOSS Showrooms (vgl. Showroom) die dort präsentierte Kollektion. In Ergänzung hierzu können über das HUGO BOSS Replenishment (vgl. Replenishment) saisonunabhängige Nachbestellungen erfolgen.

VORRATSREICHWEITE

Die Vorratsreichweite beschreibt die Zeitspanne zwischen dem Wareneingang der Vorräte bis zum Abverkauf der Fertigware.

Z

ZINSSWAPS

Ein Zinsswap ist ein Zinsderivat. Bei einem Zinsswap vereinbaren zwei Vertragspartner, zu bestimmten zukünftigen Zeitpunkten Zinszahlungen auf festgelegte Nennbeträge auszutauschen. Sie werden zur Absicherung gegen Zinsänderungsrisiken genutzt.

STICHWORTVERZEICHNIS

A

Abschlussprüfung **12–13, 19, 239, 245**
Abschreibungen **87, 103, 192, 230–231**
Aktienkursentwicklung **24–25, 234–235**
Aktionärsstruktur **27–28**
Anlagevermögen

- Immaterielle Vermögenswerte **194–195**
- Sachanlagen **196**

Aufsichtsrat **10–15, 21–23, 108–111, 234, 241–242**
Aufwendungen

- Vertriebs- und Marketingaufwendungen **85–86, 155, 185–186**
- Verwaltungsaufwendungen **85–86, 155, 186**
- Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge **85–86, 155, 186**

Ausbildung **54–57**

B

Beschaffung **62–65, 125–127**
Bestätigungsvermerk **12–13, 245**
Bilanz **94–96, 157, 193–223**

- Bilanzstruktur **94–96**

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden **171–182**
Branchenentwicklung **75–77, 137–140**

C

Chancenbericht **133–136**
Compliance **19–20, 68–69, 129–130, 250**
Corporate Governance **12, 17–23, 129–130, 250**
Covenants **99, 120, 207, 250**

D

Diversity **18, 68, 250**
Dividende **24, 29, 88, 142, 208**

E

EBIT **85, 87, 133, 155, 250**
EBITDA vor Sondereffekten **38–41, 78, 85–87, 99, 105, 141–142, 152, 228, 250**
Eigenkapital **96, 120–124, 158–159, 207**
Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex **21–23**
Ergebnis je Aktie **24, 85, 88, 155, 191**
Ergebnisverwendung **88**
Erklärung zur Unternehmensführung **21, 109**
Ertragslage **85–93**

Ertragsteuern

- Aktive latente Steuern **157, 188, 256**
- Ertragsteuer **85, 155, 172, 181, 188–190**
- Passive latente Steuern **157, 172–173**
- Steuerquote **85, 147**

F

Finanzderivate **226**
Finanzergebnis **85, 87, 155, 187**
Finanzinstrumente **175–176, 219**
Finanzlage **98–103, 149**
Finanzkalender **U3**
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen **94–97, 148–149, 204–205**
Forschung und Entwicklung **58–61, 103**
Free Cashflow **100–101, 206**

G

Gesamtergebnisrechnung **156**
Geschäfts- oder Firmenwerte **169–170, 194, 197, 201–202**
Gewinn- und Verlustrechnung **85–88, 185–192**
Gewinnrücklagen **157–159, 207**
Gezeichnetes Kapital **206**
Großhandel **46–48, 81–95, 143, 252**

H

Haftungsverhältnisse **179, 242**
Hauptversammlung **U3**
Hedging **222–224, 227, 229, 231**

I

International Financial Reporting Standards (IFRS) **161–165, 171–184**
International Accounting Standards (IAS) **161–165, 219, 252**
Investitionen **38, 40, 76, 94, 102–103, 118–119, 143, 149–150, 160, 229–230**
Investor Relations **30, 27–30, 35, 260**

K

Kapitalflussrechnung (Cashflow) **100–101, 149, 160, 227, 252**
Kapitalrücklage **157–159, 207**
Kapitalstruktur **206–208**
Konsolidierungsgrundsätze **168–169**
Konsolidierungskreis **166–168, 193–194**

Konzerneigener Einzelhandel **46, 81–84, 102–103, 143, 252**

- Konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte (Directly Operated Stores (DOS) **81, 198–203, 252**

Konzernergebnis **85, 87–88, 121, 123–124, 155–156, 191**

Konzernstruktur **34–35**

Kurzfristiges operatives Nettovermögen (Trade Net Working Capital) **38–40, 97, 142–143, 253**

L

Leasing **100, 175–180, 215–217, 224–225**

Lieferanten **60–65, 68–69, 118, 125–126, 148, 203**

Liquidität **40, 98–99, 119–120, 124, 142**

M

Management Beteiligungsprogramm (MPP) **237–238**

Marken **33–35, 43–44, 49–50, 82–86, 134**

Marktkapitalisierung **24, 28–29, 235–236**

Marktpräsenz **36–37**

Mitarbeiter **51–57, 207–209, 251**

N

Nachhaltigkeit **66–71**

Nachtragsbericht **137**

Nettoverschuldung **40, 101–103, 143, 206, 253**

O

Online Store **34, 46–47, 134, 252–253**

Organisationsstruktur **34–35, 60, 228**

P

Produktentwicklung **58–61**

Produktion **62–65, 103, 125–127, 199**

Prognose **137–143**

Prüfungsausschuss **11–14, 16, 18–20**

Q

Qualitätssicherung **65**

R

Risikobericht **112–133**

- Externe Risiken **116–118**
- Finanzielle Risiken **115, 119–125**
- Operative Risiken **125–128**
- Organisatorische Risiken **128–130**

- Strategische Risiken **118–119**

Risikomanagement **18–19, 112–118, 130, 150**

Rückstellungen **157, 178–179, 208–209**

- Pensionsrückstellungen **178, 182, 187, 208–209**

S

Segmentberichterstattung **89–93, 179, 228**

- Amerika **90–91**
- Asien/Pazifik **92–93**
- Europa **89–90**
- Lizenzen **93**

Sponsoring **33, 225**

Standorte **36–37**

Stock Appreciation Rights Program (SAR) **234–237**

Strategie **42–50**

T

Tochtergesellschaften **34, 166–168**

Treasury **41, 98, 119, 134**

U

Übernahmerechtliche Angaben **109–111**

Umsatzentwicklung **78–83, 145, 151, 251**

Umsatzkosten **85, 146, 155, 185**

V

Verbindlichkeiten

- Finanzverbindlichkeiten **96–102, 157**
- Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen **39, 96–97, 105, 148–149, 160, 176–177, 183, 218–220**

Vergütungsbericht **104–108**

Vertriebskanäle **46, 81, 143**

Vorräte **94–97, 148, 157, 174–175, 204, 255**

Vorstand **5–9, 17–18, 21, 104–108, 240**

W

Währungsumrechnung **170**

Werthaltigkeitstest **197–202**

Z

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente **94–95, 157, 160, 205–206**

Zinsen **146, 172, 187**

- Zinsergebnis **85, 87, 146–147, 155, 187, 221**

GRAFIK- UND TABELLENVERZEICHNIS

Zielerreichung und Prognose **U1**

1

AN UNSERE AKTIONÄRE

- 01|01** Teilnahme Aufsichtsrats- und Aufsichtsratsausschusssitzungen 2014 **S. 12**
- 01|02** Basisinformationen HUGO BOSS Aktie **S. 24**
- 01|03** ISIN, WKN und Börsenkürzel HUGO BOSS Aktie **S. 24**
- 01|04** Kursentwicklung **S. 25**
- 01|05** HUGO BOSS Aktie im Vergleich **S. 26**
- 01|06** Aktionärsstruktur zum 31. Dezember **S. 28**
- 01|07** Regionaler Split der Investorenbasis zum 31. Dezember **S. 28**
- 01|08** Marktkapitalisierung zum 31. Dezember **S. 29**
- 01|09** Dividende je Aktie **S. 29**

2

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT – KONZERNPROFIL

- 02|01** HUGO BOSS Vertriebsformate **S. 34**
- 02|02** HUGO BOSS Konzernstruktur **S. 35**
- 02|03** Hauptstandorte/Weltweite Marktpräsenz **S. 36, S. 37**
- 02|04** Zentrale Steuerungsgrößen des HUGO BOSS Konzerns **S. 38**
- 02|05** Definition Free Cashflow **S. 39**
- 02|06** Definition kurzfristiges operatives Nettovermögen **S. 39**
- 02|07** Entwicklung wesentlicher Steuerungsgrößen **S. 40**
- 02|08** HUGO BOSS Wachstumsstrategie **S. 43**
- 02|09** HUGO BOSS Markenpositionierung **S. 43**
- 02|10** Umsatz nach Vertriebskanälen **S. 46**
- 02|11** Omnichannel-Ansatz **S. 47**
- 02|12** Umsatz nach Regionen **S. 48**
- 02|13** Anzahl Mitarbeiter zum 31. Dezember **S. 52**
- 02|14** Mitarbeiter nach Funktionsbereichen zum 31. Dezember **S. 53**
- 02|15** Gewerbliche und kaufmännische Mitarbeiter zum 31. Dezember **S. 53**

- 02|16** Mitarbeiter nach Regionen zum 31. Dezember **S. 54**
- 02|17** Mitarbeiterstatistik **S. 54**
- 02|18** Produktentstehungsprozess bei HUGO BOSS **S. 58**
- 02|19** Anzahl Mitarbeiter F&E zum 31. Dezember **S. 61**
- 02|20** F&E-Aufwendungen **S. 61**
- 02|21** F&E-Aufwendungen **S. 61**
- 02|22** Regionale Verteilung des Beschaffungs- und Produktionsvolumens **S. 64**
- 02|23** Verantwortliches Handeln **S. 66**

3

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT – DAS GESCHÄFTSJAHR

- 03|01** Umsatzentwicklung **S. 78**
- 03|02** Umsatzentwicklung nach Quartalen **S. 79**
- 03|03** Umsatz nach Regionen **S. 80**
- 03|04** Umsatz nach Regionen – Fünfjahresübersicht **S. 80**
- 03|05** Umsatz nach Vertriebskanälen **S. 81**
- 03|06** Umsatz nach Vertriebskanälen – Fünfjahresübersicht **S. 81**
- 03|07** Umsatz nach Marken **S. 82**
- 03|08** Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte **S. 84**
- 03|09** Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte nach Regionen **S. 84**
- 03|10** Gewinn- und Verlustrechnung **S. 85**
- 03|11** Rohertragsmarge **S. 86**
- 03|12** Bereinigte EBITDA-Marge **S. 87**
- 03|13** EBITDA vor Sondereffekten nach Quartalen **S. 87**
- 03|14** Ergebnis je Aktie **S. 88**
- 03|15** Umsatz Europa **S. 89**
- 03|16** Umsatzanteile Europa 2014 **S. 89**
- 03|17** Ergebnisentwicklung Europa **S. 90**
- 03|18** Umsatz Amerika **S. 90**
- 03|19** Umsatzanteile Amerika 2014 **S. 90**

03 20	Ergebnisentwicklung Amerika S. 91
03 21	Umsatz Asien/Pazifik S. 92
03 22	Umsatzanteile Asien/Pazifik 2014 S. 92
03 23	Ergebnisentwicklung Asien/Pazifik S. 93
03 24	Umsatz Lizenzen S. 93
03 25	Ergebnisentwicklung Lizenzen S. 93
03 26	Bilanzstruktur zum 31. Dezember – Aktiva S. 94
03 27	Vorräte zum 31. Dezember S. 95
03 28	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zum 31. Dezember S. 95
03 29	Bilanzstruktur zum 31. Dezember – Passiva S. 96
03 30	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zum 31. Dezember S. 96
03 31	Kurzfristiges operatives Nettovermögen S. 97
03 32	Finanzierungsstärke zum 31. Dezember S. 99
03 33	Free Cashflow S. 100
03 34	Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. Dezember S. 101
03 35	Nettoverschuldung zum 31. Dezember S. 101
03 36	Investitionen S. 102
03 37	Investitionen nach Funktionsbereichen S. 102
03 38	Investitionen nach Regionen S. 103
03 39	Pensionsaufwendungen S. 107
03 40	HUGO BOSS Risikopolitik S. 113
03 41	Bewertungskriterien der Unternehmensrisiken S. 114
03 42	Risikobereiche S. 115
03 43	Entwicklung und Zusammensetzung Gesamtrisikoposition S. 115
03 44	Zinssensitivitäten zum 31. Dezember S. 121
03 45	Exposure und Sensitivitäten zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2014 S. 123
03 46	Exposure und Sensitivitäten zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2013 S. 124
03 47	Zielerreichung und Prognose S. 143
03 48	Regionale Umsatzentwicklung S. 145
03 49	Gewinn- und Verlustrechnung HUGO BOSS AG S. 146
03 50	Kapitalflussrechnung HUGO BOSS AG S. 149

4

KONZERNABSCHLUSS

04 01	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung S. 155
04 02	Konzerngesamtergebnisrechnung S. 156
04 03	Konzernbilanz S. 157
04 04	Eigenkapitalveränderungsrechnung S. 158, S. 159
04 05	Kapitalflussrechnung S. 160

5

WEITERE ANGABEN

HUGO BOSS Zehnjahresübersicht **U3**

KONTAKTE

INVESTOR RELATIONS

Telefon +49 (0) 7123 94 – 80903

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 – 80237

BESTELLSERVICE FÜR GESCHÄFTSBERICHTE

Bestellservice.hugoboss.com

IMPRESSUM

HUGO BOSS AG

Dieselstraße 12
72555 Metzingen

Telefon +49 (0) 7123 94 – 0

Fax +49 (0) 7123 94 – 2014

www.hugoboss.com

KONZEPTION UND GESTALTUNG

hw.design, München

www.hwdesign.de

FOTOS

Ulrich Bentele, Dani Brubaker, Marzio De Santis,
Pierre Debusschere, Patrick Dembski,
Alessandro Garofalo/Indigitalimages.com/Style.com,
Peter Lindbergh, Jamie McGregor Smith,
Shinji Miyamoto, Toni Nüsse, Andreas Pohlmann,
Sonny Vandeveld, Inez van Lamsweerde & Vinoodh
Matadin, Johannes Vogt

Getty Images, Hunter & Gatti, Patrick McMullan,
The Collective Shift, HUGO BOSS AG

PRODUKTION

Elanders GmbH, Waiblingen
www.elanders-germany.com



FINANZKALENDER 2015

12.

MÄRZ

Bilanzpresse- und
Analystenkonferenz

6.

MAI

Veröffentlichung des Berichts
zum ersten Quartal 2015

12.

MAI

Hauptversammlung

4.

AUGUST

Veröffentlichung des
Halbjahresfinanzberichts 2015

3.

NOVEMBER

Veröffentlichung des
Neunmonatsberichts 2015

HUGO BOSS ZEHNJAHRESÜBERSICHT

	2014	2013
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	2.571,6	2.432,1
Umsatz nach Segmenten		
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	1.566,5	1.457,3
Amerika	586,6	570,1
Asien/Pazifik	360,8	346,8
Lizenzen	57,7	57,9
Umsatz nach Vertriebskanälen		
Konzerneigener Einzelhandel	1.471,3	1.314,1
Großhandel	1.042,6	1.060,1
Lizenzen	57,7	57,9
Ertragslage (in Mio. EUR)		
Rohertrag	1.699,1	1.579,6
Rohertragsmarge in %	66,1	64,9
EBITDA	571,5	561,4
EBITDA vor Sondereffekten	590,8	564,7
Bereinigte EBITDA-Marge in % ¹	23,0	23,2
EBIT	448,7	456,2
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	333,3	329,0
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 31. Dezember (in Mio. EUR)		
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	503,0	431,8
Langfristige Vermögenswerte	660,3	611,5
Eigenkapital	843,9	740,3
Eigenkapitalquote in %	50,8	49,3
Bilanzsumme	1.661,8	1.501,3
Finanzlage und Dividende (in Mio. EUR)		
Free Cashflow	268,4	230,0
Nettoverschuldung (zum 31. Dezember)	35,7	57,0
Investitionen	134,7	185,3
Abschreibungen	122,8	105,3
Finanzierungsstärke (zum 31. Dezember) ²	0,1	0,1
Ausschüttungssumme	249,8 ³	230,5
Weitere Erfolgsfaktoren		
Mitarbeiter (zum 31. Dezember)	12.990	12.496
Personalaufwand (in Mio. EUR)	514,4	483,1
Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte	1.041	1.010
Aktien (in EUR)		
Ergebnis je Aktie		
Stammaktie	4,83	4,77
Vorzugsaktie	–	–
Dividende je Aktie		
Stammaktie	3,62 ⁴	3,34
Vorzugsaktie	–	–
Schlusskurs (zum 31. Dezember)		
Stammaktie	101,70	103,50
Vorzugsaktie	–	–
Aktienanzahl in Stück (zum 31. Dezember)		
Stammaktie	70.400.000	70.400.000
Vorzugsaktie	0	0

¹ EBITDA vor Sondereffekten/Konzernumsatz.

² Nettoverschuldung/EBITDA vor Sondereffekten.

³ Dividendenvorschlag.

⁴ Sonderausschüttung von zusätzlich 345,1 Mio. EUR bzw. 5,00 EUR je Stamm- und Vorzugsaktie.

