
Wir erzielten 2002 das drittbeste Ergebnis unserer Unternehmensgeschichte

Dr. Bruno Sälzer

Vorsitzender des Vorstands
der HUGO BOSS AG

in der Hauptversammlung am 27. Mai 2003



Meine sehr verehrten Damen und Herren,

ich begrüße Sie sehr herzlich, auch im Namen meiner Kollegen im Vorstand, zur Hauptversammlung der HUGO BOSS AG.

Für Ihr Interesse, das Sie damit an unserer Gesellschaft zeigen, danke ich Ihnen.

Mode ist ein visuelles Phänomen. Eine Modebotschaft lebt von ihrem visuell-emotionalen Erlebniswert. Solche Erlebniswerte lassen sich am besten durch Bilder zeigen. Aus diesem Grund liegt ein Einstieg in die Welt von HUGO BOSS über einen Film zu unseren Marken und unseren Aktivitäten immer nahe und wir wollen das auch in diesem Jahr wieder so halten.

Film

Meine Damen und Herren, das Jahr 2002 war für den Weltmarkt der Herrenmode, in dem wir 94% unseres Umsatzes erzielen, ein ganz besonderes Jahr.

Dieser Markt war nach Jahren stetigen Wachstums erstmals rückläufig,

nominal mit einem Rückgang von etwa 3%. Das ist bei vermutlicher Preisstabilität gleichzeitig der reale Wert.

Der deutsche Herrenbekleidungsmarkt erlebte mit annähernd 10% Rückgang den größten Einbruch in

Das Jahr 2002 war für den Weltmarkt der Herrenmode ein ganz besonderes Jahr

seiner Geschichte. Erstmals war das gehobene Segment gleichermaßen betroffen.

In diesem schwierigen Marktumfeld haben wir uns gut behauptet:

▷ Im Umsatz wurde das Vorjahresniveau mit $-0,1\%$ erreicht, währungsbereinigt hätte sich ein Plus von $1,3\%$ ergeben.

▷ Mit einem Jahresüberschuss von 75 Mio. EUR liegen wir zwar $30,6\%$ unter Vorjahr, erzielten aber sowohl absolut als auch in Prozent vom Umsatz das drittbeste Ergeb-

nis unserer Unternehmensgeschichte.

▷ Der Free Cashflow vor Dividende erreichte mit 61 Mio. EUR einen all-time-high-Wert, im Vorjahr lagen wir noch im Minus mit einem Wert von 47 Mio. EUR.

▷ Wir haben eine Marktpräsenz in 108 Ländern und sind damit sicherlich das international am breitesten aufgestellte Unternehmen in unserem Bereich.

▷ 581 HUGO BOSS Shops in 70 Ländern erzielten 26% des Konzernumsatzes. Mit diesen Shops hat der Kunde einen besonderen Ort des Erlebens der HUGO BOSS Modephilosophie. Darin enthalten sind inzwischen auch 70 eigene HUGO BOSS Shops, die 6% zum Konzernumsatz beitragen.

▷ Unsere eigene Marktpräsenz mit Showrooms in 16 Ländern sichert uns die erfolgsentscheidende Kunden- und Marktnähe.

Damit zeigen sich die für unser Geschäft wichtigsten Konzernkennzahlen Umsatz, Jahresüberschuss und

Free Cashflow im langfristigen Vergleich wie folgt:

Zunächst der Konzernumsatz. Sie sehen hier unser deutliches Wachstum ab dem Jahr 1996 und die Stagnation im letzten Jahr.

Dann die Entwicklung des Jahresüberschusses, hier die Jahre 2001 und 2002 nach IAS.

Nicht zuletzt der Free Cashflow, der aussagt, wieviel liquide Mittel erwirtschaftet wurden.

Er gibt den Rahmen vor, in welchem sich die drei Größen Investitionskraft, Schuldentilgungsfähigkeit und Gewinnausschüttungspotential bewegen dürfen, ohne dass es zu einer zusätzlichen Kapitalaufnahme kommen muss. Die sehr deutliche Steigerung des Free Cashflow auf 61 Mio. EUR wurde überwiegend durch den Abbau von Forderungen und durch ein erfolgreiches Warenmanagement erreicht, zwei Kennziffern, die sich insbesondere in wirtschaftlich schwierigen Zeiten gerade in unserer Branche häufig in die andere Richtung entwickeln.

Vor allem durch das bewusste Management des Free Cashflow können wir eine Dividende auf der Höhe des Vorjahres vorschlagen.

Vor allem durch dieses bewusste Management des Free Cashflow können wir eine Dividende auf der Höhe des Vorjahres vorschlagen.

Die Entwicklung unserer Märkte stellt sich im Einzelnen wie folgt dar:

Deutschland war mit 7% rückläufig, in den anderen europäischen Ländern konnte ein Umsatzzuwachs von 4% erzielt werden. Von dem 12%igen Rückgang in Amerika waren 4% währungsbedingt.

Ein deutlich zweistelliges Umsatzwachstum ergab sich für die übrigen Regionen mit 28% und für die Lizenzzerträge mit 25%.

Sie sehen in den beiden rechten Spalten, dass Deutschland im Jahr 2002 für 25% unseres Geschäfts steht, vor sieben Jahren lag der Anteil noch bei 37%. Seit 1995 sind wir vor allem in den anderen europäischen Ländern überdurchschnittlich gewachsen, so stieg deren Anteil von 33% im Jahr 1995 auf 41% im Jahr 2002.

Im Umsatz nach Marken zeigt BOSS Man eine stabile Entwicklung, BOSS Woman war im Übergangsjahr 2002 mit –24% deutlich rückläufig, HUGO ist mit einem Plus von 16% auf 98 Mio. EUR gewachsen, BALDESSARINI blieb auf Vorjahresniveau.

Im Umsatz nach Marken zeigt BOSS Man eine stabile Entwicklung. BOSS Woman war im Übergangsjahr 2002 mit –24% deutlich rückläufig.

Mit unserer Kernmarke BOSS Man waren wir im Jahr 2002 in 4300 Einzelhandelsgeschäften in 108 Ländern vertreten.

Der Anteil der freizeitorientierten Bekleidung bei BOSS Man liegt inzwischen bei 41% gegenüber 29% im Jahr 1995.

Im Segment der gehobenen Herrenbekleidung haben wir mit BOSS Man einen Weltmarktanteil von 13% und sind damit das führende Unternehmen.

Mit BOSS Woman waren wir im Jahr 2002 in 49 Ländern in 530 Geschäften vertreten. Die Integration des BOSS Woman Geschäfts in die Struktur der HUGO BOSS Organisation ist inzwischen abgeschlossen.

Die Neuausrichtung von Kollektionsaussage, Marketing, Passform, Verarbeitungsqualität, Produktions- und Logistikstruktur erfolgt nach Plan. Der Break-Even mit BOSS Woman soll im zweiten Halbjahr 2003 erreicht werden.

Wir sind im Jahr 2002 mit HUGO, unserer jungen und trendigen Marke,

in 44 Ländern in 1.030 Geschäften vertreten. HUGO Woman erreicht bereits 28% Umsatzanteil.

HUGO ist mit einem Plus von 16% auf 98 Mio. EUR gewachsen. BALDESSARINI blieb auf Vorjahresniveau.

BALDESSARINI, unsere Linie im Luxussegment, wird in 32 Ländern in 140 Geschäften verkauft, davon in zwei BALDESSARINI Shops in Frankfurt und Amsterdam, sowie in 23 HUGO BOSS Shops.

Die Gewinn- und Verlustrechnung zeigt, dass durch die um einen Prozentpunkt gesunkene Rohermargen und durch die gestiegenen betrieblichen Aufwendungen das Betriebsergebnis mit 118 Mio. EUR 29% unter dem Niveau des Vorjahres lag.

Davon wurden im Geschäftsjahr 2002 einmalige Aufwendungen in Höhe von 13 Mio. USD bei unserer Tochtergesellschaft in den USA gebucht, die dem Geschäftsjahr 2001 zuzuordnen waren. Maßgeblich dafür waren unzureichende Bewertungsabschlüsse auf Umlauf- und Anlagevermögen, Risikorückstellungen sowie in geringerem Maße Bestandsdifferenzen.

Bei der durchschnittlichen Beschäftigtenzahl ergab sich eine Steigerung von 4.240 auf 4.754 Mitarbeiter bei insgesamt gestiegenen Personalkosten von 6%, auch am Standort Deutschland ergab sich eine Zunahme, insbesondere wegen der Integration von BOSS Woman und im Logistikbereich.

Meine Damen und Herren, soweit zu den wichtigsten Kennziffern des Jahres 2002.

Ich möchte nun noch auf drei Sonderthemen des vergangenen Jahres eingehen. Zunächst einige Anmerkungen zum Corporate Governance Kodex:

Dieser Kodex dient dazu, die unternehmensinternen Leitungs- und

Überwachungsregeln transparenter zu machen. Seine Empfehlungen sind nach unserer Einschätzung weitestgehend sachgerecht und praxisorientiert.

Wir haben uns im vergangenen Jahr intensiv in Vorstand und Aufsichtsrat mit diesem Kodex auseinandergesetzt. Hierbei konnten wir auf ein bereits bestehendes Regelwerk aus Geschäftsordnungen für den Aufsichtsrat und den Vorstand sowie auf Vorschriften unserer Satzung zurück-

Die Satzungsänderungen, die dieser Hauptversammlung zum Beschluss vorliegen, dienen zur weiteren Erfüllung der Empfehlungen des Corporate Governance Kodex.

greifen. Die für die Einhaltung der Kodex-Empfehlungen notwendigen Anpassungen der Geschäftsordnungen haben wir noch im letzten Jahr durchgeführt. Die Satzungsänderungen, die dieser Hauptversammlung zum Beschluss vorliegen, dienen zur weiteren Erfüllung der Kodex-Empfehlungen.

Die HUGO BOSS AG hat entsprechend der Vorschrift des § 161 Aktiengesetz bereits für das Geschäftsjahr 2002 erklärt – abgesehen von wenigen Ausnahmen – mit den Empfehlungen des deutschen Corporate Governance Kodex übereinzustimmen bzw. diesen durch Satzungsänderungen in dem bekannt gegebenen Rahmen zu erfüllen.

Zum Zweiten, einige Anmerkungen zur Aktionärsklage gegen die HUGO BOSS AG in den USA. Der Hintergrund ist folgender:

Im Juli 2002 wurde von einem deutschen Staatsangehörigen eine so genannte „Shareholders Class Action“, also eine Aktionärs-Gruppenklage gegen den ehemaligen Geschäftsführer und den ehemaligen Finanzleiter der HUGO BOSS USA und gegen die HUGO BOSS AG vor dem Bundesgericht in New York erhoben. Inzwischen insgesamt sechs

Kläger, alle aus Europa, behaupten, durch die Nichtbekanntgabe von Verlusten in der U.S. Tochtergesellschaft der HUGO BOSS AG Kursverluste bei ihren HUGO BOSS -Aktien erlitten zu haben.

Wir rechnen uns gute Chancen für eine Abweisung der Aktionärsklage gegen die HUGO BOSS AG in den USA aus.

Wir haben Prozessanwälte in den USA beauftragt, um der Klage entgegenzutreten. Wir sind der Ansicht, dass das Bundesgericht in New York in dieser Sache nicht zuständig ist, weil unsere Aktien nicht in den USA gehandelt werden.

Aus diesem Grund haben wir in Deutschland Klage mit dem Ziel erhoben, dass das Fehlen von Ansprüchen gegen die HUGO BOSS AG festgestellt wird.

Nachdem im Januar dieses Jahres die erste mündliche Verhandlung in New York stattgefunden hat, prüft das Bundesgericht zurzeit, ob die Sammelklage gegen die HUGO BOSS AG und die ehemaligen Mitarbeiter von HUGO BOSS USA in den USA zugelassen wird oder nicht. Mit einer Entscheidung hierüber ist nicht vor Herbst 2003 zu rechnen.

Wir rechnen uns gute Chancen für eine Abweisung der Sammelklage aus.

Zum Dritten schließlich einige Anmerkungen zur Kursentwicklung der HUGO BOSS Aktien, die sich 2002 schlechter als die DAX- und MDAX-Indizes entwickelt haben. Die Gründe dafür sind Ihnen bekannt. Das schwache konjunkturelle Umfeld für Bekleidung, vor allem für Herrenbekleidung, die nicht vorhersehbaren Bewertungsabschläge und Risikorückstellungen in den USA sowie insbesondere die noch nicht eingetretenen Erwartungen für BOSS Woman waren dafür maßgeblich.

Im langfristigen Vergleich sehen Sie das Outperformen unserer Aktie

gegenüber dem DAX mit unserem Einstieg in die Damenbekleidung im Frühjahr/Sommer 2000. Diese Logik ist zunächst in einem optimistischen Umfeld für den Aktienmarkt sehr verständlich, weil der Weltmarkt der Damenbekleidung im oberen Segment deutlich größer ist als der entsprechende Herrenbereich.

Die Erwartungen an unsere Möglichkeiten, die sich in dieser Kurssteigerung ausgedrückt haben, waren aus heutiger Sicht allerdings zu hoch.

Das Licht am Ende des Tunnels ist hier aber sichtbar. So steigt unser Kurs seit Jahresanfang auch stärker als der DAX.

Wir wollen 2003 im Umsatz in lokaler Währung das Vorjahresniveau erreichen und planen einen Ergebniszuwachs nach Steuern von mindestens 10%.

Meine Damen und Herren, zu den Aussichten für das Geschäftsjahr 2003:

Wir gehen weiterhin davon aus, dass eine nachhaltige wirtschaftliche Belebung in den großen Konsumgütermärkten nicht zu erwarten ist und von daher auch keine positiven Impulse auf den Bekleidungsmarkt ausgehen können. SARS, Terrorismusängste und das daraus folgende geringere Reiseaufkommen betreffen einen unserer wichtigsten Kunden, den international reisenden Geschäftsmann.

Dennoch wollen wir im Umsatz in lokaler Währung, also unter der Annahme unveränderter Wechselkurse, das Vorjahresniveau erreichen und planen einen Ergebniszuwachs nach Steuern von mindestens 10%.

HUGO BOSS ist Innovation, Kreativität und Faszination. Kontinuierlicher Markenaufbau und kompromisslose Qualität haben uns zu einem der weltweit erfolgreichsten Modeunternehmen gemacht.

Der konsequenten Fortsetzung dieser Markenphilosophie fühlt sich

auch das heutige Management verpflichtet. Wir sind sicher, aus der gegenwärtig schwierigen Marktlage weiter gestärkt hervorzugehen.

Die herausragende Stellung unseres Unternehmens ist das Verdienst von Menschen, die mit hohem Ein-

satz ihre Arbeit tun. Kreativ im Design, exzellent in Produktion und Logistik, professionell in Marketing und Vertrieb, effizient in der Führung.

Im Namen des Vorstands danke ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr beispielhaftes Engage-

ment und Ihnen, meine Damen und Herren, für Ihre Aufmerksamkeit.

Die Rede bezieht sich auf die bei der Hauptversammlung gezeigte Präsentation, deren Folien im Internet unter www.hugoboss.com abrufbar sind.