

H U G O B O S S

GESCHÄFTS
BERICHT

20
20

HUGO BOSS

AUF EINEN BLICK

OPERATIVES ERGEBNIS (EBIT)¹

- 126 Mio. EUR
2019: 355 Mio. EUR

INVESTITIONEN

80 Mio. EUR
2019: 192 Mio. EUR

ONLINE-GESCHÄFTSBERICHT



Unser Geschäftsbericht erscheint auch als Online-Version mit vielen interaktiven Features.

www.geschaeftsbericht-2020.hugoboss.com

KONZERNUMSATZ

1.946 Mio. EUR
2019: 2.884 Mio. EUR

FREE CASHFLOW

164 Mio. EUR
2019: 457 Mio. EUR

MITARBEITER

~ 13.800

ANTEIL FRAUEN

60%

ANTEIL MÄNNER

40%

¹ Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte im Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen von COVID-19 auf das eigene Einzelhandelsgeschäft. Unter Berücksichtigung der Wertminderungen beläuft sich das EBIT auf minus 236 Mio. EUR (2019: 344 Mio. EUR).

1

AN UNSERE AKTIONÄRE

- 5 Brief an die Aktionäre
- 9 Vorstand
- 10 Bericht des Aufsichtsrats
- 17 Aufsichtsrat
- 18 HUGO BOSS am Kapitalmarkt

2

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

- 24 Konzernprofil
 - 24 Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur
 - 29 Konzernstrategie
 - 36 Unternehmenssteuerung
 - 40 Mitarbeiter
 - 45 Forschung und Entwicklung
 - 49 Beschaffung und Produktion
 - 52 Nachhaltigkeit
- 55 Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung
- 68 Wirtschaftsbericht
 - 68 Gesamtwirtschaftliche Lage und Branchenentwicklung
 - 71 Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf
 - 74 Ertragslage
 - 83 Vermögenslage
 - 85 Finanzlage
 - 90 HUGO BOSS AG
- 93 Prognosebericht
- 96 Risiko- und Chancenbericht
- 116 Gesamtaussage des Vorstands zur wirtschaftlichen Lage und voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns

3

CORPORATE GOVERNANCE

- 119 Corporate Governance und Erklärung zur Unternehmensführung
- 129 Vergütungsbericht
- 143 Rechtliche Angaben

4

KONZERNABSCHLUSS

- 147 Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung
- 148 Konzerngesamtergebnisrechnung
- 149 Konzernbilanz
- 150 Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung
- 151 Konzernkapitalflussrechnung
- 152 Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2020
 - 167 Erläuterungen zur Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung
 - 174 Erläuterungen zur Konzernbilanz
 - 206 Sonstige Erläuterungen
- 212 Vorstand
- 213 Aufsichtsrat
- 214 Weitere Angaben zu den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern
- 215 Offenlegung
- 216 Anteilsbesitz der HUGO BOSS AG

5

WEITERE ANGABEN

- 219 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
- 220 Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers
- 230 Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit
- 233 Allgemeine Anmerkungen
- 233 Zukunftsgerichtete Aussagen
- 234 Zehnjahresübersicht
- 235 Kontakte
- 235 Impressum
- 236 Finanzkalender 2021

4 An unsere Aktionäre

23	Zusammengefasster Lagebericht
118	Corporate Governance
146	Konzernabschluss
218	Weitere Angaben

KAPITEL 1 / 4 – 22

AN UNSERE AKTIONÄRE

5 Brief an die Aktionäre

9 Vorstand

10 Bericht des Aufsichtsrats

17 Aufsichtsrat

18 HUGO BOSS am Kapitalmarkt

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE



Yves Müller, Sprecher des Vorstands

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

für HUGO BOSS war 2020 zweifelsohne ein anspruchsvolles Jahr. Die Pandemie stellt schließlich auch für unser Unternehmen eine beispiellose Ausnahmesituation dar. Nach einem äußerst erfreulichen Start in das Geschäftsjahr führte die rasche Ausbreitung von COVID-19 zu einer erheblichen Beeinträchtigung unseres Geschäfts. So mussten wir infolge der Lockdowns nahezu sämtliche unserer weltweiten Verkaufspunkte vorübergehend schließen. Gleichzeitig sank die Kaufbereitschaft vieler Kunden wegen der deutlichen Einschränkung des öffentlichen Lebens, der wichtigen Social-Distancing-Maßnahmen und der internationalen Reisebeschränkungen. All dies lastete spürbar auf unserer operativen und finanziellen Entwicklung. Dennoch sind wir auch im vergangenen Jahr bei der Umsetzung unserer strategischen Initiativen deutlich vorangekommen. Wir haben die Begehrlichkeit unserer Marken BOSS und HUGO weiter erhöht und unser vielfältiges Angebot noch besser auf die Wünsche unserer Kunden ausgerichtet.

Was mir besonders am Herzen liegt: Wir sind der unternehmerischen Verantwortung von HUGO BOSS jederzeit vollumfänglich nachgekommen. Priorität hatten dabei stets die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter, Kunden, Geschäftspartner und Aktionäre. Deshalb haben wir bereits zu Beginn der Pandemie schnell und entschlossen gehandelt. Unseren Mitarbeitern in der Verwaltung haben wir zum Beispiel das regelmäßige Arbeiten von zuhause ermöglicht. Zudem haben wir umfangreiche Vorsichtsmaßnahmen ergriffen und Abstands- und Hygieneregeln eingeführt, um ein möglichst sicheres Arbeitsumfeld für unser globales Fertigungs-, Logistik- und Einzelhandelspersonal zu schaffen. Und zum Schutz der Gesundheit unserer Aktionärinnen und Aktionäre haben wir im vergangenen Jahr unsere Hauptversammlung erstmalig vollständig virtuell umgesetzt. Darüber hinaus war es uns wichtig, gerade in dieser schwierigen Zeit einen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten. So haben wir in der ersten Hochphase der Pandemie unsere Produktion in Deutschland und der Türkei vorübergehend auf die Herstellung von Stoffmasken und Behelfskleidung umgestellt, die wir anschließend an öffentliche Einrichtungen gespendet haben.

Gleichzeitig haben wir zu einem frühen Zeitpunkt alle Hebel in Bewegung gesetzt, um die finanzielle Stabilität und Flexibilität von HUGO BOSS während der Pandemie zu sichern. So haben wir sehr schnell umfangreiche Maßnahmen eingeleitet, um unseren Cashflow zu schützen, und diese im weiteren Jahresverlauf erfolgreich umgesetzt. Wir haben unsere operativen Aufwendungen deutlich verringert, nicht geschäftskritische Investitionen aufgeschoben und den Bestandszufluss spürbar verringert. All dies hat dazu beigetragen, dass wir jederzeit über ausreichende Liquidität verfügten und das Jahr 2020 letztlich mit einem positiven Free Cashflow in Höhe von 164 Mio. EUR abgeschlossen haben. Zusätzliche Kreditlinien, die wir uns im Laufe des Jahres gesichert hatten, haben wir deshalb bis heute nicht beansprucht.

„Auch 2020 haben wir deutliche Fortschritte bei der Umsetzung unserer strategischen Initiativen erzielt.“

Trotz der spürbar negativen Auswirkungen der Pandemie auf unser Geschäft haben wir auch im vergangenen Jahr deutliche Fortschritte bei der Umsetzung unserer strategischen Initiativen erzielt – vor allem im wichtigen Onlinegeschäft sowie im Wachstumsmarkt China. Mit einem währungsbereinigten Umsatzplus von nahezu 50 % entwickelte sich unser eigenes Onlinegeschäft äußerst dynamisch und legte im dritten Jahr in Folge deutlich zweistellig zu. Erstmals in unserer Geschichte ist es uns gelungen, mit unseren Onlineumsätzen auf Jahressicht die Marke von 200 Mio. Euro zu durchbrechen. Dazu trug auch die erfolgreiche Expansion unseres Online-Flagships hugoboss.com in 32 weitere Märkte bei. Nach dem Lockdown im ersten Quartal verzeichnete zudem unser Geschäft auf dem chinesischen Festland eine starke Dynamik. Bereits im zweiten Quartal gelang uns dort die Rückkehr zu deutlich zweistelligem Wachstum. Insgesamt legten unsere Umsätze auf dem chinesischen Festland 2020 währungsbereinigt um 5 % zu.

Aus Markensicht stand im vergangenen Jahr ganz klar die weitere Steigerung der Begehrlichkeit von BOSS und HUGO im Mittelpunkt sämtlicher Initiativen. Da wir im Zuge der Pandemie auf viele physische Events verzichten mussten, lag unser Fokus mehr denn je auf den sozialen Medien. Vor allem unsere exklusiven Kollaborationen mit Marken und Botschaftern zahlen sich mehr und mehr aus. Es freut mich, dass wir mit Hollywood-Schauspieler Chris Hemsworth den ersten globalen Markenbotschafter für die BOSS Menswear gewonnen haben. In dieser Rolle wird der 37-jährige Australier das Gesicht weltweiter Kampagnen sein, die Relevanz der Marke insbesondere bei jüngeren Käufern weiter erhöhen und unserem wichtigen Casualwear-Geschäft kräftigen Auftrieb geben. Das gleiche Ziel verfolgen wir mit den jüngst geschlossenen Partnerschaften von BOSS mit der amerikanischen Sportswear-Marke Russell Athletic und der Profi-Basketballliga NBA. Wir haben die Kollektionen in jeweils enger Zusammenarbeit entwickelt und sind überzeugt, dass sie mit ihrem klaren Fokus auf Streetstyle die Strahlkraft der Casualwear von BOSS zusätzlich stärken werden – global, vor allem aber auf dem wichtigen US-Markt.

Gleichzeitig haben wir im vergangenen Jahr unsere operativen Prozesse noch effizienter und flexibler gestaltet – vor allem weil wir das Potenzial der Digitalisierung immer stärker ausschöpfen. Wir entwickeln unsere Produkte bereits heute zu mehr als 50 % digital und verkürzen dadurch zunehmend die Entwicklungszeiten. Ein wichtiger Meilenstein ist die innerhalb von nur acht Wochen erstmals komplett digital entwickelte Casualwear-Kollektion, die BOSS in diesem Sommer auf den Markt bringen wird. Sie belegt eindrucksvoll, wie wir im Zuge der Digitalisierung künftig deutlich schneller auf Markttrends reagieren und damit die Wünsche unserer Kunden noch besser erfüllen können.

Auch wenn das vergangene Jahr stark von den Auswirkungen der Pandemie geprägt war, so haben wir ein wichtiges Thema doch nie aus den Augen verloren – Nachhaltigkeit. Im Gegenteil: Wir haben hier auch 2020 deutliche Fortschritte erzielt. Besonders stolz sind wir darauf, dass HUGO BOSS zum vierten Mal in Folge in den Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World aufgenommen wurde. Damit zählen wir zu den drei nachhaltigsten Unternehmen unserer Branche. Vor allem in unseren Kollektionen wird unser hohes Engagement in der Nachhaltigkeit immer sichtbarer. So haben wir im vergangenen Jahr nicht nur den ersten vollständig veganen Anzug von BOSS auf den Markt gebracht, sondern ermöglichen unseren Kunden mit der „Traceable Wool“-Kollektion auch eine lückenlose Rückverfolgung der Wolle entlang der gesamten Lieferkette. Auch in Zukunft wollen wir mit einem starken Bekenntnis zu Nachhaltigkeit den gestiegenen Kundenwünschen bestmöglich entsprechen und gleichzeitig Mehrwert für Umwelt und Gesellschaft schaffen.

„Wir werden die Casualisierung unseres Geschäftsmodells weiter konsequent vorantreiben.“

Unsere Vision ist und bleibt es, die begehrteste Fashion- und Lifestyle-Marke im Premiumbereich des globalen Bekleidungsmarktes zu sein. Auch in diesem Jahr werden wir unsere strategischen Initiativen weiter umsetzen und dabei die strukturellen Veränderungen unserer Branche berücksichtigen, die durch die Pandemie weiter befeuert werden. So verlagert sich nicht nur das Einkaufsverhalten der Kunden zunehmend in Richtung Online, auch der globale Trend zu einem lässigeren und nachhaltigeren Lebensstil hat einen weiteren Schub erfahren. Wir wollen deshalb auch in Zukunft die Casualisierung unseres Geschäftsmodells weiter vorantreiben – über alle Marken, Gender und Trageanlässe hinweg. Gleichzeitig werden wir alles daran setzen, unsere Erfolgsgeschichte im Onlinegeschäft sowie im wichtigen Wachstumsmarkt China konsequent fortzuschreiben.

Die Umsetzung unserer strategischen Initiativen wird entscheidend sein, um schnellstmöglich zu Umsatz- und Ergebniswachstum zurückzukehren. Auch wenn der weitere Verlauf der Pandemie auf absehbare Zeit unsicher ist, arbeiten wir mit Hochdruck am weiteren Aufschwung unseres globalen Geschäfts. Die Erholung unseres wichtigen stationären Einzelhandels spielt dabei eine besondere Rolle. Unsere mehr als 1.000 eigenen Verkaufspunkte weltweit sind vielerorts nach wie vor spürbar von den Lockdowns und den starken Einschränkungen des öffentlichen Lebens betroffen. Ich bin jedoch fest überzeugt, dass wir auch im laufenden Jahr dank zahlreicher Marken- und Produktinitiativen unsere Kunden weltweit für BOSS und HUGO begeistern werden und unser Geschäft einen spürbaren Aufschwung erfahren wird.

Mit Blick auf die deutlichen Auswirkungen der Pandemie auf Umsatz, EBIT und Free Cashflow und angesichts der anhaltend hohen Unsicherheiten sehen wir uns gezwungen, der Hauptversammlung 2021 vorzuschlagen, auch für das Geschäftsjahr 2020 lediglich die gesetzliche Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie zu zahlen. Eine solche Entscheidung fällt uns alles andere als leicht. Wir halten diese aufgrund der besonderen Umstände jedoch für zwingend notwendig, da sie für unsere finanzielle Stabilität und Flexibilität in dieser herausfordernden Zeit unabdingbar ist. Ungeachtet dessen bleibe ich voller Zuversicht, dass HUGO BOSS auf der Basis einer allgemeinen wirtschaftlichen Erholung und dank seines starken Geschäftsmodells auch zukünftig einen deutlich positiven Free Cashflow generieren wird. Dies wiederum ist die Grundlage, um zukünftig zu einer attraktiven Dividendenpolitik zurückzukehren.

Ich bin fest davon überzeugt, dass wir auch im Jahr 2020 entscheidende Weichen gestellt haben, um den Erfolg von HUGO BOSS langfristig zu sichern und damit nachhaltige Wertsteigerung für Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, zu schaffen. Mein Dank gebührt an dieser Stelle unseren weltweit rund 14.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Dank ihres unermüdlichen Einsatzes und ihres großen Engagements hat HUGO BOSS die Herausforderungen des Jahres 2020 erfolgreich gemeistert. Auch wenn sich durch die Pandemie vieles verändert hat, erlebe ich mehr denn je die enge Verbundenheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit unserem Unternehmen und seinen zwei starken Marken, BOSS und HUGO. Das erfüllt mich mit großem Stolz und ist gleichzeitig die entscheidende Voraussetzung für unseren Erfolg in der Zukunft.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Ihr



Yves Müller

Sprecher des Vorstands

VORSTAND



v. l. n. r.: Oliver Timm, Dr. Heiko Schäfer, Yves Müller, Ingo Wilts

YVES MÜLLER

(Hamburg/Metzingen, Deutschland)
Sprecher des Vorstands

Vorstand für die Bereiche:

Controlling, Finanzen und Steuern, Innenrevision, Investor Relations, Central Services, IT, Risiko- und Versicherungsmanagement, Recht/Compliance, Personal, Unternehmensstrategie, Unternehmenskommunikation

OLIVER TIMM

(Meerbusch/Metzingen, Deutschland)

Vorstand für die Bereiche:

Konzerner eigener Einzelhandel, Wholesale einschließlich E-Commerce, Visual Merchandising, Retail Operations, Real Estate Management, Customer Relationship Management (CRM)

DR. HEIKO SCHÄFER

(Hamburg/Metzingen, Deutschland)

Vorstand für die Bereiche:

Operations, Eigenfertigung, Produktentwicklung und Beschaffung, Nachhaltigkeit und Qualitätsmanagement, Global Logistics

INGO WILTS

(Amsterdam, Niederlande / Metzingen, Deutschland)

Vorstand für die Bereiche:

Creative Management, Lizenzen-Management, Global Marketing, Business Unit BOSS Menswear, Business Unit BOSS Womenswear, Business Unit HUGO

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

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

das Geschäftsjahr 2020 war vor allem von der COVID-19-Pandemie und deren Auswirkungen auf das weltweite Geschäft von HUGO BOSS geprägt. Trotz vieler Unabwägbarkeiten ist der Aufsichtsrat der festen Überzeugung, dass HUGO BOSS die damit verbundenen Herausforderungen im Jahr 2020 gut gemeistert hat. So hat die konsequente Umsetzung der durch den Vorstand bereits zu einem frühen Zeitpunkt eingeleiteten Maßnahmen zur Sicherung des Cashflows die finanzielle Stabilität von HUGO BOSS auch während der Pandemie jederzeit gewährleistet. Gerade in diesen ungewöhnlichen Zeiten war und ist die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat besonders wichtig. Der Aufsichtsrat hat im Jahr 2020 sein **Mandat mit größter Sorgfalt wahrgenommen** und den Vorstand ausführlich beraten sowie dessen Geschäftsführung überwacht. Die ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben hat der Aufsichtsrat umfassend wahrgenommen.

An dieser Stelle möchte ich im Namen des gesamten Aufsichtsrats besonders allen **Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des HUGO BOSS Konzerns** unseren Dank aussprechen. Ihr unermüdlicher Einsatz und Ihre große Leidenschaft – trotz aller beruflicher und privater Einschränkungen – legen den Grundstein für ein erfolgreiches Überwinden der mit der Pandemie einhergehenden Herausforderungen.

Zusammensetzung des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG wurde auf der **ordentlichen Hauptversammlung am 27. Mai 2020** turnusgemäß neu gewählt. Die bisherigen Anteilseignervertreter im Aufsichtsrat Michel Perraudin, Kirsten Kistermann-Christophe und Axel Salzmann standen nicht mehr zur Wahl. Hermann Waldemer, Gaetano Marzotto und Luca Marzotto wurden erneut als Mitglieder des Aufsichtsrats gewählt. Als neue Mitglieder des Aufsichtsrats wurden zudem Iris Eppe-Righi, Christina Rosenberg und Robin J. Stalker von der Hauptversammlung in den Aufsichtsrat entsandt. Die Vertreter der Arbeitnehmer wurden in einer separaten Wahl bereits im März bestimmt und traten ihr Mandat nach der Hauptversammlung in der konstituierenden Sitzung an. Während Fridolin Klumpp nicht mehr zur Wahl stand, wurde Katharina Herzog als neues Mitglied auf Seiten der Arbeitnehmervertreter gewählt. Die reguläre Amtszeit des neu gewählten Aufsichtsrats endet mit Ablauf der ordentlichen Hauptversammlung 2025, die über die Entlastung für das Geschäftsjahr 2024 beschließt. Unmittelbar im Anschluss an die ordentliche Hauptversammlung 2020 wurden in der konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrats Hermann Waldemer zum Vorsitzenden und Sinan Piskin zum stellvertretenden Vorsitzenden gewählt.

Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat

Regelmäßig, zeitnah und umfassend hat uns der Vorstand sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form über alle für die HUGO BOSS AG und die Konzernunternehmen **relevanten Fragen hinsichtlich der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, der Risikoentwicklung und der Compliance** informiert. Unter besonderer Beobachtung und Kontrolle stand dabei die finanzielle Entwicklung des Unternehmens, insbesondere im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie. So wurden dem Aufsichtsrat die für die Abweichung des Geschäftsverlaufs von den ursprünglichen Plänen und Zielen ursächlichen Entwicklungen im Einzelnen erläutert und anhand der vorgelegten Unterlagen geprüft. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses und ich standen in einem engen und regelmäßigen Austausch mit dem Vorstand. Wir wurden über wesentliche Entwicklungen und Entscheidungen zeitnah informiert und haben über diese spätestens in der folgenden Aufsichtsrats- bzw. Ausschusssitzung berichtet.

Alle Mitglieder des Aufsichtsrats hatten stets ausreichend Gelegenheit, sich in den Ausschüssen bzw. Aufsichtsratssitzungen mit den vorgelegten **Berichten und Beschlussvorschlägen** des Vorstands auseinanderzusetzen und eigene Anregungen einzubringen. Etwaige Genehmigungen erfolgten erst nach Rückfragen an den Vorstand sowie ausführlichen Diskussionen mit den Mitgliedern des Vorstands. In dringenden Fällen fasste der Aufsichtsrat Beschlüsse mittels des Umlaufverfahrens. Der Aufsichtsrat wurde unmittelbar und frühzeitig in alle Entscheidungen eingebunden, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung waren.

Themenschwerpunkte der Aufsichtsratssitzungen

Im Geschäftsjahr 2020 fanden vor Antritt des neu gewählten Aufsichtsrats am 27. Mai 2020 insgesamt sechs Aufsichtsratssitzungen in den Monaten März, April und Mai statt. An diesen sechs Sitzungen nahmen stets alle Mitglieder teil. Der neu gewählte Aufsichtsrat trat in den Monaten Mai, Juni, Juli, September und Dezember insgesamt ebenfalls sechsmal zusammen. Auch hier nahmen stets alle Mitglieder teil, abgesehen von Tanja Silvana Nitschke, die an einer Sitzung nicht teilnehmen konnte, jedoch über eine Stimmbotschaft an den Beschlüssen mitwirkte. Im Geschäftsjahr fanden somit insgesamt **12 Aufsichtsratssitzungen** statt, wobei es sich bei der Aufsichtsratssitzung im September um eine zweitägige Sitzung handelte. Darüber hinaus wurde im Dezember ein Beschluss im Umlaufverfahren gefasst.

Der **Prüfungsausschuss** tagte jeweils zweimal in alter und neuer Besetzung. In den insgesamt vier Sitzungen nahmen stets alle Mitglieder teil, mit Ausnahme von Robin J. Stalker, der an einer Sitzung des Prüfungsausschusses nicht teilnehmen konnte. Der **Arbeitsausschuss** kam ebenfalls jeweils zweimal in alter und neuer Besetzung zusammen. Es nahmen stets sämtliche Mitglieder teil. An den insgesamt elf Sitzungen des **Personalausschusses** – sieben mit alter Besetzung und vier mit neuer Besetzung – nahmen stets alle Ausschussmitglieder teil, mit Ausnahme von Anita Kessel, die an einer Sitzung des Personalausschusses nicht anwesend war, jedoch über eine Stimmbotschaft an den Beschlüssen mitwirkte. Der **Nominierungsausschuss** tagte im März einmal unter Anwesenheit aller Mitglieder.

Anteil von Teilnahmen an Sitzungen des Gesamtaufwichtsrats und seiner Ausschüsse¹ (bis zur Hauptversammlung 2020)

Mitglied	Aufsichtsrats- plenum (6)	Prüfungs- ausschuss (2)	Arbeits- ausschuss (2)	Personal- ausschuss (7)	Nominierungs- ausschuss (1)	Teilnahme- quote gesamt (18)
Michel Perraudin, Vorsitzender	6/6	2/2	2/2	7/7	1/1	18/18
Antonio Simina, stellv. Vorsitzender	6/6	2/2	2/2	7/7	–	17/17
Anita Kessel	6/6	–	2/2	–	–	8/8
Kirsten Kistermann-Christophe	6/6	–	–	–	–	6/6
Fridolin Klumpp	6/6	2/2	–	–	–	8/8
Gaetano Marzotto	6/6	–	–	–	1/1	7/7
Luca Marzotto	6/6	–	2/2	7/7	–	15/15
Tanja Silvana Nitschke	6/6	–	–	–	–	6/6
Sinan Piskin	6/6	–	2/2	7/7	–	15/15
Axel Salzmann	6/6	–	–	–	–	6/6
Martin Sambeth	6/6	–	–	–	–	6/6
Hermann Waldemer	6/6	2/2	2/2	–	–	10/10

¹ Der Vermittlungsausschuss tagte im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht.

Anteil von Teilnahmen an Sitzungen des Gesamtaufsichtsrats und seiner Ausschüsse¹ (ab der Hauptversammlung 2020)

Mitglied	Aufsichtsrats- plenum (6)	Prüfungs- ausschuss (2)	Arbeits- ausschuss (2)	Personal- ausschuss (4)	Nominierungs- ausschuss (0)	Teilnahme- quote gesamt (14)
Hermann Waldemer, Vorsitzender	6/6	2/2	2/2	4/4	0/0	14/14
Sinan Piskin, stellv. Vorsitzender	6/6	2/2	2/2	4/4	–	14/14
Iris Epple-Righi	6/6	–	2/2	–	–	8/8
Katharina Herzog	6/6	–	2/2	–	–	8/8
Anita Kessel	6/6	–	–	3/4	–	9/10
Gaetano Marzotto	6/6	2/2	–	–	0/0	8/8
Luca Marzotto	6/6	–	2/2	4/4	–	12/12
Tanja Silvana Nitschke	5/6	–	2/2	–	–	7/8
Christina Rosenberg	6/6	–	–	4/4	–	10/10
Martin Sambeth	6/6	2/2	–	–	–	8/8
Antonio Simina	6/6	2/2	–	4/4	–	12/12
Robin J. Stalker	6/6	1/2	–	–	–	7/8

¹ Der Vermittlungsausschuss tagte im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht.

Die **Sitzung des Aufsichtsrats Anfang März 2020** befasste sich schwerpunktmäßig mit dem Jahresabschluss der HUGO BOSS AG und des HUGO BOSS Konzerns zum 31. Dezember 2019 sowie dem Prüfungsbericht des Abschlussprüfers. In dieser Sitzung wurden der Jahresabschluss und der Konzernabschluss der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2019 gebilligt und damit der Jahresabschluss festgestellt. Darüber hinaus wurde der Bericht des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung erörtert und verabschiedet. Nach Prüfung der Unabhängigkeit des vorgeschlagenen Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2020 wurden die Vorschläge für die Beschlussfassung der Hauptversammlung der HUGO BOSS AG, die zunächst für den 7. Mai 2020 vorgesehen war, verabschiedet. Weitere Themen waren die erneute Bestellung von Yves Müller als Vorstand bis Ende 2023 sowie die Bestellung von Dr. Heiko Schäfer als Vorstand zum 16. März 2020.

In der **Sitzung Ende März 2020** befasste sich der Aufsichtsrat mit dem Ausscheiden von Mark Langer als Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG sowie der konkreten Nachfolgeplanung. Ferner wurde eine mögliche Verschiebung der Hauptversammlung 2020 vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie diskutiert.

In zwei **Sitzungen Anfang April 2020** beschloss der Aufsichtsrat zunächst über die Maßnahmen zur Sicherung der finanziellen Stabilität des Konzerns während der COVID-19-Pandemie, die Aussetzung der Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2019 mit Ausnahme der gesetzlichen Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR pro Aktie und die Thesaurierung des im Jahr 2019 erzielten Gewinns. Auch wurde beschlossen, die Hauptversammlung auf den 27. Mai 2020 zu verlegen und, vor dem Hintergrund der Pandemie, erstmalig virtuell durchzuführen. In diesem Zusammenhang wurde zudem beschlossen, der Hauptversammlung die Modernisierung der Satzung vorzuschlagen, um eine Teilnahme an der Hauptversammlung bzw. Abstimmung der Stimmrechte künftig auch ohne physische Präsenz zu ermöglichen. In der kurz darauffolgenden Sitzung wurde die entsprechend angepasste Einberufung für die verschobene virtuelle Hauptversammlung beschlossen, nachdem die Modalitäten einer virtuellen Hauptversammlung ausführlich diskutiert worden sind.

In seiner **Sitzung Anfang Mai 2020** befasste sich der Aufsichtsrat neben der aktuellen Geschäftsentwicklung auch mit den laufenden Vorbereitungen für die virtuelle Hauptversammlung. Darüber hinaus wurde die Nachfolgeplanung für den Posten des Vorstandsvorsitzenden erörtert. In der **Sitzung unmittelbar vor der Hauptversammlung im Mai 2020** wurde der Erhöhung des laufenden Konsortialkredits sowie dem Abschluss weiterer Kreditlinien zur Gewährleistung der finanziellen Flexibilität von

HUGO BOSS während der Pandemie zugestimmt. Daneben wurden einzelne Modalitäten der virtuellen Hauptversammlung beschlossen. Unmittelbar **im Anschluss an die Hauptversammlung im Mai 2020** kam der neugewählte Aufsichtsrat zu seiner konstituierenden Sitzung zusammen. Dort wurden neben der Wahl des Vorsitzenden und des Stellvertreters auch die Besetzung der Ausschüsse bestimmt.

In seiner **Sitzung Mitte Juni 2020** befasste sich der Aufsichtsrat auf Vorschlag des Personalausschusses mit der Bestellung von Daniel Grieder zum Vorstandsvorsitzenden der HUGO BOSS AG. Ferner fanden diverse Onboarding-Veranstaltungen statt, in denen die neu gewählten Mitglieder des Aufsichtsrats mit den Strukturen des Unternehmens, den Geschäftsbereichen und der Strategie eingehend vertraut gemacht wurden. Außerdem hatten sie unter anderem die Möglichkeit, an einer Führung am Firmensitz in Metzingen teilzunehmen. Daneben gab es verschiedene Informationsveranstaltungen etwa zu den Rechten und Pflichten als Mitglied des Aufsichtsrats. Darüber hinausgehende individuelle Fortbildungsmaßnahmen wurden im Geschäftsjahr nicht durchgeführt.

In je einer **Sitzung Ende Juni 2020 sowie Anfang Juli 2020** beschloss der Aufsichtsrat zunächst die Bestellung von Oliver Timm als Vorstand zum 1. Januar 2021. Ebenfalls befasste er sich mit dem auf den 15. Juli 2020 vorgezogenen Wechsel von Mark Langer in eine Beraterrolle sowie seines Ausscheidens aus dem Vorstand. In diesem Zusammenhang beschloss der Aufsichtsrat auch, dass Yves Müller bis zum Amtsantritt von Daniel Grieder die Rolle des Sprechers des Vorstands übernehmen soll. Für die damit einhergehende erhöhte Arbeitsbelastung sowie die zusätzliche Verantwortung wird Yves Müller eine allein im Ermessen des Aufsichtsrats stehende Sonderzahlung gewährt.

Themenschwerpunkte der **Sitzung im September 2020** bildeten die aktuelle Geschäftsentwicklung, die Umstellung auf ein neues Arbeitsmodell („Threedom of Work“) am Firmensitz in Metzingen, das den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verstärkt mobiles Arbeiten ermöglichen soll, die Umsetzung der bevorstehenden BOSS Fashionshow in Mailand, die künftige Ausrichtung der BOSS Womenswear und der dazugehörigen Marketingaktivitäten, sowie das Nachhaltigkeitsprogramm des Konzerns. Außerdem wurden die Prüfungsschwerpunkte für das Geschäftsjahr 2020 beschlossen.

In der **Sitzung des Aufsichtsrats im Dezember 2020** wurde das Budget für das Geschäftsjahr 2021 erörtert und verabschiedet. Darüber hinaus wurde eine mit Genehmigung durch die Hauptversammlung 2021 geplante Anpassung des Vergütungssystems des Vorstands diskutiert. Außerdem wurden die auf der Grundlage eines Fragebogens erhobenen und von einem externen Anbieter ausgewerteten und vorgestellten Ergebnisse der Effizienzprüfung des Aufsichtsrats eingehend diskutiert. Die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) sowie die Planung der Themenschwerpunkte der Internen Revision für 2021 wurden erörtert und beschlossen. Ebenfalls diskutiert wurde der im Jahr 2020 überarbeitete konzerninterne Verhaltenskodex und dessen Verbindlichkeit auch für den Aufsichtsrat beschlossen.

Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und die damit verbundene Geschäftsentwicklung, das Liquiditätsmanagement sowie die aktuelle Risikolage des Unternehmens wurden in den Sitzungen des Aufsichtsrats regelmäßig im Detail erörtert und, soweit erforderlich, verabschiedet. In den Sitzungen des Aufsichtsrats wurde zudem regelmäßig ausführlich über die Inhalte jeweils vorangegangener Ausschusssitzungen berichtet. Daneben beschäftigte sich der Aufsichtsrat im Jahr 2020 vor allem mit der Investitionsplanung, einzelnen Investitionsprojekten, der Kapitalstruktur, den Kostenplanungen, Compliance-Fragen und den Anforderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK).

Arbeit der Ausschüsse im Geschäftsjahr 2020

Um seine Aufgaben effizient wahrzunehmen, hat der Aufsichtsrat **fünf Ausschüsse** gebildet: einen Prüfungsausschuss, einen Personalausschuss, einen Arbeitsausschuss, einen Nominierungsausschuss und den gesetzlich erforderlichen Vermittlungsausschuss. Soweit gesetzlich zulässig und sofern ihnen entsprechende Befugnisse übertragen wurden, entscheiden die Ausschüsse anstelle des Gesamtaufichtsrats. Ansonsten bereiten sie Entscheidungen und Themenbereiche für den Gesamtaufichtsrat vor. Die jeweiligen Ausschussvorsitzenden berichteten dem Aufsichtsrat regelmäßig umfassend über die Ausschussarbeit.

Der **Prüfungsausschuss** tagte im Geschäftsjahr 2020 insgesamt viermal. Gegenstand seiner Sitzungen waren vor allem die Rechnungslegung der HUGO BOSS AG und des Konzerns für die Jahres-, Halbjahres- sowie Quartalsabschlüsse und -berichte, die Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses, die Überwachung des Risikomanagement- und internen Kontrollsystems sowie Fragen der Compliance und des Risikomanagements. Des Weiteren hat der Prüfungsausschuss die Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers eingeholt und sich von dessen Unabhängigkeit überzeugt. Neben der Festlegung der Prüfungsschwerpunkte für den Jahres- und Konzernabschluss 2020 sowie der Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer wurden erlaubte Nichtprüfungsleistungen sowie eine Honorarobergrenze für Nichtprüfungsleistungen beschlossen. Außerdem wurden die Ergebnisse der prüferischen Durchsicht der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung besprochen.

Der **Personalausschuss** kam zu insgesamt elf Sitzungen zusammen. Dabei befasste er sich schwerpunktmäßig mit der Verteilung der Zuständigkeiten für die Geschäftsbereiche, der Vorbereitung der Erneuerung der Vorstandsverträge, der Zielerreichung für das abgelaufene Geschäftsjahr sowie der Vorbereitung der Zielvereinbarungen für den Vorstand. Daneben befasste er sich mit der Auflösung des Vorstandsvertrags von Mark Langer sowie der Neubesetzung des Postens des Vorstandsvorsitzenden und der Suche nach einem Vertriebsvorstand. Auch die geplante Anpassung des Vergütungssystems für den Vorstand war Gegenstand der Sitzungen.

Der **Arbeitsausschuss** kam im Geschäftsjahr zu insgesamt vier Sitzungen zusammen, in denen er sich mit der jeweils aktuellen Geschäftsentwicklung, der Strategie sowie der Vorbereitung der Hauptversammlung beschäftigte. Darüber hinaus wurden die Entwicklungen im Onlinegeschäft und im Kundenbeziehungsmanagement (CRM), die Organisationsstruktur des Konzerns sowie die im Zuge der Pandemie aufgelegten Maßnahmen zur Sicherung des Cashflows behandelt. Auch die Effizienzprüfung des Aufsichtsrats und die Corporate-Governance-Erklärung wurden im Rahmen des Arbeitsausschusses besprochen.

Der **Nominierungsausschuss** tagte im Frühjahr des abgelaufenen Geschäftsjahrs einmal, um die anstehenden Neuwahlen des Aufsichtsrats vorzubereiten.

Der **Vermittlungsausschuss** tagte im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht.

Corporate Governance

Der Aufsichtsrat befasste sich ebenso mit den **Corporate-Governance-Grundsätzen** im Unternehmen. Im Dezember 2020 gaben Vorstand und Aufsichtsrat eine neue Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) ab. Auf Seite 119 findet sich die Erklärung zur Unternehmensführung mit den Ausführungen zur Corporate Governance. Der Aufsichtsrat entschied in Bezug auf die vom DCGK empfohlene jährliche Effizienzprüfung der Aufsichtsrats Tätigkeit bei der bewährten Methodik der Prüfung mittels eines umfangreichen Fragebogens zu bleiben. Die von unternehmensexterner Seite durchgeführte Auswertung der ausgefüllten Fragebögen und der darin enthaltenen Verbesserungsvorschläge wurde in der Aufsichtsratsitzung Anfang im Dezember 2020 eingehend analysiert und diskutiert. Der Aufsichtsrat kam dabei zu einem insgesamt positiven Ergebnis.

Interessenkonflikte

Im Geschäftsjahr 2020 sind **keine Interessenkonflikte** bei Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern aufgetreten. Gemäß Deutschem Corporate Governance Kodex (DCGK) wären diese dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen. Darüber hinaus wäre die Hauptversammlung zu informieren.

Jahres- und Konzernabschlussprüfung 2020

Die Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, hat den Konzernabschluss 2020 der HUGO BOSS AG, der vom Vorstand gemäß § 315e HGB auf Grundlage der internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS aufgestellt wurde, unter Einbeziehung der Buchführung ordnungsgemäß geprüft und einen **uneingeschränkten Bestätigungsvermerk** erteilt. Gleiches gilt für den gemäß den Vorschriften des HGB aufgestellten Jahresabschluss 2020 der HUGO BOSS AG sowie den zusammengefassten Lagebericht 2020 für die HUGO BOSS AG und den Konzern. Den Prüfungsauftrag dazu hatte der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 27. Mai 2020 vergeben. Dabei wurde mit dem Abschlussprüfer vereinbart, dass der Vorsitzende des Prüfungsausschusses über mögliche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe während der Prüfung hätte unverzüglich unterrichtet werden müssen, soweit solche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe nicht unverzüglich beseitigt worden wären. 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 hätte des Weiteren den Aufsichtsrat zu informieren beziehungsweise in seinem Prüfungsbericht zu vermerken, wenn er bei der Durchführung der Abschlussprüfung Tatsachen festgestellt hätte, die eine Unrichtigkeit der von Vorstand und Aufsichtsrat abgegebenen Erklärung nach § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG ergeben hätten. Im Geschäftsjahr gab es jedoch keine entsprechenden Berichte des Abschlussprüfers. Des Weiteren hat der Aufsichtsrat sich von der Unabhängigkeit des Prüfers überzeugt. Behandelt wurde ferner die Vergabe von Aufträgen für nicht prüfungsbezogene Dienstleistungen an den Abschlussprüfer. Sämtliche Abschlussunterlagen, der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands sowie der Prüfungsbericht des Abschlussprüfers lagen dem Aufsichtsrat rechtzeitig vor.

Der Jahresabschluss, der Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns, der Konzernabschluss und der zusammengefasste Lagebericht 2020 für die HUGO BOSS AG und den Konzern, der auch die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung für die HUGO BOSS AG und den Konzern enthält, und der Prüfungsbericht wurden vorab im Prüfungsausschuss und dann im Plenum des Aufsichtsrats im Beisein des Abschlussprüfers eingehend erörtert und geprüft. Der Abschlussprüfer berichtete dabei über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung, insbesondere im Hinblick auf die vom Prüfungsausschuss für das Geschäftsjahr festgelegten Prüfungsschwerpunkte. Er stand darüber hinaus für Fragen und weitere Auskünfte zur Verfügung. Wesentliche Schwächen des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems und Risikomanagements wurden dabei nicht festgestellt. Umstände, die eine Befangenheit

des Abschlussprüfers hätten verursachen können, lagen ebenfalls nicht vor. Schließlich erläuterte er die Leistungen, die er im abgelaufenen Geschäftsjahr zusätzlich zu den Abschlussprüfungsleistungen erbrachte. Dem Ergebnis des Abschlussprüfers wurde zugestimmt. Der Aufsichtsrat erhebt nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung keine Einwendungen.

Der Aufsichtsrat billigte daher in seiner Sitzung vom 10. März 2021 die vom Vorstand aufgestellten **Abschlüsse für das Geschäftsjahr 2020**. Damit ist der Jahresabschluss der HUGO BOSS AG für das Geschäftsjahr 2020 nach § 172 AktG festgestellt.

Für das Geschäftsjahr 2020 hat der Vorstand eine **zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung** für die HUGO BOSS AG und den Konzern erstellt und in den zusammengefassten Lagebericht 2020 aufgenommen. Der Aufsichtsrat hat die Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, mit einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit (*limited assurance*) dieser Erklärung beauftragt. Alle Aufsichtsratsmitglieder haben die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung für die HUGO BOSS AG und den Konzern für das Geschäftsjahr 2020 und den Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über die Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit rechtzeitig erhalten. Über die Erklärung und den Prüfungsvermerk von Ernst & Young wurde im Aufsichtsratsplenum am 10. März 2021 beraten. An dieser Erörterung nahmen die Prüfer von Ernst & Young teil und präsentierten die Prüfungsergebnisse. Aufgrund eigener Prüfung der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung für die HUGO BOSS AG und den Konzern wurden keine Einwendungen erhoben und das Ergebnis der Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, zustimmend zur Kenntnis genommen.

Danke

Im Namen des Aufsichtsrats danke ich den Mitgliedern des Vorstands sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren hohen persönlichen Einsatz und ihr großes Engagement. Den Arbeitnehmervertretern der HUGO BOSS AG danke ich für die konstruktive Zusammenarbeit im Geschäftsjahr 2020.

Abschließend möchte ich Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, meinen Dank für Ihr Vertrauen in unser Unternehmen aussprechen.

Metzingen, den 10. März 2021

Für den Aufsichtsrat



Hermann Waldemer

Vorsitzender des Aufsichtsrats

AUFSICHTSRAT

Aufsichtsrat

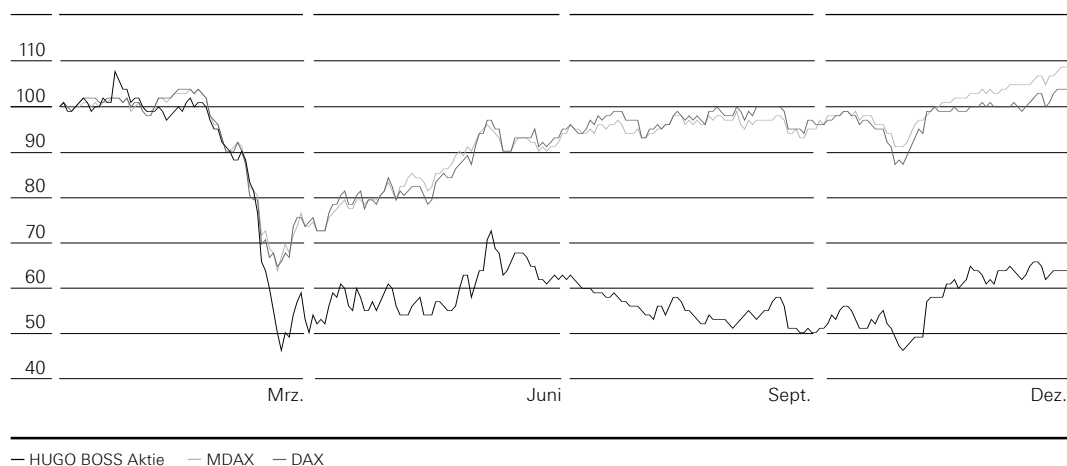
Aktionärsvertreter	Arbeitnehmervertreter	Ausschüsse des Aufsichtsrats ¹
<p>Hermann Waldemer (Blitzingen, Schweiz) Managementberater, Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit Mai 2020), Mitglied seit 2015</p> <p>Iris Epple-Righi (München, Deutschland) Managementberaterin, Mitglied seit 2020</p> <p>Gaetano Marzotto (Mailand, Italien) Aufsichtsratsvorsitzender Gruppo Santa Margherita S.p.A., Fossalta di Portogruaro, Italien, Mitglied seit 2010</p> <p>Luca Marzotto (Venedig, Italien) Vorstandsvorsitzender Zignago Holding S.p.A., Fossalta di Portogruaro, Italien, Mitglied seit 2010</p> <p>Christina Rosenberg (München, Deutschland) Managementberaterin innotail, München, Deutschland, Mitglied seit 2020</p> <p>Robin J. Stalker (Oberreichenbach, Deutschland) Chartered Accountant, Mitglied seit 2020</p> <p>Michel Perraudin (Hergiswil, Schweiz) Managementberater, Vorsitzender des Aufsichtsrats, (bis Mai 2020), Mitglied von/bis 2015/2020</p> <p>Kirsten Kistermann-Christophe (Oberursel, Deutschland) Managing Director Société Générale S.A., Frankfurt am Main, Deutschland, Mitglied von/bis 2015/2020</p> <p>Axel Salzmann (Großhansdorf, Deutschland) Finanzvorstand Hensoldt Holding GmbH, Taufkirchen, Deutschland, Mitglied von/bis 2015/2020</p>	<p>Sinan Piskin (Metzingen, Deutschland) Kaufmännischer Angestellter/ Stellvertretender Betriebsrats- vorsitzender HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit Mai 2020), Mitglied seit 2008</p> <p>Katharina Herzog (Reutlingen, Deutschland) Director Group Finance & Tax HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, Mitglied seit 2020</p> <p>Anita Kessel (Metzingen, Deutschland) Kaufmännische Angestellte HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, Mitglied seit 2015</p> <p>Tanja Silvana Nitschke (Inzigkofen, Deutschland) 1. Bevollmächtigte und Kassiererin der IG-Metall- Geschäftsstelle Reutlingen-Tübingen, Reutlingen, Deutschland, Mitglied seit 2015</p> <p>Martin Sambeth (Tiefenbronn, Deutschland) 2. Bevollmächtigter und Kassierer der IG-Metall- Geschäftsstelle Karlsruhe, Karlsruhe, Deutschland, Mitglied seit 2016</p> <p>Antonio Simina (Metzingen, Deutschland) Schneider/Betriebsratsvorsitzender HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats (bis Mai 2020), Mitglied seit 1985</p> <p>Fridolin Klumpp (Caslano, Schweiz) Business Director BOSS Womenswear HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, Mitglied von/bis 2015/2020</p>	<p>Arbeitsausschuss</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hermann Waldemer (Vorsitz) • Iris Epple-Righi • Katharina Herzog • Luca Marzotto • Tanja Silvana Nitschke • Sinan Piskin <p>Nominierungsausschuss</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hermann Waldemer (Vorsitz) • Gaetano Marzotto <p>Personalausschuss</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hermann Waldemer (Vorsitz) • Anita Kessel • Luca Marzotto • Sinan Piskin • Christina Rosenberg • Antonio Simina <p>Prüfungsausschuss</p> <ul style="list-style-type: none"> • Robin J. Stalker (Vorsitz) • Gaetano Marzotto • Sinan Piskin • Martin Sambeth • Antonio Simina • Hermann Waldemer <p>Vermittlungsausschuss (gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hermann Waldemer (Vorsitz) • Anita Kessel • Gaetano Marzotto • Sinan Piskin

¹ seit Mai 2020.

HUGO BOSS AM KAPITALMARKT

- Wichtigste deutsche Indizes mit einstelligen Zugewinnen im Börsenjahr 2020
- Auswirkungen der COVID-19-Pandemie belasten Kursentwicklung der HUGO BOSS Aktie
- Investor-Relations-Website gewinnt renommierten Award

Kursentwicklung 2020 (Index: 31. Dezember 2019 = 100)



Der Start in das **Börsenjahr 2020** war für den Kapitalmarkt durchaus vielversprechend. Unterstützt durch eine allgemein geringe Arbeitslosigkeit, das weiterhin niedrige Zinsniveau, nachlassende Handelsspannungen zwischen den USA und China sowie die Hoffnung auf eine nahe Brexit-Lösung, konnte das hohe Kursniveau des Vorjahres auch zu Beginn des Jahres 2020 zunächst fortgesetzt werden. Mit der globalen **Ausbreitung von COVID-19** nahm diese Entwicklung jedoch ein abruptes Ende. Fortan wurde das Börsenjahr 2020 zu großen Teilen von den Auswirkungen der Pandemie bestimmt, wobei der DAX und der MDAX Mitte März jeweils auf ein Jahrestief sanken und zudem den niedrigsten Stand seit mehr als vier Jahren verzeichneten. Angesichts der raschen Umsetzung **umfangreicher fiskal- und wirtschaftspolitischer Maßnahmen** konnten beide Indizes eine zügige Erholung im Laufe des Jahres verzeichnen und innerhalb weniger Monate auf Vorkrisenniveau zurückkehren. Gegen Ende des Jahres wurde dieser Aufwärtstrend jedoch ein Stück weit gedämpft. Einerseits beflügelten Nachrichten rund um den **Ausgang der US-Wahlen** und die Einführung verschiedener Impfstoffe weiter die Märkte, andererseits trübten steigende Infektionszahlen und die daraufhin vor allem in Europa veranlassten erneuten Lockdowns die wirtschaftliche Stimmung. Trotz des starken Kursrückgangs im März legte der DAX auf Jahressicht insgesamt um 4% und der MDAX um 9% zu.

HUGO BOSS Aktie im Vergleich (Veränderung in %)

	1 Jahr	3 Jahre	5 Jahre	10 Jahre
HUGO BOSS Aktie	-37	-62	-64	-52
DAX	4	6	28	98
MDAX	9	18	48	204
MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods	21	57	106	187

Der **MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index**, der die Kursentwicklung wesentlicher Unternehmen des Bekleidungs- und Luxusgütersegments abbildet, konnte trotz der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie im Jahr 2020 mit einem Wachstum von 21 % deutlich zulegen. Dabei entwickelten sich vor allem die Aktien des von den Auswirkungen der Pandemie vergleichsweise wenig beeinträchtigten Luxusgütersektors äußerst robust.

Basisinformationen HUGO BOSS Aktie

	2020	2019
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)	27,29	43,26
Höchstkurs	46,66	67,02
Tiefstkurs	19,63	36,35
Marktkapitalisierung (31. Dezember) in Mio. EUR	1.921	3.046
Ergebnis je Aktie in EUR	-3,18	2,97
Kurs-Gewinn-Verhältnis²	-8,6	14,6
Dividende je Aktie in EUR³	0,04	0,04
Dividendenrendite in %^{2,3}	0,1	0,1
Ausschüttungssumme in Mio. EUR³	3	3

¹ Xetra.

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

³ 2020: Mit Blick auf das insgesamt äußerst herausfordernde Geschäftsjahr 2020 und angesichts der anhaltend hohen Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem weiteren Verlauf der Pandemie beabsichtigen der Vorstand und Aufsichtsrat von HUGO BOSS der Hauptversammlung vorzuschlagen, lediglich die gesetzliche Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie zu zahlen.

2019: Vor dem Hintergrund der negativen Auswirkungen der Pandemie hatte HUGO BOSS seine Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2019 ausgesetzt, mit Ausnahme der gesetzlichen Mindestdividende von 0,04 EUR je Aktie.

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.

Auch für die **HUGO BOSS Aktie** verlief der Start in das Börsenjahr 2020 zunächst erfreulich, nachdem die Veröffentlichung vorläufiger Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2019 von den Marktteilnehmern positiv aufgenommen worden war. Mit der Ausbreitung von COVID-19 ab Ende Januar geriet die HUGO BOSS Aktie im weiteren Jahresverlauf jedoch zunehmend unter Druck. Weitreichende temporäre Storeschließungen infolge weltweiter Lockdowns, eine deutliche Einschränkung des öffentlichen Lebens sowie internationale Reisebeschränkungen wirkten sich deutlich negativ auf die Geschäftsentwicklung aus und lasteten auf der Kursentwicklung der HUGO BOSS Aktie. Aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen war es HUGO BOSS nicht möglich, den Ausblick für das Geschäftsjahr 2020 aufrechtzuerhalten, woraufhin dieser am 18. März zurückgenommen wurde. Angesichts ermutigender Geschäftszahlen für das dritte Quartal konnte die HUGO BOSS Aktie einen Teil ihrer Kursverluste zum Jahresende wieder ausgleichen. Unterstützt wurde diese Entwicklung durch den Ausgang der US-Wahlen sowie die Hoffnung auf eine zügige Verteilung des Impfstoffes. Folglich schloss die HUGO BOSS Aktie das Börsenjahr 2020 mit einem Kurs von 27,29 EUR. Verglichen mit dem Schlusskurs des Vorjahres entspricht dies einem Rückgang von 37 %.

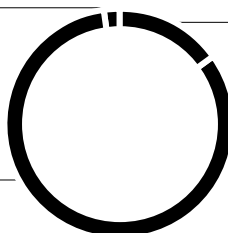
Aktionärsstruktur zum 31. Dezember (in % des Grundkapitals)

2020 (2019)

Eigene Aktien
2 (2)

PFC S.r.l./Zignago Holding S.p.A.
15 (10)

Streubesitz
83 (88)



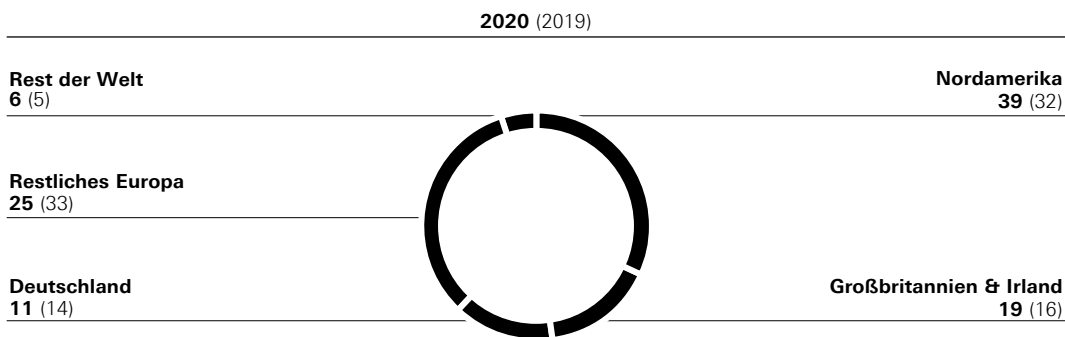
Im Laufe des Jahres 2020 haben die **PFC S.r.l.** und die **Zignago Holding S.p.A.**, die jeweils von der Familie Marzotto kontrolliert werden, ihre strategische Investition in die HUGO BOSS AG weiter ausgebaut. Ihre Stimmrechtsanteile an der HUGO BOSS AG beliefen sich zum 31. Dezember 2020 auf insgesamt 15,45%. Die beiden Gesellschaften haben ihre Anteile durch eine Aktionärsvereinbarung gebündelt (Pooling). Die HUGO BOSS AG selbst hält 1.383.833 Stück **eigene Aktien**, die im Rahmen eines Aktienrückkaufs in den Jahren 2004 bis 2007 erworben wurden. Dies entspricht einem Anteil von 1,97% beziehungsweise 1.383.833 EUR am Grundkapital. Die verbleibenden 82,58% der Aktien befanden sich im **Streubesitz** (Free Float). Davon wurden zum 31. Dezember 2020 laut Stimmrechtsmitteilung vom 3. Juli 2020 Michael Ashley 0,78% der Stimmrechte gemäß § 34 WpHG zugerechnet. Darüber hinaus hielt er zu diesem Zeitpunkt weitere 9,25% der Stimmrechte über Instrumente gemäß § 38 Abs. 1 Nr. 2 WpHG. → **Rechtliche Angaben**

Von der Ermächtigung der Hauptversammlung im Jahr 2015, bis zum 11. Mai 2020 Aktien der HUGO BOSS AG bis zu einem Anteil von 10% des ausstehenden Grundkapitals zu erwerben, machte das Unternehmen bis zum Auslaufen der Ermächtigung keinen Gebrauch. Im Rahmen der Hauptversammlung 2020 wurde HUGO BOSS eine erneute **Ermächtigung zum Aktienrückkauf** bis zu einem Anteil von 10% des ausstehenden Grundkapitals erteilt, die bis zum 26. Mai 2025 befristet ist. Auch davon machte das Unternehmen bis zum 31. Dezember 2020 keinen Gebrauch. → **Rechtliche Angaben**

Im Geschäftsjahr 2020 haben Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats weitere HUGO BOSS Aktien erworben. So hat das Unternehmen insgesamt **18 Mitteilungen gemäß § 15a WpHG** hinsichtlich des Erwerbs oder der Veräußerung von Wertpapieren der HUGO BOSS AG erhalten. Diese wurden auf der Unternehmenswebsite unter kapitalmarktnachrichten.hugoboss.com veröffentlicht. Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats hielten zum Ende des Geschäftsjahrs 2020 zusammen rund 1% der von der HUGO BOSS AG ausgegebenen Aktien. → **Konzernanhang, Textziffer 25**

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2020 erhielt HUGO BOSS **diverse Stimmrechtsmitteilungen** von Investoren. Das Unternehmen hat diese Mitteilungen im Wortlaut auf der Unternehmenswebsite unter kapitalmarktnachrichten.hugoboss.com veröffentlicht.

Regionale Verteilung der institutionellen Investoren (Streubesitz) zum 31. Dezember (in %)



Um die in HUGO BOSS investierten institutionellen Anleger gezielt ansprechen zu können, führt das Unternehmen regelmäßig Analysen der im Free Float gehaltenen Aktien durch. So konnten bei der letzten Analyse rund 96% der Aktien zugeordnet werden. Neben der **regionalen Verteilung der institutionellen Investoren** lässt sich mittels der Analyse auch der Anteil der von Privataktionären gehaltenen Aktien bestimmen. Dieser verringerte sich von 17% im Vorjahr auf 15% im Jahr 2020. Basierend auf dem Aktienregister schätzt das Unternehmen die Gesamtzahl seiner Aktionäre zum 31. Dezember 2020 auf rund 47.000 (2019: rund 40.000).

Die im MDAX gelistete HUGO BOSS Aktie belegte in der Rangliste der Free-Float-bereinigten **Marktkapitalisierung** der Deutschen Börse am Jahresende den 89. Platz (2019: 65. Platz), basierend auf der Gesamtzahl der Unternehmen im DAX, MDAX und SDAX. Bezogen auf das **Handelsvolumen** rangierte die HUGO BOSS Aktie auf dem 59. Platz (2019: 36. Platz). Die **Gewichtung** der Aktie im MDAX belief sich Ende Dezember auf 0,5% (31. Dezember 2019: 1,0%). Im Tagesdurchschnitt wurden im Jahr 2020 rund 600.000 Aktien auf Xetra gehandelt (2019: rund 455.000).

Dividende je Aktie (in EUR)

2020 ¹	■ 0,04
2019 ²	■ 0,04
2018	2,70
2017	2,65
2016	2,60

¹ Mit Blick auf das insgesamt äußerst herausfordernde Geschäftsjahr 2020 und angesichts der anhaltend hohen Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem weiteren Verlauf der Pandemie beabsichtigen der Vorstand und Aufsichtsrat von HUGO BOSS der Hauptversammlung vorzuschlagen, lediglich die gesetzliche Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie zu zahlen.

² Vor dem Hintergrund der negativen Auswirkungen der Pandemie hatte HUGO BOSS seine Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2019 ausgesetzt, mit Ausnahme der gesetzlichen Mindestdividende von 0,04 EUR je Aktie.

Vor dem Hintergrund der negativen Auswirkungen der Pandemie und zur fortwährenden Sicherstellung seiner finanziellen Stabilität hatte HUGO BOSS seine Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2019 ausgesetzt, mit Ausnahme der **gesetzlichen Mindestdividende** von 0,04 EUR je Aktie. Mit Blick auf das insgesamt äußerst herausfordernde Geschäftsjahr 2020 und angesichts der anhaltend hohen Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem weiteren Verlauf der Pandemie beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat, der Hauptversammlung 2021 vorzuschlagen, auch für das Geschäftsjahr 2020 lediglich die gesetzliche Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie zu zahlen. Dadurch will das Unternehmen seine Innenfinanzierungskraft weiter stärken. Gleichzeitig bleibt HUGO BOSS zuversichtlich, mittelfristig zu seiner **ertragsorientierten Dividendenpolitik** zurückzukehren, die darauf abzielt, die Aktionäre angemessen an der Gewinnentwicklung des Konzerns zu beteiligen. → **Prognosebericht**

HUGO BOSS möchte die Kapitalmarktteilnehmer im Rahmen **umfangreicher Kommunikationsmaßnahmen** zeitnah und transparent über aktuelle Entwicklungen des Konzerns informieren. Der Austausch zwischen institutionellen Investoren und HUGO BOSS erfolgt insbesondere im Rahmen nationaler und internationaler Konferenzbesuche sowie zahlreicher Roadshow-Aktivitäten. Zudem präsentiert sich das Unternehmen gezielt interessierten Privatanlegern bei Veranstaltungen in Kooperation mit lokalen Banken und Sparkassen. Aufgrund der Corona-Pandemie wurden diese Veranstaltungen im Jahr 2020 virtuell durchgeführt. Darüber hinaus stellt die **Investor-Relations-Website** group.hugoboss.com/investoren ein wesentliches Kommunikationsinstrument zur Verbreitung ausführlicher Informationen und Kennzahlen dar. Im Jahr 2020 konnte HUGO BOSS im Rahmen der renommierten **IR Magazine Awards (Europe)** in der Kategorie „Best IR website (mid-cap)“ den ersten Platz erreichen. Zudem erhielt das Unternehmen 2020 den **iNOVA Silver Award** in der Kategorie „Online Annual Reports: Premium Apparel“.

KAPITEL 2 / 23 – 117

ZUSAMMEN- GEFASSTER LAGEBERICHT

- 24** Konzernprofil
 - 24** Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur
 - 29** Konzernstrategie
 - 36** Unternehmenssteuerung
 - 40** Mitarbeiter
 - 45** Forschung und Entwicklung
 - 49** Beschaffung und Produktion
 - 52** Nachhaltigkeit
- 55** Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung
- 68** Wirtschaftsbericht
 - 68** Gesamtwirtschaftliche Lage und Branchenentwicklung
 - 71** Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf
 - 74** Ertragslage
 - 83** Vermögenslage
 - 85** Finanzlage
 - 90** HUGO BOSS AG
- 93** Prognosebericht
- 96** Risiko- und Chancenbericht
- 116** Gesamtaussage des Vorstands zur wirtschaftlichen Lage und voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns

Weitere Bestandteile des Zusammengefassten Lageberichts bilden der „Vergütungsbericht“ (S. 129 – 142) sowie das Kapitel „Rechtliche Angaben“ (S. 143 – 145).

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND KONZERNSTRUKTUR

- **Positionierung im Premiumsegment des globalen Bekleidungsmarkts**
- **Strategischer Fokus auf Steigerung der Begehrlichkeit von BOSS und HUGO**
- **Vertrieb über eigenen Einzelhandel und Großhandel – online und stationär**

Geschäftstätigkeit

Als **globales Fashion- und Lifestyle-Unternehmen** im Premiumsegment zählt HUGO BOSS mit seinen rund 13.800 Mitarbeitern zu den führenden Anbietern hochwertiger Damen- und Herrenbekleidung. Die Kollektionen seiner Marken BOSS und HUGO sollen den Kunden eine umfangreiche Auswahl an moderner Konfektion, eleganter Abendbekleidung, legeren Freizeitkollektionen, Schuhen sowie Accessoires bieten. Darüber hinaus werden Lizenzeinnahmen durch den Verkauf von Produkten wie Düften, Brillen, Uhren und Kindermode erwirtschaftet. Die nachhaltige **Steigerung der Markenbegehrlichkeit** steht im Vordergrund sämtlicher Unternehmensaktivitäten und ist Mittelpunkt der Konzernstrategie des in Metzingen (Deutschland) ansässigen Unternehmens. → **Konzernstrategie**

Zur klaren und stringenten Kundenansprache setzt das Unternehmen auf zwei Marken – **BOSS** und **HUGO**. Beide Marken wollen ihren Kunden sowohl in der **Menswear** als auch in der **Womenswear** ein umfangreiches Sortiment an modernen Outfits bieten, damit sie für jeden Anlass perfekt gekleidet sind. Während sich beide Marken durch individuelle Attribute klar voneinander unterscheiden und unterschiedliche Kundengruppen ansprechen, haben sie gleichermaßen hohe Ansprüche an gemeinsame Werte wie Qualität, Passform und Innovation. Neben regelmäßigen Fashion Events sollen Kooperationen mit ausgewählten Unternehmen und einflussreichen Persönlichkeiten die Attraktivität und Bekanntheit von BOSS und HUGO erhöhen. Auch das Thema **Nachhaltigkeit** findet durch die Einhaltung anspruchsvoller sozialer und ökologischer Standards sowie unter speziellen Nachhaltigkeitsaspekten hergestellte Produkte bei beiden Marken hohe Anerkennung. → **Nachhaltigkeit**

BOSS
HUGO BOSS

HUGO
HUGO BOSS

Mit der Marke **BOSS** spricht das Unternehmen einen statusorientierten **Kunden** im gehobenen Premiumsegment an, der sich modern und hochwertig kleiden möchte. BOSS adressiert einen Kunden, der höchste Ansprüche an Qualität und Passform hat und zudem großen Wert auf ein adäquates Preis-Leistungs-Verhältnis und ein erstklassiges Einkaufserlebnis, verbunden mit persönlichem Service, legt. Neben dem klassischen Business-Outfit finden Kunden bei BOSS auch eine breite Auswahl an modernen und stylischen Freizeitlooks.

HUGO zielt im Vergleich zu BOSS auf einen deutlich expressiveren **Kunden** ab, für den der Kleidungsstil ein zentrales Element ist, um die eigene Persönlichkeit auszudrücken. HUGO adressiert einen aufgeschlossenen, individuellen und zeitgemäßen Kunden im Premiumsegment, der vor allem online oder mobil einkauft und sich von sozialen Medien inspirieren lässt. Dieser tendenziell jüngeren Kundenschicht will HUGO Casualwear- und Formalwear-Kollektionen im Bereich Contemporary Fashion anbieten, die sich durch progressive Designs auszeichnen.










Die jeweils vier jährlichen **BOSS und HUGO Kollektionen** sowie weitere themenbasierte Kapselkollektionen werden überwiegend in der Konzernzentrale in Metzingen (Deutschland) entworfen und entwickelt. Für die Innovations- und Entwicklungsarbeit einiger Produktgruppen ist zudem das Kompetenzzentrum in Coldrerio (Schweiz) verantwortlich. Auch die Entwicklung von Kapselkollektionen in Kooperation mit bekannten Marken und Persönlichkeiten gewinnt zunehmend an Bedeutung.

→ **Forschung und Entwicklung**

HUGO BOSS fertigt 17% seines gesamten Beschaffungsvolumens in eigenen Werken. Die **Eigenfertigung** erfolgt dabei an vier Produktionsstandorten in Europa, wobei Izmir (Türkei) den mit Abstand größten Standort darstellt. 83% des Beschaffungsvolumens wird von externen Zulieferern in Lohnfertigung hergestellt oder als Handelsware bezogen. Die Partnerbetriebe sind überwiegend in Asien und Osteuropa angesiedelt. → **Beschaffung und Produktion**

Die Kollektionen von BOSS und HUGO können heute in insgesamt **127 Ländern** erworben werden. Der Konzern gliedert dabei seinen Vertrieb in **drei Absatzregionen**, wobei Europa mit einem Anteil von 63% die umsatzstärkste Region darstellt. In Asien und Amerika werden 18% beziehungsweise 16% des Konzernumsatzes generiert. Über die drei Absatzregionen verteilt, entfallen rund 60% des Umsatzes auf die **sechs Kernmärkte** Deutschland, Großbritannien, USA, China, Frankreich und Benelux, wobei der Heimatmarkt Deutschland das umsatzstärkste Absatzgebiet ist. 3% des Konzernumsatzes entfallen auf das Lizenzgeschäft. → **Ertragslage, Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente**

HUGO BOSS Vertriebsformate

	Eigener Einzelhandel (Retail)	Großhandel
Stationär	 Freistehende Geschäfte In Eigenregie geführte freistehende Geschäfte in bevorzugten Lagen	 Multibrand-Verkaufspunkte Kategoriegeschäft auf Verkaufsflächen mit eingeschränktem eigenen Branding
	 Shop-in-Shops Selbst geführte Shop-in-Shops auf den Flächen von Partnern	 Shop-in-Shops Durch Partner geführte BOSS und HUGO Shop-in-Shops
	 Outlets Verkauf von Waren der Vorsaison in spezialisierten Geschäften in stark frequentierten Randlagen	 Franchise Durch Partner geführte freistehende BOSS und HUGO Geschäfte
Online	 Online-Store hugoboss.com Digitaler Flagship-Store mit separaten Markenwelten für BOSS und HUGO	 Onlinevertrieb durch Partner Vertrieb der Marken BOSS und HUGO durch spezialisierte Onlinehändler
	 Partnerschaften mit Onlinehändlern Eigener Vertrieb im Konzessionsmodell auf Multibrand-Plattformen	

Der Vertrieb der Marken BOSS und HUGO erfolgt sowohl über den eigenen Einzelhandel als auch über den Großhandel, jeweils online als auch stationär. Der **eigene Einzelhandel** wurde in den vergangenen Jahren sukzessive ausgebaut, mit dem Ziel, die Nähe zum Kunden zu erhöhen und ein erstklassiges Einkaufserlebnis zu bieten. Im Jahr 2020 machte das eigene Einzelhandelsgeschäft 66 % des Konzernumsatzes aus (2019: 65 %). Zum Jahresende betrieb der Konzern weltweit 445 **freistehende Einzelhandelsgeschäfte** (2019: 431). Outlets sowie im Rahmen des Konzessionsmodells selbst geführte Shop-in-Shops in Department Stores ergänzen das Storenetzwerk. Durch umfangreiche Omnichannel-Services ist das stationäre Einzelhandelsgeschäft eng mit dem **eigenen Onlinegeschäft** des Unternehmens verknüpft. Für HUGO BOSS ist der weitere Ausbau seines Onlinegeschäfts von großer strategischer Bedeutung, um den Trend zum Onlineshopping konsequent umzusetzen und das damit verbundene Wachstumspotenzial künftig voll auszuschöpfen. Im Jahr 2020 wurde die Expansion des Onlinestores hugoboss.com deutlich vorangetrieben. Insgesamt können Kunden auf hugoboss.com inzwischen in insgesamt 47 Ländern die Markenwelten von BOSS und HUGO erleben und eine breite Auswahl an Produkten erwerben (2019: 15 Länder). → **Konzernstrategie**

Über den **Großhandelskanal** wurden im vergangenen Geschäftsjahr 31 % des Konzernumsatzes erzielt (2019: 32 %). Zu seinen Großhandelspartnern zählt der Konzern Department Stores, Fachhändler und Franchisenehmer. Zudem gewinnt die Zusammenarbeit mit spezialisierten Onlinehändlern verstärkt an Bedeutung. Während Department Stores und Fachhändler BOSS und HUGO entweder in separaten Shop-in-Shops oder im Multibrand-Umfeld vertreiben, führen Franchisenehmer freistehende Geschäfte vor allem in kleineren, nicht durch den eigenen Einzelhandel erschlossenen Märkten. Insgesamt umfasst das Großhandelsgeschäft rund 6.200 Verkaufspunkte (2019: rund 6.300), wobei 243 freistehende Geschäfte von Franchisenehmern geführt werden. Inklusive der eigenen freistehenden Einzelhandelsgeschäfte, Shop-in-Shops und Outlets können Kunden damit BOSS und HUGO Produkte an weltweit rund 7.350 Verkaufspunkten erwerben (2019: rund 7.450). → **Konzernstrategie, → Ertragslage**

Konzernstruktur

Alle wichtigen Leitungsfunktionen sind in der Konzernzentrale in Metzingen (Deutschland) gebündelt. Die Steuerung des Konzerns obliegt der **Muttergesellschaft** HUGO BOSS AG, die als deutsche Aktiengesellschaft über eine duale Führungs- und Kontrollstruktur verfügt. Der Vorstand trägt die Verantwortung für die Steuerung des Konzerns wie auch für die Umsetzung der Strategie. Dessen Geschäftsführung wird wiederum vom Aufsichtsrat überwacht, der dem Vorstand auch beratend zur Seite steht. Des Weiteren setzt sich der HUGO BOSS Konzern, zusätzlich zur HUGO BOSS AG, aus **63 konsolidierten Tochtergesellschaften** zusammen, die die Verantwortung für die lokalen Geschäftstätigkeiten tragen. Hierbei sind 40 Tochtergesellschaften als Vertriebsgesellschaften organisiert, drei als Produktionsgesellschaften. → **Konzernanhang, Konsolidierungskreis**

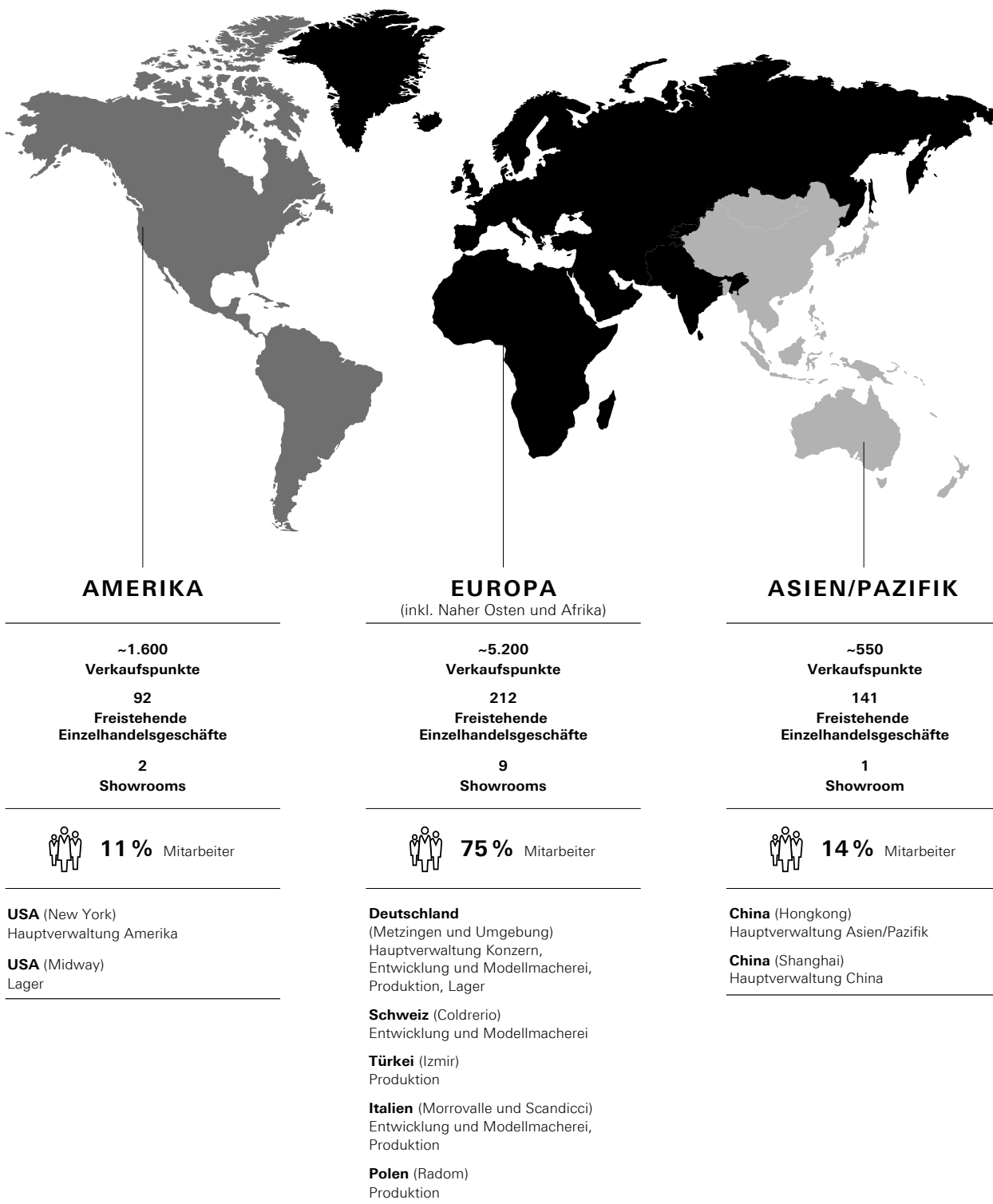
Der HUGO BOSS Konzern ist **regional strukturiert**. Die Regionen Europa inklusive Naher Osten und Afrika, Amerika und Asien/Pazifik sowie das Lizenzgeschäft bilden die Geschäftssegmente des Konzerns.

HUGO BOSS Konzernstruktur

Vorstand				
Zentralbereiche	Beschaffung/Produktion		Innenrevision	
	Brand Management		Investor Relations/Kommunikation	
	Controlling/Risikomanagement		IT	
	Eigener Einzelhandel		Lizenzmanagement	
	Facility Management		Logistik	
	Finanzen/Steuern		Personal	
	Global Marketing		Produktentwicklung	
	Global Sustainability		Recht/Compliance	
	Globales Immobilienmanagement		Unternehmensstrategie	
	Großhandelsvertrieb			
Geschäftssegmente	Europa <small>inkl. Naher Osten/Afrika</small>	Amerika	Asien/Pazifik	Lizenzen
Hubs/Einzelmärkte	Nord-/ Südeuropa	USA/ Kanada/ Lateinamerika	China	
	Zentraleuropa		Südostasien/ Pazifik	

Die in den **Zentralbereichen** der HUGO BOSS AG angesiedelten Funktionen decken alle wesentlichen Teile der Wertschöpfungskette ab, insbesondere die Entwicklung der Kollektionen, deren Produktion und Beschaffung sowie ihre Distribution in die Märkte. Die Ausgestaltung und Umsetzung der zentral entwickelten Konzernstrategie erfolgt marktindividuell, um eine strikte Kundenorientierung sicherzustellen und dynamisch auf marktspezifische Entwicklungen reagieren zu können. Die **einzelnen Märkte** sind in Hubs zusammengefasst, wobei das lokale Management ab dem 1. Januar 2021 direkt an den Chief Sales Officer (CSO) der HUGO BOSS AG berichtet. Dies soll eine enge Abstimmung mit den Zentralfunktionen und kurze Entscheidungswege gewährleisten. Außerdem sind in den Hub-Organisationen und in den Zentralbereichen bestimmte Funktionen länderübergreifend gebündelt, um spezialisierte Kompetenzen möglichst effektiv zu nutzen und Kostensynergien zu erzielen.

Hauptstandorte/Weltweite Marktpräsenz



KONZERNSTRATEGIE

- **Markenbegehrlichkeit von BOSS und HUGO als wichtigster Faktor für langfristigen Erfolg**
- **Digitalisierung, Casualisierung und Nachhaltigkeit sind übergreifende Branchentrends**
- **Fokus auf die erfolgreiche Umsetzung strategischer Prioritäten soll zukünftiges Wachstum vorantreiben**

Die **Vision** von HUGO BOSS ist es, die **begehrteste Fashion- und Lifestyle-Marke** im Premiumbereich des globalen Bekleidungsmarkts zu sein. Der Konzern ist überzeugt, dass die weitere Steigerung der Begehrlichkeit seiner beiden Marken BOSS und HUGO den wichtigsten Faktor für den langfristigen Erfolg des Unternehmens darstellt. Die Konzernstrategie ist daher vollständig auf dieses Ziel ausgerichtet und berücksichtigt dabei Veränderungen des allgemeinen Umfelds und der Kundenerwartungen.

So war das Wachstum der **Premiumbekleidungsbranche** in den letzten Jahren vor allem durch starke Zuwächse im Bereich der Casualwear, angetrieben durch den Aufstieg von Streetwear und Athleisure, gekennzeichnet. Gleichzeitig hat sich das Wachstum im Formalwear-Segment des globalen Bekleidungsmarkts zuletzt spürbar abgeschwächt. Das **Kundenverhalten** und die **Kundenerwartungen** haben sich ebenfalls verändert: Verbraucher nutzen heute überwiegend digitale Kanäle, um sich inspirieren zu lassen und sich über aktuelle Trends sowie die Angebote einzelner Marken auszutauschen. Insbesondere lassen sich Kunden zunehmend durch Markenauftritte in den sozialen Medien inspirieren. Gleichzeitig fordern die Kunden eine zusehends schnellere Abbildung aktueller Trends in den jeweiligen Kollektionen und deren Verfügbarkeit zu jeder Zeit und an jedem Ort – sowohl im stationären Handel als auch online. Darüber hinaus erwarten sie, dass sich sämtliche Vertriebskanäle möglichst nahtlos ergänzen. Im Jahr 2020 hat die **COVID-19-Pandemie** diese übergreifenden Branchentrends zusätzlich verstärkt. Dabei hat sich sowohl das Verbraucherverhalten zunehmend von Offline- zu Online-Käufen verlagert, als auch der globale Trend zu einem lässigeren Lebensstil einen weiteren starken Schub erfahren. Auch die Nachfrage der Kunden nach nachhaltigen Produktangeboten wächst zunehmend.

Drei strategische Prioritäten sollen zukünftiges Wachstum vorantreiben

Konzernstrategie



Um den Veränderungen im Kundenverhalten und den Kundenerwartungen Rechnung zu tragen, konzentriert sich HUGO BOSS auf **drei strategische Prioritäten**. Die konsequente Umsetzung dieser strategischen Prioritäten soll dem Unternehmen eine zügige Rückkehr zu nachhaltigem Wachstum gewährleisten: Die Steigerung der Begehrlichkeit für die beiden Marken BOSS und HUGO, das konsequente Ausschöpfen globaler Wachstumschancen sowohl online als auch stationär, sowie die Förderung der Operational Excellence durch eine Erhöhung der Effizienz entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Der Rahmen für diese Prioritäten wird durch **vier Leitprinzipien** vorgegeben: Die konsequente Fokussierung auf den Kunden, die Verfolgung ehrgeiziger Nachhaltigkeitsprinzipien, die Nutzung von Chancen im Zusammenhang mit innovativen digitalen Lösungen sowie die Weiterentwicklung der Mitarbeiter des Unternehmens.

Steigerung der Markenbegehrlichkeit

Aus **Markensicht** besteht das Hauptziel des Konzerns darin, die Markenbegehrlichkeit zu fördern und die Attraktivität von BOSS und HUGO dadurch langfristig deutlich zu erhöhen. Die Emotionalisierung beider Marken mittels eines neu definierten Marketing-Mix und die Ausschöpfung des globalen Trends der Casualisierung sind in dieser Hinsicht Schlüsselemente.

„Emotionalisierung der Marken“

Um die Markenbegehrlichkeit zu erhöhen und das Profil von BOSS und HUGO insbesondere bei jüngeren Zielgruppen zu stärken, werden sich sämtliche Marketinginitiativen beider Marken künftig auf drei Säulen konzentrieren. Erstens: **Highlight-Events** mit dem wesentlichen Ziel, die Marken zu emotionalisieren und dabei maximale Wirkung auf die Verbraucher in aller Welt zu erzielen. Zweitens: **starke Partnerschaften** mit einflussreichen Persönlichkeiten und wichtigen Meinungsführern und drittens: **exklusive Kooperationen** mit weltweit bekannten und attraktiven Marken und Unternehmen. Dabei werden sich die verschiedenen Kommunikationsinitiativen des Unternehmens primär auf die sozialen Medien konzentrieren und einen starken Schwerpunkt auf emotionales Storytelling legen, um die Identifikation der Kunden mit beiden Marken weiter zu erhöhen.

Emotionale Fashion Events, die **BOSS und HUGO auf globaler Ebene in den Mittelpunkt stellen**, sollen Markenbekanntheit, Reichweite und Wirkung steigern. Die auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnittenen Events finden in renommierten Modemetropolen statt und werden gleichzeitig weltweit über Livestreams und digitale Events auf relevanten sozialen Medien und auf hugoboss.com verbreitet. Ein Paradebeispiel dafür ist die **BOSS Fashion Show**, die letztes Jahr auf der Mailänder Modewoche stattfand. Dort präsentierte BOSS seine Frühjahr/Sommer-2021-Kollektionen für die Womenswear und die Menswear. Das Event wurde auf hugoboss.com, Instagram und erstmals auch auf TikTok live übertragen. Gleichzeitig fand in Shanghai auf den chinesischen digitalen Plattformen WeChat und T-Mall ein **Markenevent** statt. Die Veranstaltung endete mit der Enthüllung einer exklusiven Holiday-Kollektion für 2020, „BOSS x Justin Teodoro“, die für chinesische Kunden im Rahmen einer exklusiven 48-stündigen „See now buy now“-Initiative vorab erhältlich war.

HUGO BOSS macht zudem deutliche Fortschritte bei der Stärkung seines **Portfolios von Markenbotschaftern**. Einflussreiche Persönlichkeiten und wichtige Meinungsführer sollen auch in Zukunft umfangreiche Marketingkampagnen und exklusive Kollektionen für beide Marken begleiten und so die Markenbekanntheit steigern und weltweit für Begeisterung sorgen. Im Januar 2021 gab HUGO BOSS bekannt, dass der Hollywood-Schauspieler **Chris Hemsworth** der erste globale Markenbotschafter für BOSS Menswear wird. In dieser Rolle wird der 37-jährige Australier das internationale Gesicht der für 2021 und 2022 geplanten weltweiten Kampagnen der Marke sein. Bereits im September 2020 hat sich BOSS mit der deutschen Mode-Influencerin **Caro Daur** für eine exklusive Womenswear-Kapsel zusammengetan. Die Kollektion „BOSS curated by Caro Daur“ präsentierte eine frische und moderne Interpretation von BOSS, die bei den weiblichen Kunden der Marke großen Anklang fand. Schließlich brachte HUGO im November 2020 seine dritte Casualwear-Kapsel auf den Markt, die vom globalen

Markenbotschafter, dem britischen Sänger **Liam Payne**, mitgestaltet wurde und die Positionierung von HUGO im wichtigen Contemporary-Fashion-Segment weiter stärken soll. Alle drei Partnerschaften sollen die Markenbegehrlichkeit und das Kundenengagement, insbesondere bei jüngeren Kundengruppen in den sozialen Medien, vorantreiben. → **Forschung und Entwicklung, Kooperationen und Kollaborationen**

Um den weiterentwickelten Marketingansatz des Konzerns abzurunden, wird HUGO BOSS auch künftig auf exklusive Kooperationen mit renommierten **Marken und Unternehmen** setzen. Kürzlich hat sich BOSS mit der amerikanischen Sportswear-Marke **Russell Athletic** zusammengetan. Die erste gemeinsame Kapselkollektion der beiden Marken wird im März 2021 vorgestellt, mit einem klaren Fokus auf Streetstyle. Begleitet von einer Kampagne, die von der Verlags- und Kreativagentur **Highsnobiety** produziert wird, stellt die Zusammenarbeit eine große Chance dar, das Casualwear-Geschäft von BOSS auf globaler Ebene, vor allem aber auf dem wichtigen US-Markt, zu stärken. Dort soll BOSS auch von der kürzlich geschlossenen Partnerschaft der Marke mit der **National Basketball Association (NBA)** profitieren, die 2021 mit zwei eigenen limitierten Kollektionen sichtbar werden wird. Die Kollektionen werden verschiedene Jersey-Styles enthalten, die jeweils mit dem NBA-Logo und dem Emblem eines Teams der Liga versehen sein wird. Als Gesicht der begleitenden Kampagne soll der dreifache NBA-Champion Draymond Green der Golden State Warriors die Strahlkraft der BOSS Casualwear weiter erhöhen. Bereits seit 2019 arbeiten zudem BOSS und der deutsche Autobauer **Porsche** eng zusammen. Neben den regionalen Wurzeln verbindet die beiden Unternehmen der hohe Anspruch an Innovation und perfektes Design. Die Zusammenarbeit umfasst die Entwicklung gemeinsamer Kapsel-Kollektionen, die von den klaren Linien der Porsche-Sportwagen inspiriert sind, sowie die Funktion von BOSS als offizieller Ausstatter des Porsche Formel-E-Motorsportteams.

„Vorantreiben der Casualisierung“

Vor dem Hintergrund der starken globalen Position von BOSS im oberen Segment des Premium-Bekleidungsmarkts und der erfolgreichen Etablierung von HUGO im Bereich Premium-Contemporary-Fashion bieten beide Marken eine breite Palette moderner Outfits. Dazu gehören selbstbewusste Business-Mode, anspruchsvolle Casual-Looks und funktionale Athleisure-Outfits. In den letzten Jahren verzeichneten beide Marken vergleichsweise höhere Wachstumsraten bei der Casualwear als bei der Formalwear, was in erster Linie den **globalen Trend der Casualisierung** widerspiegelt. Schon heute macht das Casualwear-Geschäft insgesamt mehr als 50% des Konzernumsatzes aus. Dieser Anteil wird in den kommenden Jahren voraussichtlich weiter steigen, da davon auszugehen ist, dass sich der Trend zur Casualisierung weiter fortsetzen wird. → **Ertragslage, Umsatz nach Marken**

Es wird daher auch in den kommenden Jahren eine der obersten Prioritäten für HUGO BOSS sein, die Casualisierung seines Geschäftsmodells – über alle Marken, Gender und Trageanlässe hinweg – weiter voranzutreiben. Dabei ist das Unternehmen fest entschlossen, das **volle Potenzial der Casualwear auszuschöpfen** und den Trend der Casualisierung mit anzuführen. Neben einer breiten Palette von Casualwear-Styles – von Polohemden, Hoodies und Jeans bis hin zu Strickwaren, Sweatshirts und Sneakern – geht es bei der weiteren Expansion in diesem Segment auch darum, die Grenzen zwischen Casualwear und Formalwear weiter aufzulösen. Die Verschmelzung beider Trageanlässe ermöglicht es HUGO BOSS, die **Lücke zwischen Tailoring und Sportswear nahtlos zu schließen**. Gleichzeitig will das Unternehmen damit sein wichtiges Formalwear-Geschäft stärken. Tailoring stellt die DNA des Unternehmens dar. Seine moderne Interpretation und fortschreitende Casualisierung stellen somit ein enormes Potenzial dar, das es HUGO BOSS ermöglichen soll, im oberen Premiumsegment des globalen Formalwear-Markts auch weiterhin den Ton anzugeben.

Schon heute wird das verstärkte Zusammenspiel von modernem Tailoring und Casualwear-Elementen in den **BOSS-Kollektionen** deutlich sichtbar. Die Marke legt großen Wert auf moderne Konzepte und Angebote, darunter flexible Anzugkombinationen der **„Mix & Match“-Serie**, sowie auf die Integration von innovativen Materialien und Funktionselementen, wie etwa beim **„Stretch Tailoring“-Programm**. Ein wichtiges Konzept im Bereich Casual Tailoring ist der **„Bomber Suit“**, der im vergangenen Jahr im

Rahmen des **„Broken Suit“**-Angebots der Marke eingeführt wurde. Jede Komponente eines Broken Suit kann problemlos als Einzelstück getragen werden, gleichzeitig aber auch in Kombination mehrerer Teile und somit auch als Anzug. Während der Broken Suit in vielen verschiedenen Variationen und Stoffen erhältlich ist, zeichnet sich der Bomber Suit durch seine trendige Variante der Bomberjacke mit Rundhalsausschnitt aus. Damit verschmelzen Formalwear und Casualwear zu einem hochmodernen Outfit, mit dem der BOSS-Kunde sowohl bei formellen als auch bei eher legeren Anlässen perfekt gekleidet ist. Auch bei **HUGO** bietet ein Mix aus modernem Tailoring und **starken Casual-Einflüssen** unkonventionelle Looks für Trendsetter und Individualisten. Dazu gehören smarte Office-Outfits ebenso wie coole Casualwear. → **Forschung und Entwicklung**

Gleichzeitig haben beide Marken in den letzten Jahren erhebliche Fortschritte auf dem Weg zu mehr **Nachhaltigkeit** gemacht. Auf Produktebene wurde das Engagement im Jahr 2020 mit verschiedenen nachhaltigen Produkteinführungen deutlich sichtbar, unter anderem mit der erfolgreichen Erweiterung der **„Traceable Wool“-Kollektion**, die für Herren und Damen erhältlich ist. Die Kollektion ermöglicht den Kunden eine lückenlose Rückverfolgung entlang der gesamten Lieferkette – von der Beschaffung der Wolle von ZQ-zertifizierten Farmen in Neuseeland bis hin zur Herstellung am konzerneigenen Standort in der Türkei, der hohe Qualitäts- und Arbeitsstandards erfüllt. Ebenfalls 2020 wurde der erste **vegane BOSS-Anzug** vorgestellt. Der Anzug wird am Firmensitz in Metzingen gefertigt und besteht aus in Europa angebauten Bio-Leinen. Während ein traditioneller Premium-Anzug Materialien tierischen Ursprungs wie Wolle oder Rosshaar enthält, basiert dieser Anzug vollständig auf veganen Alternativen. Auch in Zukunft will HUGO BOSS einen starken Schwerpunkt auf Nachhaltigkeitsaspekte legen, um die gestiegenen Kundenerwartungen zu erfüllen und gleichzeitig Mehrwert für Umwelt und Gesellschaft zu schaffen. → **Nachhaltigkeit**

Ausschöpfen globaler Wachstumschancen

Um das Wachstum über alle Vertriebskanäle hinweg voranzutreiben, will HUGO BOSS seine in den letzten Jahren entwickelten Omnichannel-Kapazitäten voll ausschöpfen. Im Vordergrund steht dabei die Verknüpfung aller Kunden-Touchpoints zu einem nahtlosen, konsistenten Kundenerlebnis. Die weitere Digitalisierung dieser Touchpoints wird ein wesentlicher Erfolgsfaktor sein, um Kunden auf der ganzen Welt zu begeistern und das Einkaufserlebnis spürbar zu steigern. Dabei ist HUGO BOSS bestrebt, in den kommenden Jahren alle **Vertriebschancen konsequent auszuschöpfen**. Von besonderer Bedeutung sind für HUGO BOSS dabei der weitere Ausbau seines Onlinegeschäfts und die volle Ausschöpfung des Potenzials, das sich dem Konzern auf dem chinesischen Festland bietet.

„Ausbau des Onlinegeschäfts“

Der weitere **Ausbau des eigenen Onlinegeschäfts** ist von strategischer Bedeutung für HUGO BOSS und stellt einen der wichtigsten Wachstumsmotoren des Konzerns dar. Dabei sollen die in den vergangenen Jahren erfolgten Investitionen in diesen Kanal die Basis für zukünftiges Wachstum bilden. Bis 2022 will HUGO BOSS seinen jährlichen Online-Umsatz auf mehr als 400 Mio. EUR steigern (2020: 221 Mio. EUR). Um dieses Ziel zu erreichen, will der Konzern das volle Potenzial seines Online-Stores hugoboss.com ausschöpfen und gleichzeitig sein Konzessionsgeschäft im Onlinehandel weiter ausbauen.

HUGO BOSS will das Potenzial seines **Online-Stores hugoboss.com** zukünftig konsequent ausschöpfen. Dabei soll dieser zu einem digitalen Flagship-Store entwickelt werden, der Kunden weltweit ein hochwertiges Marken- und Einkaufserlebnis gewährleistet. In diesem Zusammenhang optimiert der Konzern kontinuierlich seine Website, sowohl im Hinblick auf das umfangreiche und exklusive Produktangebot als auch auf die Benutzerfreundlichkeit für alle mobilen und stationären Endgeräte. Um die globale Markteinführung seines digitalen Flagship-Stores zu beschleunigen, hat HUGO BOSS im Jahr 2020 nicht nur seine internen Ressourcen auf die weitere Expansion in Märkte wie Kanada und Mexiko konzentriert, sondern schloss auch eine strategische Partnerschaft mit Global-e, einem führenden Anbieter vollumfänglicher, länderübergreifender E-Commerce-Lösungen.

Die **Zusammenarbeit mit Global-e** ermöglichte HUGO BOSS im Jahr 2020 nicht nur den Zugang zu 30 weiteren Märkten wie Australien, Japan, Portugal und Polen, sondern soll gleichzeitig ein modernes Einkaufserlebnis in diesen Märkten gewährleisten. Während die Kunden von einem nahtlosen, lokalisierten Online-Erlebnis profitieren, verbleibt die alleinige Führung des Online-Stores hugoboss.com in der Hand von HUGO BOSS. Sämtliche Bestellungen werden aus dem zentralen Online-Lager des Konzerns in Deutschland bedient. Damit will das Unternehmen seine hohen Standards hinsichtlich Markenpräsentation und Kundenservice sicherstellen. Insgesamt ist hugoboss.com somit inzwischen in insgesamt **47 internationalen Märkten** präsent. Für 2021 sind weitere Roll-Outs geplant, da der Konzern anstrebt, hugoboss.com in nahezu jedem Land rund um den Globus verfügbar zu machen. Darüber hinaus will HUGO BOSS auch künftig die **kommerzielle Nutzung von Social Media** weiter vorantreiben. In den vergangenen Jahren wurden diesbezüglich bereits erste Erfolge verzeichnet. Auf Instagram zum Beispiel können die Fans und Follower der Marken BOSS und HUGO bereits heute eine große Auswahl an Produkten entdecken und direkt shoppen. Darüber hinaus wurde im Jahr 2020 auf dem chinesischen Festland „WeChat Work“ in sämtlichen BOSS-Stores erfolgreich implementiert. Die Applikation bietet den Store-Mitarbeitern zusätzliche Cross-Selling-Möglichkeiten, indem sie noch enger und häufiger mit den Kunden der Marke in Verbindung treten können.

Auch auf Multibrand-Websites bedeutender Online-Partner hat HUGO BOSS in den vergangenen Jahren den direkten Zugang zu seinen Kunden verbessert. In diesem Zusammenhang wurden durch den Ausbau des **Online-Konzessionsmodells** zahlreiche Partnerschaften ausgebaut. Dabei behält HUGO BOSS die volle Kontrolle darüber, wie die Kollektionen in dem jeweiligen Multibrand-Umfeld präsentiert und verkauft werden, während gleichzeitig eine konsistente und stringente Preisstrategie sichergestellt werden soll. Nach der Umstellung des BOSS-Geschäfts bei Zalando im Jahr 2019 wurden 2020 weitere Online-Partner auf das Konzessionsmodell umgestellt. Insgesamt arbeitete HUGO BOSS Ende 2020 im Rahmen seines Online-Konzessionsmodells mit rund **40 internationalen Partnern** zusammen. Auch in den kommenden Jahren werden Europa und Asien/Pazifik den Schwerpunkt für die weitere Stärkung dieses Geschäftsmodells bilden.

„Ausschöpfen des Wachstumspotenzials in China“

HUGO BOSS ist überzeugt, dass für das Unternehmen **bedeutendes Wachstumspotenzial auf dem chinesischen Festland** besteht. Im Jahr 2020 wurden 10% des Konzernumsatzes auf dem chinesischen Festland generiert (2019: 7%). Damit sieht sich HUGO BOSS, gemessen an der Umsatzverteilung und relativ zu seinen Wettbewerbern, in diesem strategisch wichtigen Markt weiterhin deutlich unterrepräsentiert. Gleichzeitig verzeichnen sowohl BOSS als auch HUGO dort aktuell eine starke Dynamik. Daher bleibt das konsequente Ausschöpfen der Vertriebschancen auf dem chinesischen Festland eine wichtige Priorität für HUGO BOSS, auch weil die Bedeutung dieses Marktes in den kommenden Jahren voraussichtlich weiter zunehmen wird. Dies sollte vor allem durch eine wachsende Mittelschicht und eine auch für die kommenden Jahre erwartete strukturelle Rückkehr der lokalen Nachfrage unterstützt werden. Mit rund 150 Einzelhandelsgeschäften auf dem chinesischen Festland hat das Unternehmen bereits heute eine äußerst solide Basis in diesem Markt. Damit bieten sich dem Unternehmen ein hohes Maß an Kundennähe sowie volle Kontrolle über Vertrieb und Preisgestaltung. Darüber hinaus kommen die deutsche Herkunft der Marken sowie die Kompetenz des Unternehmens im Bereich Tailoring bei den chinesischen Verbrauchern besonders gut an. Basierend auf seiner starken Position auf dem chinesischen Festland und einer stabilen zugrunde liegenden Nachfrage, ist HUGO BOSS zuversichtlich auch in Zukunft **starkes zweistelliges Wachstum** in diesem Markt zu realisieren.

Dabei erwartet HUGO BOSS auch zukünftig anhaltend starkes Momentum sowie robustes flächenerweitertes Wachstum – sowohl im stationären Einzelhandel als auch im Onlinegeschäft. Unterstützen soll dies ein starker Fokus auf die **Veranstaltung regionaler Events** mit **Unterstützung lokaler Markenbotschafter**. Diese Kombination bietet HUGO BOSS die Möglichkeit, die Nähe zu seinen lokalen Kunden zu erhöhen und gleichzeitig Besucherzahlen und Konvertierungsraten in den Geschäften und online zu steigern. Wichtige Beispiele für diese Art von Events sind „Qixi“ – der chinesische Valentinstag –, die chinesische „Golden Week“ und der „Singles' Day“.

Neben dem kontinuierlichen Streben nach weiteren Produktivitätssteigerungen im stationären Einzelhandelsgeschäft auf dem chinesischen Festland sieht HUGO BOSS auch das Potenzial für eine **weitere Expansion der Verkaufsflächen** in diesem Markt. So soll die verstärkte Rückkehr der lokalen Nachfrage auch in Tier-2- und Tier-3-Städten bestmöglich bedient werden. Dazu gehört auch der konsequente Ausbau des Travel-Retail-Geschäfts durch die Eröffnung weiterer Stores an hochfrequentierten Flughäfen der Region. Gleichzeitig beabsichtigt das Unternehmen, einige seiner bereits bestehenden Geschäfte zu vergrößern, insbesondere in Metropolen wie Shanghai. Insgesamt sollte dies HUGO BOSS in die Lage versetzen, die Verkaufsfläche auf dem chinesischen Festland künftig um jährlich mehr als 10% zu erhöhen. Zusätzlich zu seiner Präsenz im stationären Einzelhandel will HUGO BOSS auch weiterhin alle **Chancen im Onlinegeschäft** in China voll ausschöpfen. Dazu gehört, das Online-Konzessionsmodell des Konzerns auf relevanten lokalen Multibrand-Plattformen wie Tmall und JD.com weiter voranzutreiben, aber auch das Potenzial von Social Commerce sowie entsprechende kanalübergreifende Vertriebsmöglichkeiten im stationären Geschäft zu nutzen, die durch soziale Medien und Apps wie WeChat ermöglicht werden.

Stärkung der operativen Prozesse

Unter **operativen Gesichtspunkten** steht für HUGO BOSS die Entwicklung und Umsetzung erstklassiger Lösungen zur Sicherstellung von Effizienz und Flexibilität entlang der gesamten Wertschöpfungskette klar im Vordergrund. Hierzu zählt vor allem die weitere Optimierung der Beschaffungsstruktur des Unternehmens, wie auch das konsequente Vorantreiben der Digitalisierung zentraler betrieblicher Prozesse.

„Optimierte Beschaffungsprozesse, höchster Qualitätsanspruch“

HUGO BOSS legt einen starken Fokus auf die Steigerung seiner Effizienz bei der Beschaffung, ohne dabei Kompromisse bei der Produktqualität einzugehen. Die weitere Optimierung zentraler betrieblicher Abläufe soll in den kommenden Jahren Kosteneinsparungen im Beschaffungsbereich ermöglichen. Dabei spielt auch die weitere **Verringerung der Komplexität der BOSS- und HUGO-Kollektionen** eine wichtige Rolle. Dies soll es dem Unternehmen unter anderem ermöglichen, sein durchschnittliches Beschaffungsvolumen pro Artikel zu steigern. HUGO BOSS arbeitet zudem an einer weiteren **Konsolidierung der Auswahl verwendeter Stoffe und Zutaten**, während zugleich die jeweiligen Lebenszyklen bestimmter Materialien verlängert werden sollen. Letzteres soll etwa die Erweiterung des Anteils sogenannter Never-Out-of-Stock-Artikel bei den Kollektionen beider Marken ermöglichen. Beide Maßnahmen zielen darauf ab, künftig eine Verringerung der durchschnittlichen Stückkosten zu ermöglichen und gleichzeitig ein verbessertes Preis-Leistungs-Verhältnis zu gewährleisten.

Daneben konzentriert sich HUGO BOSS auch weiterhin auf die **Stärkung seines Portfolios an strategisch wichtigen Lieferanten** für Fertigwaren und Rohmaterialien. Bereits in den letzten Jahren verringerte der Konzern die Gesamtanzahl seiner Lieferanten und stärkte zugleich seine Geschäftsbeziehungen mit wesentlichen Zulieferern, insbesondere im Bereich der Casualwear. Darüber hinaus macht HUGO BOSS große Fortschritte bei der **Implementierung einer schlanken und flexiblen Beschaffungsorganisation**. Der Aufbau von Skalierungsfunktionen in der Beschaffung und Materialverwaltung, die kontinuierliche Optimierung zentraler Abläufe, wie beispielsweise Planung, Einkauf und Disposition, sowie die Förderung des Wissenstransfers zwischen unterschiedlichen Produktabteilungen – insbesondere zur Stärkung der digitalen Fähigkeiten der Teams – stellen in dieser Hinsicht wichtige Prioritäten dar. → **Beschaffung und Produktion**

„Vorantreiben der Digitalisierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette“

Die Digitalisierung des Geschäftsmodells bietet HUGO BOSS zahlreiche Chancen für eine nachhaltige **Steigerung des Kundennutzens** und für die **Verbesserung von Effizienz und Flexibilität**. Dabei kann das Unternehmen auf eine starke IT- und Logistikplattform bauen. Das Potenzial zur Digitalisierung des Geschäftsmodells soll künftig über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg voll ausgeschöpft werden.

HUGO BOSS **entwickelt seine Produkte zunehmend digital** und verkürzt dadurch die Entwicklungszeiten, insbesondere durch den Einsatz digitaler Prototypen. Dies soll es dem Unternehmen ermöglichen, schneller auf Markttrends zu reagieren und damit noch näher an der tatsächlichen Kundennachfrage zu sein. Dabei schafft die hohe Detailschärfe der 3D-Virtualisierung eine realitätsnahe Darstellung von Farben und Konturen. 2020 wurde erstmalig eine BOSS-Kollektion mit modernen Casual- und Jersey-Styles innerhalb von nur acht Wochen komplett digital entwickelt. Bei HUGO wurden Teile der Kollektionsentwicklung bereits in den Vorjahren vollständig digitalisiert. HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, bis Ende 2022 mindestens 80% seiner Kollektionen vollständig digital zu entwickeln (2020: etwa 50%). Darüber hinaus erwartet HUGO BOSS, die Kollektionsentwicklungsphase in den kommenden Jahren weiter zu verkürzen. Dazu sollen neben dem verstärkten Einsatz künstlicher Intelligenz zur **digitalen Trenderkennung** auch die bereits in den vergangenen Jahren erfolgreich eingeführte **digitale Stoff- und Zutatendatenbank** des Unternehmens beitragen. → **Forschung und Entwicklung**

Auch im Vertrieb gewinnt der Einsatz digitaler Elemente des Konzerns zunehmend an Bedeutung. Im stationären Einzelhandel soll vor allem die Einbindung von **Omnichannel-Services** wie „Click & Collect“ und „Order from Store“ den Kunden ein verbessertes Einkaufserlebnis bieten. Um das Shopperlebnis noch weiter zu verbessern, integriert der Konzern nahtlos große **Touchscreens**, über die das gesamte Produktangebot von BOSS und HUGO bestellt und gleichzeitig eine bequeme Abholung im Store oder aber eine Lieferung nach Hause vereinbart werden können. Schon heute setzt der Konzern beim Vertrieb seiner Kollektionen an Großhandelspartner auf **digitale Verkaufstools**. Ein digitaler Showroom und ein digitales Lookbook bieten den Handelspartnern eine flexible, bequeme und schnelle Alternative zur konventionellen Bestellung, die Aspekte wie die Inspiration für die Kollektion, die Auswahl der einzelnen Produkte und die Abwicklung des Bestellvorgangs abdeckt. Mittelfristig sollen beide Marken mittels digitaler Showrooms an den Handel vertrieben werden.

Mittelfristige Steigerung der Profitabilität

Obwohl die finanziellen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie die Profitabilität des Konzerns kurzfristig belasten, ist der Konzern zuversichtlich, sein operatives Ergebnis (EBIT) mittelfristig deutlich steigern zu können. Das Unternehmen hat sich daher zum Ziel gesetzt, nicht nur so schnell wie möglich zu Wachstum zurückzukehren, sondern auch die **EBIT-Marge** in den kommenden Jahren deutlich zu verbessern. Eine Steigerung des Rohertrags sowie ein starker Fokus auf eine effizientere Nutzung der betrieblichen Aufwendungen, insbesondere im Bereich der Vertriebs- und Marketingaufwendungen, sollen zu dieser Entwicklung beitragen. Letzteres beinhaltet vor allem die weitere Verbesserung der Profitabilität des eigenen Einzelhandelsgeschäfts sowie die kontinuierliche Optimierung der Organisationsstruktur von HUGO BOSS.

Streben nach Rückkehr zur attraktiven Dividendenpolitik

Da die negativen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie im Geschäftsjahr 2020 zu einem deutlichen Rückgang von Umsatz, Profitabilität und Cashflow geführt haben, hat HUGO BOSS die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2019 ausgesetzt, mit Ausnahme der **gesetzlichen Mindestdividende** von 0,04 EUR je Aktie. Mit Blick auf das insgesamt äußerst herausfordernde Geschäftsjahr 2020 und angesichts der anhaltend hohen Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem weiteren Verlauf der Pandemie beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat, der Hauptversammlung 2021 vorzuschlagen, auch für das Geschäftsjahr 2020 lediglich die gesetzliche Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie zu zahlen. Dadurch will das Unternehmen seine Innenfinanzierungskraft weiter stärken. Ungeachtet dessen bleibt HUGO BOSS jedoch zuversichtlich, auf der Grundlage einer fortschreitenden Erholung seines Geschäfts und dank seines allgemein starken cashflow-generierenden Geschäftsmodells auch künftig einen deutlich positiven Free Cashflow zu generieren. Dies wiederum sollte es dem Konzern ermöglichen, zu seiner früheren **attraktiven Dividendenpolitik** zurückzukehren.

HUGO BOSS beabsichtigt, im zweiten Halbjahr 2021 einen **Investorentag** zu veranstalten. In diesem Zusammenhang wird der Konzern seine strategischen Ambitionen detailliert darlegen.

UNTERNEHMENSSTEUERUNG

- **Nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts als Leitmaxime von HUGO BOSS**
- **Umsatz und EBIT wichtigste Steuerungsgrößen für langfristige Maximierung des Free Cashflows**
- **Konzernplanung, Berichtswesen und Investitionscontrolling bilden Kernelemente der Unternehmenssteuerung**

Zentrale Steuerungsgrößen

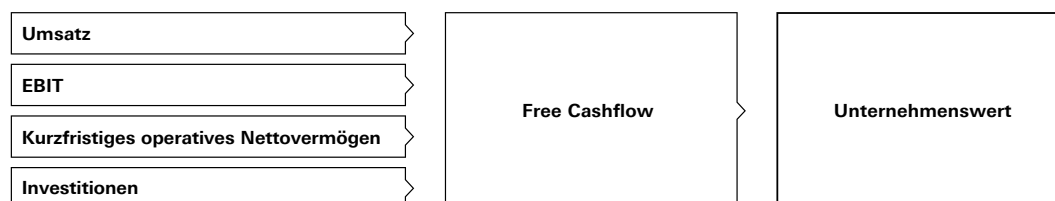
Ziel des Managements von HUGO BOSS ist die **nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts**. Das unternehmensinterne Steuerungssystem soll den Vorstand und die Leitung der Geschäftseinheiten bei der Ausrichtung aller Unternehmensprozesse auf dieses Ziel unterstützen. Zur Steigerung des Unternehmenswerts konzentriert sich der Konzern auf die **langfristige Maximierung des Free Cashflows**. Ein dauerhaft positiver Free Cashflow soll die finanzielle Unabhängigkeit und jederzeitige Zahlungsfähigkeit des HUGO BOSS Konzerns sichern.

Definition Free Cashflow

	Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit
+	Cashflow aus Investitionstätigkeit
=	Free Cashflow

Maßgeblich für die Verbesserung des Free Cashflows ist dabei die Steigerung von **Umsatz** und **operativem Ergebnis (EBIT)**. Darüber hinaus unterstützen ein konsequentes Management des **kurzfristigen operativen Nettovermögens** (Trade Net Working Capital) sowie eine wertorientierte **Investitionstätigkeit** die Free-Cashflow-Entwicklung. HUGO BOSS hat somit insgesamt vier zentrale Steuerungsgrößen zur Steigerung des Free Cashflows identifiziert: Umsatz, EBIT, kurzfristiges operatives Nettovermögen und Investitionen.

Vier zentrale Steuerungsgrößen



Im Geschäftsjahr 2020 haben die negativen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie zu einem wesentlichen Rückgang von Umsatz, EBIT und Free Cashflow geführt. Um möglichst zügig zu Wachstum und Gewinn zurückzukehren, fokussiert sich HUGO BOSS auf die konsequente Umsetzung dreier **strategischer Prioritäten**: die Steigerung der Begehrlichkeit seiner beiden Marken BOSS und HUGO, das konsequente Ausschöpfen globaler Wachstumschancen sowie die Sicherstellung der Effizienz und größtmöglichen Flexibilität seiner operativen Prozesse. → **Konzernstrategie**

HUGO BOSS strebt danach, seine Profitabilität nachhaltig zu erhöhen, und misst daher der **profitablen Steigerung des Umsatzes** besondere Bedeutung bei. Alle Maßnahmen zur Umsatzsteigerung werden folglich auch an ihrem Potenzial gemessen, das EBIT und die EBIT-Marge, sprich das Verhältnis des EBIT zum Umsatz, nachhaltig zu steigern.

Definition EBIT

Ergebnis vor Steuern
– Finanzergebnis
= Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)

Zur mittelfristigen **Steigerung der EBIT-Marge** fokussiert sich das Unternehmen auf die nachhaltige Steigerung des Rohertrags sowie auf einen effizienteren Einsatz der operativen Aufwendungen, insbesondere im Bereich der Vertriebs- und Marketingaufwendungen. Letzteres zielt maßgeblich darauf ab, die Rentabilität im eigenen Einzelhandel zu verbessern und die Organisationsstruktur weiter zu optimieren.

Das **kurzfristige operative Nettovermögen (Trade Net Working Capital)** stellt für HUGO BOSS die bedeutendste Kennzahl zur Steuerung eines effizienten Kapitaleinsatzes dar.

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 primär in der Verantwortung der Konzerngesellschaften und der zuständigen operativen Zentralbereiche. Letztere verantworten zudem das Management der **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen**. Die Steuerung dieser drei Bilanzpositionen erfolgt primär über die Kennzahlen Vorratsreichweite, Forderungsreichweite und Verbindlichkeitenreichweite. Zur Optimierung des Vorratsvermögens existiert zudem ein spezifischer Genehmigungsprozess für den Einkauf der Vorräte des eigenen Einzelhandels. Er umfasst neben der Berücksichtigung von Abverkaufsquoten auch das erwartete Umsatzwachstum sowie das prognostizierte Rabattniveau.

Die Führungskräfte des HUGO BOSS Konzerns tragen gemeinschaftlich direkte Verantwortung für ein profitables Unternehmenswachstum. Folglich ist die **kurzfristige variable Vergütung (Short-Term-Incentive-Programm, STI)** der Führungskräfte aller vier Managementebenen an die Erreichung der Ziele für Umsatz und EBIT gekoppelt. Das Verhältnis von kurzfristigem operativen Nettovermögen zum Umsatz bildet die dritte Komponente der kurzfristigen variablen Vergütung. Die Vergütung der Führungskräfte der ersten und zweiten Managementebene umfasst zudem ein **Long-Term-Incentive-Programm (LTI)**, das in seiner Ausgestaltung dem des Vorstands entspricht.

→ **Vergütungsbericht, Erfolgsabhängige (variable) Vergütungskomponenten**

Schwerpunkte der **Investitionstätigkeit** bilden die Renovierung und Modernisierung bestehender Einzelhandelsstandorte, selektive Neueröffnungen von Einzelhandelsgeschäften und der Ausbau der IT-Infrastruktur im Zuge der weiteren Digitalisierung des Geschäftsmodells. Für wesentliche Investitionsvorhaben existiert ein spezifischer Genehmigungsprozess. Er umfasst neben qualitativen Analysen, beispielsweise im Hinblick auf potenzielle Standorte von Stores, auch die Analyse des Kapitalwerts eines jeden Projekts. → **Finanzlage, Investitionen**

Vor dem Hintergrund der negativen Auswirkungen der Pandemie auf Umsatz, EBIT und Free Cashflow hat HUGO BOSS seine Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2019 ausgesetzt, mit Ausnahme der **gesetzlichen Mindestdividende** von 0,04 EUR je Aktie. Mit Blick auf das insgesamt äußerst herausfordernde Geschäftsjahr 2020 und angesichts der anhaltend hohen Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem weiteren Verlauf der Pandemie beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat, der Hauptversammlung 2021 vorzuschlagen, auch für das Geschäftsjahr 2020 lediglich die gesetzliche Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie zu zahlen. Dadurch will das Unternehmen seine Innenfinanzierungskraft weiter stärken. Ungeachtet dessen bleibt HUGO BOSS jedoch zuversichtlich, auf der Grundlage einer fortschreitenden Erholung seines Geschäfts und dank seines allgemein starken cashflow-generierenden Geschäftsmodells auch künftig einen deutlich positiven Free Cashflow zu generieren. Dies wiederum sollte es HUGO BOSS ermöglichen, zu seiner **ertragsorientierten Dividendenpolitik** zurückzukehren, die darauf abzielt, die Aktionäre angemessen an der Gewinnentwicklung des Konzerns zu beteiligen. Der erwirtschaftete Free Cashflow soll folglich auch zukünftig primär zur Finanzierung der Dividendenausschüttung verwendet werden. Darüber hinaus verfügbare liquide Mittel werden zur weiteren Verringerung der Verschuldung genutzt oder aber als Barreserve gehalten. Der Konzern analysiert in mindestens jährlichem Abstand seine Bilanzstruktur im Hinblick auf deren Effizienz und Eignung, zukünftiges Wachstum zu unterstützen und gleichzeitig eine ausreichende Sicherheit für den Fall einer schlechter als erwartet ausfallenden wirtschaftlichen Entwicklung zu gewährleisten.

→ **Finanzlage, Kapitalstruktur und Finanzierung**

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.

Die **Konzernplanung** von HUGO BOSS bezieht sich grundsätzlich auf einen rollierenden Dreijahreszeitraum und wird im Rahmen des jährlichen konzernweiten Budgetprozesses unter Berücksichtigung der aktuellen Geschäftslage und der mittelfristigen Ziele von HUGO BOSS erstellt. Auf Basis von Zielvorgaben des Vorstands erstellen die Konzerngesellschaften vollständige Ergebnis- und Investitionsplanungen für die von ihnen verantworteten Absatzmärkte oder Geschäftsbereiche. Ebenso erfolgt die Planung des kurzfristigen operativen Nettovermögens. Darauf aufbauend erarbeiten die Entwicklungs- und Beschaffungseinheiten eine mittelfristige Kapazitätsplanung. Das Konzerncontrolling prüft sämtliche dieser Planungen auf Plausibilität und aggregiert sie zur Gesamtkonzernplanung. Letztere wird in regelmäßigen Abständen vor dem Hintergrund der tatsächlichen Geschäftsentwicklung und etwaiger Chancen und Risiken aktualisiert.

Auf Basis der erwarteten Cashflow-Entwicklung erstellt HUGO BOSS regelmäßig Prognosen zur Entwicklung der **Liquiditätssituation**. So sollen finanzielle Risiken frühzeitig erkannt und Maßnahmen hinsichtlich des Finanzierungs- beziehungsweise Anlagebedarfs getroffen werden. → **Finanzlage**

Der Vorstand und die Leitung der Konzerngesellschaften werden monatlich in Form von standardisierten, IT-gestützten Berichten unterschiedlicher Detailstufen über den operativen Geschäftsverlauf informiert. Ad-hoc-Analysen ergänzen das Berichtswesen. Die durch das **konzernweite, IT-gestützte Berichtswesen** generierten Ist-Daten werden dabei monatlich mit den Plandaten verglichen. Zielabweichungen werden erläutert und geplante Gegenmaßnahmen dargestellt. Entwicklungen mit wesentlichem Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage werden unverzüglich an den Vorstand berichtet.

Besonderer Fokus liegt auf der **Analyse von Frühindikatoren**, die geeignet sind, einen Hinweis auf die zukünftige Geschäftsentwicklung zu geben. In diesem Zusammenhang erfolgt die Analyse der Umsatzentwicklung im eigenen Einzelhandel, der Auftragsentwicklung im Großhandelsgeschäft und der Entwicklung des Replenishment-Geschäfts in mindestens wöchentlichem Rhythmus. In regelmäßigen Abständen wird zudem ein Vergleich mit der Entwicklung relevanter Wettbewerber durchgeführt. Mithilfe der kontinuierlichen Überwachung der Frühindikatoren sollen Planabweichungen rechtzeitig erkannt und entsprechende Gegenmaßnahmen eingeleitet werden.

Das zentrale **Investitionscontrolling** bewertet geplante 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. Bei negativen Abweichungen von den ursprünglich gesetzten Renditezielen werden entsprechende Gegenmaßnahmen ergriffen.

Im Jahr 2020 fand aufgrund der hohen Unsicherheit in Bezug auf den Verlauf der **COVID-19-Pandemie** und deren Auswirkungen auf das Geschäft von HUGO BOSS ein äußerst enger Austausch zwischen Vorstand, Konzerncontrolling sowie dem Management der Zentralbereiche und der Konzerngesellschaften statt. Aufgrund der weltweit hohen Dynamik des Pandemiegeschehens wurde die Unternehmensplanung unterjährig regelmäßig überprüft und aktualisiert. Dabei wurden mithilfe von Szenarioanalysen unterschiedliche Pandemieverläufe und deren potenzielle Auswirkungen auf die zentralen Steuerungsgrößen des Konzerns simuliert.

Auch hat HUGO BOSS im Jahr 2020 besonderes Augenmerk auf die Cashflow-Entwicklung gelegt. So hat das Unternehmen frühzeitig **umfangreiche Maßnahmen zur Sicherung des Cashflows** im Gesamtvolumen von mehr als 600 Mio. EUR eingeleitet und diese im Jahresverlauf erfolgreich umgesetzt. Dabei hat das Unternehmen vor allem die operativen Aufwendungen stark reduziert, nicht geschäftskritische Investitionen aufgeschoben, den Bestandszufluss erheblich verringert und die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2019, mit Ausnahme der gesetzlichen Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie, ausgesetzt. Dadurch ist es HUGO BOSS gelungen, die finanzielle Stabilität und Flexibilität des Unternehmens auch während der Pandemie jederzeit zu wahren. → **Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf, → Finanzlage, Kapitalflussrechnung und Free Cashflow**

MITARBEITER

- **Rund 13.800 Mitarbeiter im HUGO BOSS Konzern beschäftigt**
- **Fokus der Personalarbeit auf Mitarbeitergewinnung und Mitarbeiterbindung**
- **Mobiles Arbeiten im Rahmen von „Threedom of Work“ deutlich ausgebaut**

HUGO BOSS ist der festen Überzeugung, dass seine Mitarbeiter maßgeblich zum Unternehmenserfolg und zur Realisierung der Unternehmensvision – „die begehrteste Fashion- und Lifestyle-Marke im Premiumbereich zu sein“ – beitragen. Zentrale Aufgabe des **Personalmanagements** ist es deshalb, die besten Mitarbeiter der Branche für HUGO BOSS zu gewinnen, ihre individuelle Entwicklung im Unternehmen zu fördern und sie letztlich langfristig an das Unternehmen zu binden. Das Prinzip, die unterschiedlichen Teams und Talente des Unternehmens bei der vollen Entfaltung ihres Potenzials zu unterstützen, ist dabei fest in der Konzernstrategie verankert. Die fünf Unternehmenswerte Qualität, Leidenschaft, Respekt, Kooperation und Innovation bilden die **Grundsätze der täglichen Zusammenarbeit**.

Als international agierendes Unternehmen ist **Vielfalt (Diversity)** bei HUGO BOSS ein elementarer Bestandteil der Unternehmenskultur. Allen Mitarbeitern werden ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld und Chancengleichheit garantiert. Um der Wichtigkeit des Themas auch aus organisatorischer Sicht Rechnung zu tragen, wurde im Jahr 2020 die Stelle des Global Head of Diversity and Inclusion neu geschaffen. Mit Antritt der Stelle am 1. April 2021 wird die verantwortliche Person direkt an die Personalleitung berichten. 2020 wurde zudem eine internationale Task Force gegründet, in der Mitarbeiter unterschiedlicher Standorte ausgewählte Themen wie Inklusion oder Vielfalt in Führungspositionen im Unternehmen weiter vorantreiben sollen. HUGO BOSS ist davon überzeugt, dass die Intensivierung seiner Tätigkeiten im Bereich Diversity positiv zur Mitarbeiterzufriedenheit beitragen wird und zudem von potenziellen Bewerbern als relevanter Faktor betrachtet wird.

Mitarbeitergewinnung

HUGO BOSS strebt danach, seine Positionierung als Top-Arbeitgeber bei relevanten Zielgruppen weiter zu stärken. Dies soll es dem Unternehmen ermöglichen, auch künftig geeignete Bewerber für HUGO BOSS zu gewinnen. Die **globale Rekrutierungsstrategie** des Unternehmens zielt dabei zunehmend auf eine Direktansprache qualifizierter Kandidaten ab. Zusätzlich sollen Talente mittels einer zielgruppenspezifischen Ansprache über digitale Plattformen, wie die HUGO BOSS Karriere-Website oder soziale Netzwerke, gewonnen werden. Die kontinuierliche **Weiterentwicklung digitaler Kommunikationskanäle** bildet einen Schwerpunkt bei der Mitarbeitergewinnung. Den Kernbestandteil der digitalen Rekrutierungstätigkeiten stellt dabei die globale Employer-Branding-Kampagne „**That’s my HUGO BOSS**“ dar, die externe Talente auf die gebotene Vielfalt an Tätigkeiten und Persönlichkeiten bei HUGO BOSS aufmerksam machen soll. Neben seinem digitalen Auftritt präsentiert sich das Unternehmen potenziellen Bewerbern grundsätzlich auch regelmäßig auf Karrieremessen.

Zur Gewinnung junger Talente bietet das Unternehmen Schulabgängern eine **Vielfalt an Ausbildungsangeboten** und dualen Studienprogrammen. Im vergangenen Jahr befanden sich 75 Auszubildende und dual Studierende in der HUGO BOSS AG (2019: 76). 22 neue Auszubildende und dual Studierende haben im Jahr 2020 ihre Ausbildung begonnen (2019: 25). Das Ausbildungsangebot bei HUGO BOSS ist bedarfsspezifisch ausgerichtet und orientiert sich konsequent an den strategischen Prioritäten des Unternehmens. Im Jahr 2020 bot HUGO BOSS erstmals eine Ausbildung zum Gestalter für visuelles Marketing an.

HUGO BOSS möchte seine externe Reputation und seinen Bekanntheitsgrad bei potenziellen Bewerbern stetig erhöhen. Deshalb betreibt das Unternehmen ein **aktives Reputationsmanagement** auf einschlägigen Bewertungsplattformen und in sozialen Netzwerken. Zielgruppenspezifische, emotionale sowie produktbezogene Kampagnen sollen bei möglichen Bewerbern Begeisterung für das Unternehmen wecken. Verschiedene Auszeichnungen belegen den Erfolg der Personalarbeit von HUGO BOSS und dienen gleichzeitig der Steigerung des Bekanntheitsgrads des Unternehmens unter potenziellen Bewerbern. So gehörte HUGO BOSS im Jahr 2020 bei relevanten Zielgruppen erneut zu den **Top 100 der attraktivsten Arbeitgeber** Deutschlands, die durch eine jährliche Befragung der Institute Universum und Trendence ermittelt werden. In der von der deutschen Branchenzeitschrift Textilwirtschaft durchgeführten Studie „Working in Fashion“ verzeichnete HUGO BOSS wie schon im Vorjahr den dritten Platz. Besonders gut war dabei das Abschneiden in den Kategorien „Internationales Arbeiten“ und „Gehaltsniveau“. In diesen beiden Kategorien erreichte das Unternehmen sogar den zweiten Platz.

Mitarbeiterbindung

HUGO BOSS ermittelt die Zufriedenheit und die Bedürfnisse seiner Mitarbeiter im Rahmen einer in Kooperation mit Great Place to Work® Deutschland jährlich durchgeführten **Mitarbeiterbefragung**. Die gewonnenen Erkenntnisse liefern dem Unternehmen wichtige Impulse für die Weiterentwicklung seiner Personalarbeit und der Unternehmenskultur. Zudem stellt die Mitarbeiterzufriedenheit bei HUGO BOSS eine wichtige Vergütungskomponente innerhalb des Long-Term-Incentive-Programms (LTI) für den Vorstand und die Führungskräfte der ersten und zweiten Managementebene dar. Bei einer konzernweiten Beteiligungsquote von 70% stieg die **Gesamtzufriedenheit** im Jahr 2020 auf 72% (2019: Gesamtzufriedenheit von 70% bei einer Beteiligungsquote von 66%). → **Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Arbeitnehmerbelange**

Mitarbeiterbefragungen vergangener Jahre haben verdeutlicht, dass eine **faire Vergütung** für die Zufriedenheit der Mitarbeiter von zentraler Bedeutung ist. HUGO BOSS versteht das Thema deshalb als essenziellen Aspekt seiner Personalarbeit und will mittels einer fairen und transparenten Vergütungsstruktur die Motivation seiner Mitarbeiter und deren Bindung an das Unternehmen stärken. Basierend auf einer regelmäßigen Bewertung sämtlicher Stellen in Deutschland sowie konzernweiter Schlüsselpositionen erfolgt eine Vergütung aller Mitarbeiter auf Basis von stellenspezifischen Gehaltsbändern. Diese basieren auf externen Gehaltsbenchmarks und sollen zur Erhöhung der Transparenz beitragen. Aktuell arbeitet HUGO BOSS an einer Bewertung sämtlicher internationaler Stellen, um perspektivisch konzernweit ein auf Gehaltsbänder abgestelltes, einheitliches Vergütungssystem zu etablieren. HUGO BOSS sieht dies als einen wesentlichen Baustein, um die Zufriedenheit der Mitarbeiter und gleichzeitig seine Attraktivität als Arbeitgeber weiter zu erhöhen.

Das **Vergütungssystem** bei HUGO BOSS umfasst fixe und variable Gehaltskomponenten, über-tarifliche Zulagen, Sachbezüge und weitere immaterielle Leistungen. Es achtet auf tarif- und kollektiv-vertragliche Vereinbarungen und bezieht nationale und regionale Vergleichsmaßstäbe mit ein. Für die HUGO BOSS AG bestehen zudem Betriebsvereinbarungen, die Vergütungsbestandteile wie etwa den Mitarbeitererfolgsbonus regeln. Außertariflich angestellte Mitarbeiter erhalten neben ihrem Grundgehalt ein 13. Gehalt sowie ein Short-Term-Incentive, das jeweils zur Hälfte an jährliche Unternehmensziele und die Erreichung persönlicher Ziele geknüpft ist. Das Vergütungssystem in den beiden Ebenen unter dem Vorstand enthält zudem ein Long-Term-Incentive-Programm, das sich über einen mehrjährigen Zeitraum erstreckt und mit den Zielen des Vorstands in Einklang steht. → **Vergütungsbericht**

HUGO BOSS bietet seinen Mitarbeitern ein vielfältiges Angebot zur Stärkung der **Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben**. Zahlreiche Initiativen zur flexiblen Gestaltung der Arbeitsweise ermöglichen bereits heute einem Großteil der Mitarbeiter auf dem Campus in Metzingen ein agiles und bereichsübergreifendes Arbeiten. Flexible und crossfunktionale Raumkonzepte wie die sogenannten „Co-Working Spaces“ sollen

die Möglichkeit zum produktiven Arbeiten in einer kreativen Atmosphäre bieten und gleichzeitig das Netzwerken zwischen den Mitarbeitern fördern. Im Zuge der COVID-19-Pandemie sowie auf Basis einer Befragung der Mitarbeiter am Standort Metzingen hat HUGO BOSS im Jahr 2020 darüber hinaus das hybride Arbeitskonzept **„Threedom of Work“** eingeführt, das zunächst für die Verwaltungsmitarbeiter in Deutschland gilt. Das Konzept sieht drei Präsenztage am Standort Metzingen von Dienstag bis Donnerstag vor, während die Mitarbeiter an den anderen beiden Tagen ihren Arbeitsort frei wählen können. HUGO BOSS gilt branchenweit als eines der ersten Unternehmen, die die dauerhafte Ausweitung mobilen Arbeitens zum Standard gemacht haben. Während weitere Konzerngesellschaften ebenfalls an der Entwicklung und Implementierung hybrider Arbeitszeitmodelle arbeiten, steht das klassische **Home-Office-Konzept** inzwischen nahezu allen Verwaltungsmitarbeitern des Unternehmens zur Verfügung. Weiterhin ergänzen Vertrauensarbeitszeiten und individuelle Teilzeitmodelle das Angebot bei HUGO BOSS und sollen sowohl zu einem erhöhten Engagement der Mitarbeiter als auch zu deren Zufriedenheit beitragen. Zudem fördert HUGO BOSS die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Form von zahlreichen familienfreundlichen Angeboten, die im Kapitel „Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung“ näher beschrieben sind. → **Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Arbeitnehmerbelange**

HUGO BOSS legt darüber hinaus großen Wert darauf, die **Gesundheit und Leistungsfähigkeit** seiner Mitarbeiter zu fördern. Dazu bietet das Unternehmen zahlreiche Aktivitäten zur Steigerung der körperlichen und mentalen Gesundheit an. So können etwa Mitarbeiter in Deutschland, der Schweiz und der Türkei kostenlos unternehmenseigene Fitnessstudios nutzen und an einer Vielzahl unterschiedlicher Sportkurse teilnehmen. Das Sport- und Coachingangebot am Standort Metzingen wurde vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie im Jahr 2020 vermehrt in digitaler Form angeboten. Darüber hinaus soll ein ausgewogenes Ernährungskonzept in den eigenen Betriebsrestaurants das persönliche Wohlbefinden der Mitarbeiter erhöhen. An den zentralen Distributionszentren in Deutschland und für Mitarbeiter der Produktion in Metzingen existieren zudem Gesundheitsmaßnahmen in Form von Bewegungspausen, Massagen und Rückenkursen.

Um Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden, sieht HUGO BOSS neben einer vertikalen Entwicklung auch abteilungs- oder bereichsübergreifende interne Arbeitsplatzwechsel als wichtiges Instrument zur Förderung von Talenten. Angesichts der steigenden Bedeutung interner Stellenbesetzungen wurde im Jahr 2020 das digitale **Mitarbeiterempfehlungsprogramm „HUGO BOSS Spotted“** etabliert. Zur weiteren Stärkung der Motivation, Einsatzbereitschaft und Qualifikation der Mitarbeiter bietet der Konzern seinen Angestellten zudem ein vielfältiges Angebot an physischen und virtuellen **Förderungs- und Entwicklungsmöglichkeiten**. Dieses ist im Kapitel „Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung“ ausführlich beschrieben. → **Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Arbeitnehmerbelange**

Mit dem Ziel, die Mitarbeiterbindung nachhaltig zu stärken, ist HUGO BOSS bestrebt die **Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen** und seinen Zielen zu fördern. Hierzu sollen auch eine Vielzahl unterschiedlicher Kommunikationsmaßnahmen beitragen, die darauf abzielen, den Austausch der Mitarbeiter untereinander sowie mit den Führungsgremien zu stärken. Zusätzlich zu internen Newslettern des Vorstands und Aufsichtsrats sowie regelmäßigen physischen und virtuellen Townhall-Meetings gewinnt die eigene **Mitarbeiter-App „We Are HUGO BOSS“** als relevantes Kommunikationsinstrument während der Pandemie weiter an Bedeutung. Auf die App zugeschnittene Inhalte zu allen wesentlichen Themengebieten – von Neuigkeiten zu den Marken BOSS und HUGO über das weltweite Storenetzwerk bis hin zu Nachhaltigkeitsthemen – können in Echtzeit an Mitarbeiter in 20 Ländern kommuniziert werden. Die App bietet Mitarbeitern zudem verschiedene Möglichkeiten der Interaktion und stärkt so den Austausch und das globale Zusammengehörigkeitsgefühl der Organisation. Zusätzlich wurde im Jahr 2020 das **unternehmensinterne Netzwerk „connect“**, das bereits im Jahr 2018 am Standort Metzingen etabliert wurde, allen Verwaltungsmitarbeitern des Konzerns zugänglich gemacht. Relevante Neuigkeiten rund um das Unternehmen, angereichert mit Livestreams und Videobotschaften, aber auch externe Inhalte wie etwa Branchen-News werden über diesen Kanal regelmäßig für die Mitarbeiter aufbereitet.

Mitarbeiterkennzahlen

Anzahl Mitarbeiter¹ zum 31. Dezember

2020	13.759
2019	14.633
2018	14.685
2017	13.985
2016	13.798

¹ Vollzeitäquivalent (Full-time equivalent, FTE)

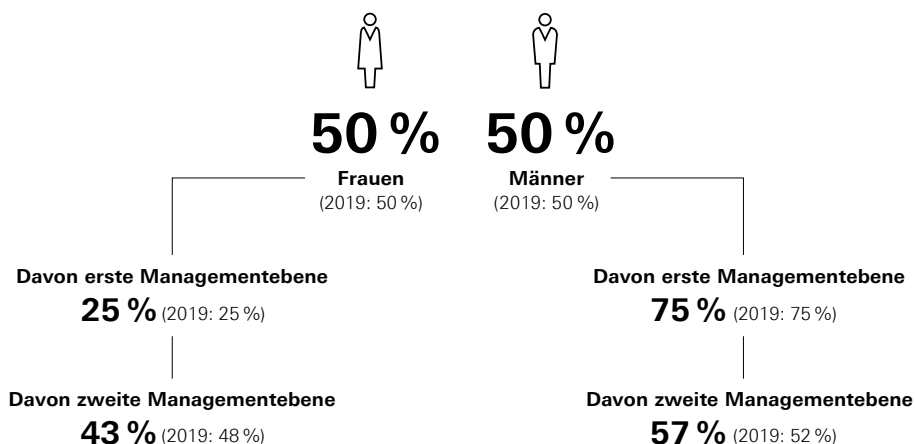
Zum Ende des Geschäftsjahres 2020 beschäftigte HUGO BOSS 13.759 Mitarbeiter. Damit lag die Anzahl der Mitarbeiter ein Stück weit unter dem Niveau des Vorjahres (2019: 14.633 Mitarbeiter). Das Durchschnittsalter der Belegschaft belief sich auf 37 Jahre und stieg damit gegenüber dem Vorjahr leicht an (2019: 36 Jahre).

Mitarbeiter zum 31. Dezember (in %)

Nach Regionen 2020 (2019)	Nach Funktionsbereichen 2020 (2019)	Gewerblich/kaufmännisch 2020 (2019)
Amerika 11 (12)	F&E 4 (4) Verwaltung (inkl. IT) 9 (9)	Gewerbliche Mitarbeiter 30 (31)
Asien/Pazifik 14 (14)	Logistik 11 (11)	
Deutschland 22 (21)	Eigenfertigung 26 (26)	Kaufmännische Mitarbeiter 70 (69)
Sonstiges Europa 53 (53)	Eigener Einzelhandel, Vertrieb und Marketing 50 (50)	

Die **globale Ausrichtung** des Unternehmens spiegelt sich auch in der Belegschaft wider. 78% der Konzernmitarbeiter arbeiteten im vergangenen Geschäftsjahr außerhalb von Deutschland (2019: 79%). Innerhalb Deutschlands waren zudem Mitarbeiter aus 70 verschiedenen Nationen für HUGO BOSS tätig. Während 9.647 Mitarbeiter (2019: 10.167) der Gesamtbelegschaft zum Jahresende 2020 im **kaufmännischen Bereich** arbeiteten, waren 4.112 Mitarbeiter (2019: 4.465) im **gewerblichen Bereich** tätig.

Mitarbeiter im Management



Frauen bildeten zum Jahresende mit einem Anteil von 60 % erneut die Mehrheit der Belegschaft im HUGO BOSS Konzern (2019: 59 %). Im **Management**, das heißt in allen vier Führungsebenen, waren Ende Dezember 2020 unverändert zum Vorjahr 50 % der Stellen durch Frauen besetzt (2019: 50 %). Der Vorstand hat das Ziel festgelegt, bis zum 31. Dezember 2021 einen Frauenanteil von mindestens 30 % in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands und von mindestens 35 % in der zweiten Führungsebene zu erreichen. Zum 31. Dezember 2020 belief sich der Frauenanteil in der ersten Führungsebene auf 25 % und lag damit auf dem Niveau des Vorjahres (31. Dezember 2019: 25 %). Das Ziel für die zweite Führungsebene wurde zum 31. Dezember 2020 mit einem Frauenanteil von 43 % erneut deutlich übertroffen (31. Dezember 2019: 48 %). Im Zuge einer in den vergangenen Jahren erfolgten einheitlichen Bewertung sämtlicher internationaler Stellen hat HUGO BOSS im Jahr 2020 die Definition der Zugehörigkeit zu sämtlichen Führungsebenen angeglichen. Somit sind die Werte der Jahre 2019 und 2020 nur bedingt vergleichbar. → **Corporate Governance und Erklärung zur Unternehmensführung**

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

- **Innovations- und Entwicklungsarbeit erfolgt in eigenen Entwicklungszentren**
- **Kooperationen mit Marken und Influencern von strategischer Bedeutung**
- **BOSS launcht erste vollständig digital entwickelte Casualwear-Kollektion**

Ziel der **Forschungs- und Entwicklungsarbeit bei HUGO BOSS** ist es, Kollektionen und Produkte zu entwickeln, die höchsten Kundenansprüchen an Qualität und Passform sowie Innovation und Nachhaltigkeit gerecht werden. Die Maxime, die besten Produkte der Branche zu entwickeln, folgt dabei dem Grundgedanken, die Begehrlichkeit der Marken BOSS und HUGO nachhaltig zu steigern. Dazu sollen künftig auch verstärkt Kooperationen und Kollaborationen mit bekannten Marken, Influencern und Künstlern beitragen.

Forschung und Entwicklung (F&E) verläuft bei HUGO BOSS entlang des Produktentwicklungsprozesses, der die Umsetzung einer kreativen Idee in ein kommerzielles Produkt beschreibt. Die Arbeit erfolgt dabei in den **vier Entwicklungszentren** in Metzingen (Deutschland), Coldrerio (Schweiz), Morrovalle (Italien) und Scandicci (Italien). In der Konzernzentrale in **Metzingen** entwickelt HUGO BOSS den Großteil seiner Kollektionen. Im Kompetenzzentrum in **Coldrerio** liegt die Verantwortung für die Entwicklung der Produktgruppen Hemden, Krawatten und Strickware sowie für das Design und die Entwicklung von Schuhen, Lederaccessoires und Bodywear. An den Standorten in **Morrovalle** und **Scandicci** werden hochwertige Schuhe und Lederaccessoires entwickelt.

Produktentwicklungsprozess

Produktentwicklungsprozess bei HUGO BOSS



Die **kreative Idee** sowie die Erwartungen unserer Kunden stehen am Anfang des Produktentwicklungsprozesses. Unter Berücksichtigung der Markenstrategie, der Markenwerte sowie globaler Mega- und Fashionrends wird ein Kollektionsthema definiert. Die Umsetzung der kreativen Ideen und Designs in konkrete Kollektionsinhalte berücksichtigt zudem den Abverkaufserfolg der vergangenen Saisons, aber auch marktspezifische Charakteristika wie regionale Kaufkraft, Klima, modische Vorlieben und das jeweilige Marktumfeld. Im konventionellen Entwicklungsprozess werden die kreativen Ideen der Designteams im zweiten Schritt in der **Modellentwicklung** schnitttechnisch umgesetzt. Anschließend verarbeitet die **technische Produktentwicklung** die Modelle zu Prototypen weiter und testet ihre Eignung im industriellen Produktionsprozess. In der konventionellen Produktentwicklung erfolgt nach der Prototypenerstellung die **Anfertigung einer Musterkollektion**, um sicherzustellen, dass die Produkte den hohen Ansprüchen des Unternehmens an Qualität und Passform genügen. Im Anschluss erfolgt der Verkauf der Kollektionen an die Großhandelspartner. Nach erfolgter Produktion findet schließlich die Auslieferung der Kollektionen an den Großhandel sowie den eigenen Einzelhandel statt.

Die **Digitalisierung der Kollektionsentwicklung** ist für HUGO BOSS von hoher strategischer Relevanz und wurde daher auch im Jahr 2020 wesentlich vorangetrieben. Dabei geben die digitalen Arbeitsabläufe dem Unternehmen die Möglichkeit, in seiner gesamten Wertschöpfungskette flexibler zu agieren, die Go-to-Market-Zeit zu verkürzen und sich somit stärker und schneller an aktuelle Verbrauchertrends anzupassen. Auch unter Nachhaltigkeitsaspekten bietet die digitale Produktentwicklung – vor allem aufgrund des Verzichts auf physische Prototypen – erhebliche Vorteile. Mit dem Launch der Pre-Fall-2021-Saison wird BOSS seine erste **komplett digital entwickelte Casualwear-Kollektion** für die Menswear auf den Markt bringen. Mit insgesamt rund 100 Teilen umfasst die Kollektion sowohl Bekleidung als auch Schuhe und Accessoires. Die Produktentwicklung verlief dabei rein digital, von den ersten Skizzen und der Auswahl der Materialien und Farben über das Prototyping bis hin zur fertigen Kollektion. Diese wurde schließlich mittels des digitalen Showrooms und eines digitalen Lookbooks an die Handelspartner vertrieben. Möglich wird dies durch hochauflösende 3D-Darstellungen, die den Faltenwurf und die Struktur des Stoffes realitätsnah abbilden. Die Kollektion stellt für HUGO BOSS einen wichtigen Meilenstein bei der Digitalisierung seines Geschäftsmodells dar. Bis 2022 hat sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt, rund 80% seiner Kollektionen vollständig digital zu entwickeln. Für die Frühjahr/Sommer-2021-Kollektion lag der Anteil bei rund 50%.

Fokusthemen in der Forschung und Entwicklung

Um der **wachsenden Bedeutung der Casualisierung** gerecht zu werden, ist die Forschungs- und Entwicklungsarbeit des Unternehmens zunehmend darauf ausgerichtet, den Anteil der Casualwear im Produktangebot von BOSS und HUGO sukzessive zu erhöhen und durch den Einsatz innovativer Materialien den Tragekomfort weiter zu verbessern. Dabei sollen die Grenzen zwischen traditioneller Business- und moderner Casualwear weiter aufgeweicht werden. Das Angebot der klassischen Konfektion wird dabei zunehmend um innovative Casual-Tailoring-Kombinationen erweitert. So hat BOSS bereits vor einigen Jahren erfolgreich den **„Broken Suit“** eingeführt, bei dem verschiedene Teile aus dem Formalwear- und Casualwear-Segment frei miteinander kombiniert werden können, wie etwa ein Blouson mit einer Tunnelzughose. Dabei kann jedes Teil des Broken Suits einzeln getragen oder aber vielseitig kombiniert werden und damit einen kompletten Anzug darstellen. Mit einem klaren Fokus auf Tragekomfort und Beweglichkeit soll dieses Konzept auch im Jahr 2021 weiter ausgebaut werden. Bereits heute bietet BOSS mit dem **„Washable Suit“** einen Anzug an, der selbst unmittelbar nach dem Waschgang seine Form behält. Auch das **„Stretch Tailoring“** Angebot von BOSS ist durch den Einsatz flexibler Materialien speziell auf die Bedürfnisse des Alltags ausgerichtet.

Um den gestiegenen Kundenansprüchen bestmöglich gerecht zu werden, sind die F&E-Aktivitäten auch darauf ausgerichtet, den Anteil nachhaltiger Produkte in den Kollektionen konsequent auszubauen. So hat etwa BOSS sein Engagement für mehr Nachhaltigkeit in seinen Kollektionen weiter fortgesetzt und im Frühjahr 2020 die **„Responsible Tailoring“**-Kampagne vorgestellt. Im Mittelpunkt der Kampagne standen dabei sogenannte **„Traceable Wool“**-Produkte sowie ein komplett veganer Anzug. Traceable Wool bedeutet, dass die verwendete Wolle vom Ursprung über die Herstellung bis zum fertigen Produkt sorgfältig geprüft wird und sich ihr Weg damit auch für den Konsumenten von Anfang bis Ende nachverfolgen lässt. Mit seinem ersten **veganen Anzug** ist es der Marke BOSS zudem gelungen, vollständig auf tierische Materialien in der Textilproduktion zu verzichten. Der am Standort in Metzingen gefertigte Anzug wurde 2020 von der Tierschutzorganisation PETA mit dem „PETA-Approved Vegan“-Label ausgezeichnet. Insgesamt ist es BOSS und HUGO im Jahr 2020 gelungen, bei der Entwicklung ihrer Herbst/Winter-2021-Kollektionen den Anteil der **Produkte aus nachhaltigen Materialien** im Vergleich zum Vorjahr mehr als zu verdoppeln. → **Nachhaltigkeit**

Kooperationen und Kollaborationen

Zur weiteren Steigerung der Begehrlichkeit seiner Marken BOSS und HUGO setzt das Unternehmen im Rahmen seiner F&E-Aktivitäten zunehmend auf **Kooperationen und Kollaborationen** mit angesagten Marken und Unternehmen sowie einflussreichen Persönlichkeiten und Künstlern. Dadurch sollen zusätzliche kreative Impulse gegeben werden und die Attraktivität beider Marken insbesondere im Casual- und Athleisure-Bereich nachhaltig erhöht werden. Für das Jahr 2021 konnte BOSS gleich zwei wegweisende Kooperationen bekannt geben. Dies umfasst zum einen die Partnerschaft mit der amerikanischen Sportswear-Marke Russell Athletic, in deren Rahmen eine exklusive Kapselkollektion mit der Pre-Fall-2021-Saison eingeführt wird. Die **BOSS x Russell Athletic**-Kapsel umfasst neben Bekleidung auch Schuhe und Accessoires und setzt dabei einen klaren Fokus auf Casualwear. Die Designs verbinden die Stärken beider Partner – die Tailoringexpertise von BOSS mit der Sportswear-Ästhetik von Russell Athletic. Um die Begehrlichkeit der Marke BOSS vor allem im wichtigen US-Markt weiter auszubauen, hat sich BOSS zudem mit der **National Basketball Association (NBA)** zu einer Kooperation zusammengeschlossen. Im Rahmen dieser Partnerschaft sind zwei von BOSS und der NBA co-gebrandete Kapselkollektionen für das Jahr 2021 vorgesehen. Diese werden sowohl das Logo der NBA als auch die Logos diverser Profiligen-Teams der NBA tragen.

Im Bereich der Womenswear hat BOSS im Jahr 2020 erstmals mit der deutschen Mode-Influencerin Caro Daur zusammengearbeitet und eine exklusive Kollektion auf den Markt gebracht. Die **„BOSS curated by Caro Daur“**-Kapselkollektion bestand aus insgesamt 17 Teilen – vom locker sitzenden Trenchcoat aus Stretch-Baumwolltwill über das klassische schwarze Kleid mit hohem Kragen und Rückenausschnitt bis hin zum einreihigen Blazer mit Spitzenrevers. HUGO hat auch im Jahr 2020 seine Partnerschaft mit dem britischen Musiker und Künstler Liam Payne weiter ausgebaut und im Rahmen dessen vergangenen November seine mittlerweile dritte **HUGO x Liam Payne**-Kapsel auf den Markt gebracht. Um den steigenden Nachhaltigkeitsanforderungen der Kunden gerecht zu werden, wurde die in Kollaboration mit Liam Payne gemeinsam entwickelte Kollektion zur Unterstützung der Initiative „Cotton made in Africa“ entwickelt. Für jeden verkauften Artikel erhält die Initiative eine Spende, die die Ausbildung afrikanischer Baumwollbauern in nachhaltigen Anbaumethoden finanziert.

F&E-Kennzahlen

Anzahl Mitarbeiter F&E zum 31. Dezember

2020	524
2019	580
2018	584
2017	588
2016	577

In den Kreativ- und Entwicklungsabteilungen des HUGO BOSS Konzerns arbeiten gelernte Modedesigner, Schneider, Schuh- und Bekleidungstechniker sowie Ingenieure.

F&E-Aufwendungen (in Mio. EUR)		F&E-Aufwendungen (in % vom Umsatz)	
2020	58	3,0	
2019	65	2,3	
2018	63	2,3	
2017	63	2,3	
2016	64	2,4	

Mit 76 % machten die Personalaufwendungen im abgelaufenen Geschäftsjahr den größten Teil der **Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen** aus (2019: 72 %). Der Rest entfällt im Wesentlichen auf sonstige Abteilungsaufwendungen. Auch im Jahr 2020 wurde 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. Aufgrund der kurzen Produktlebenszyklen wurden keine Entwicklungskosten als selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte aktiviert.

BESCHAFFUNG UND PRODUKTION

- **Strategischer Fokus auf Steigerung der Effizienz und Flexibilität der Lieferkette**
- **Fähigkeiten der Eigenproduktion in Izmir auf Casualwear ausgeweitet**
- **Engere Zusammenarbeit mit Lieferanten durch weitere Digitalisierung**

Die Beschaffung und Produktion hochwertiger Produkte ist maßgeblich, um den hohen Kundenanforderungen an Design, Tragekomfort, Passform und Langlebigkeit jederzeit gerecht zu werden. Neben der Sicherstellung und Umsetzung dieser Qualitätsmerkmale strebt HUGO BOSS stetig nach Best-in-Class-Lösungen zur weiteren **Steigerung der Effizienz und Flexibilität** seiner Lieferkette. Ein wesentliches Element ist dabei Schnelligkeit, um zeitnah auf veränderte Marktanforderungen reagieren und den Kundenwünschen noch besser entsprechen zu können. So ist es dem Unternehmen im Jahr 2020 erstmalig gelungen innerhalb von acht Wochen eine Kapselkollektion mit ausgewählten Casualwear-Styles zu entwickeln und auf die Verkaufsfläche zu bringen. Ermöglicht wurde dies vor allem durch die stärkere **Nutzung digitaler Technologien in der Produktentwicklung** sowie die gezielte Bevorratung von Komponenten und Stoffen für eine schnelle Produktion. Darüber hinaus wurde Ende des Jahres ein weiterer Schritt zur engeren Vernetzung des Unternehmens mit seinen Lieferanten unternommen. Für den effizienten und schnellen **Austausch von Produktinformationen mit Lieferanten** wurde eine digitale Plattform pilotiert, die bereits 2021 in den Regelbetrieb gehen soll.

Im Jahr 2020 hat der Konzern zudem seine interne Organisationsstruktur in der Entwicklung und Beschaffung verschlankt, das Lieferantenportfolio optimiert sowie die Digitalisierung seiner Prozesse weiter vorangetrieben. Die fortlaufende **Optimierung der Beschaffungs- und Produktionsprozesse** soll auch dazu führen in den nächsten Jahren Einsparungen bei den Umsatzkosten zu erzielen. Dafür spielt auch die weitere Komplexitätsreduzierung der BOSS und HUGO Kollektionen eine wichtige Rolle. Dies soll vor allem durch eine gezielte Verschlinkung des Sortiments, eine Reduktion der Komponenten- und Materialkomplexität sowie eine teilweise Verlängerung der Produktlebenszyklen erreicht werden, wie etwa durch einen höheren Anteil sogenannter Never-out-of-Stock-Produkte. → **Konzernstrategie**

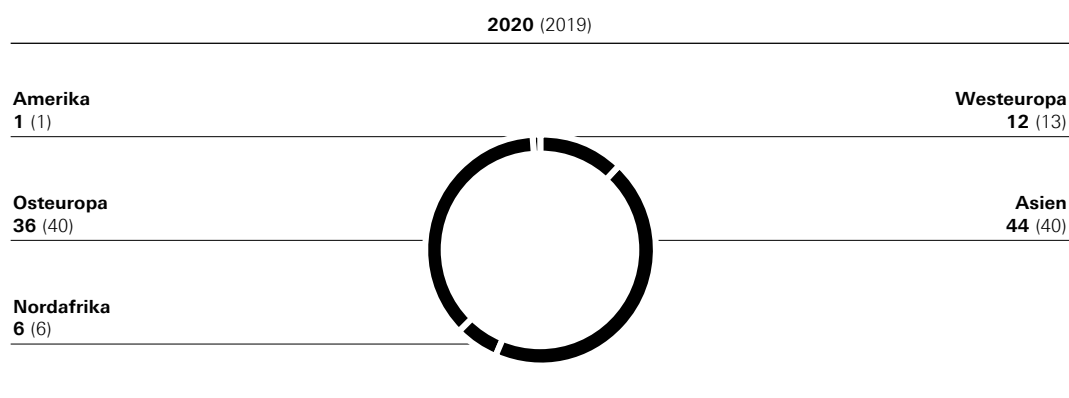
Nach wertmäßiger Betrachtung wurden im Jahr 2020 17% des gesamten **Beschaffungsvolumens** in eigenen Produktionsstätten gefertigt (2019: 17%). Entsprechend entfielen 83% auf Produkte, die von unabhängigen Lieferanten entweder in Lohnfertigung hergestellt oder als Handelsware bezogen wurden (2019: 83%). Die Eigenfertigung soll auch dazu dienen, schnell und flexibel auf veränderte Kundenanforderungen reagieren zu können, sowie wichtiges Know-how zur Weiterentwicklung von Produktionstechnologien und Qualitätsstandards zu erlangen. Die vier **eigenen Produktionsstätten** befinden sich in Izmir (Türkei), Metzingen (Deutschland), Radom (Polen) und Morrovalle (Italien).

In **Izmir**, dem mit Abstand größten eigenen Produktionsstandort, werden vor allem Produkte der Formalwear wie Anzüge, Sakkos, Hemden und Mäntel sowie die Damenkonfektion gefertigt. Die in den vergangenen Jahren forcierte Transformation des Standorts hin zu einer „Smart Factory“ ist weitestgehend abgeschlossen. Damit zeichnet sich der Standort durch eine Vielzahl digitalisierter Prozesse und Abläufe aus. Der Fokus am Standort Izmir liegt fortan vor allem auf der weiteren Flexibilisierung der Fertigung, um neben der Formalwear künftig verstärkt Casualwear in Eigenproduktion herzustellen und den globalen Trend der Casualisierung damit noch besser ausschöpfen zu können. Im Jahr 2020 wurden deshalb bereits erste Casualwear-Styles der Produktgruppe Jersey, darunter Hosen und Jacken, in Izmir produziert. Am Produktionsstandort in **Metzingen** werden primär die maßgeschneiderten „BOSS Made to Measure“-Anzüge sowie Prototypen und Musterteile hergestellt. Mit Beginn der COVID-19-Pandemie im Jahr 2020 wurde die Produktion vorübergehend auf die Herstellung von Schutzmasken umgestellt, die anschließend an öffentliche Einrichtungen gespendet wurden. In **Radom** und **Morrovalle** werden vor allem Business-Schuhe und Sneaker hergestellt.

HUGO BOSS legt großen Wert auf eine **sorgfältige Lieferantenauswahl** und den Aufbau langfristiger strategischer Partnerschaften. Dabei spielen neben ökonomischen Kriterien auch soziale und ökologische Aspekte eine essentielle Rolle. Grundlage der Zusammenarbeit bilden die Achtung der Menschenrechte, die Einhaltung geltender Arbeitsstandards sowie die Themen Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit. Ein wichtiges Rahmenwerk für die Gestaltung der Geschäftsaktivitäten bildet dabei der **HUGO BOSS Lieferantenverhaltenskodex**, der die Grundlage für Lieferantenbeziehungen darstellt. Das Unternehmen überprüft die Einhaltung des Kodex in Form regelmäßiger Audits in den Produktionsstätten und unterstützt seine Lieferanten mit themenspezifischen Trainings. Zugleich beteiligt sich das Unternehmen an der Weiterentwicklung internationaler Standards und übernimmt eine aktive Rolle in externen Kooperationen zur Gestaltung nachhaltiger textiler Lieferketten. → **Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Achtung der Menschenrechte**

Für eine exzellente Verarbeitungsqualität und die optimale Warenverfügbarkeit seiner Produkte arbeitet HUGO BOSS mit einem **Netzwerk aus erfahrenen und spezialisierten Zulieferbetrieben** zusammen. Im Geschäftsjahr 2020 ist die Anzahl der Zulieferbetriebe im Zuge der kontinuierlichen Optimierung des Lieferanteportfolios weiter gesunken. So bezog HUGO BOSS Fertigwaren von insgesamt 156 externen Zulieferbetrieben (2019: 171), die in 185 Produktionsstätten fertigten (2019: 198). Rohware bezog das Unternehmen von 315 externen Zulieferern (2019: 309), die in 338 Produktionsstätten fertigten (2019: 325).

Regionale Verteilung des Beschaffungs- und Produktionsvolumens (in %)



Der Anstieg des Beschaffungsvolumens in Asien resultierte aus dem im Vergleich zum Vorjahr weiter gestiegenen Anteil von Casual- und Athleisurewear im Produktmix, die vorwiegend als Handelsware bezogen werden. Innerhalb Asiens ist **China** der mit Abstand bedeutendste Beschaffungsmarkt und steht für rund 20% des globalen Beschaffungs- und Produktionsvolumens. Unverändert zum Vorjahr, entfällt innerhalb Osteuropas mit 23% des globalen Beschaffungs- und Produktionsvolumens der Großteil auf die **Türkei**. Der eigene Produktionsstandort in Izmir macht dabei rund 13% des globalen Beschaffungs- und Produktionsvolumens aus.

Bei den von HUGO BOSS bezogenen **Stoffen und Zutaten** handelt es sich hauptsächlich um Oberstoffe sowie Innenfutter, Knöpfe, Garne und Reißverschlüsse. Für die in **Lohnfertigung** hergestellten Produkte stellt HUGO BOSS den Lieferanten diese samt den benötigten Schnittmustern zur Verfügung. Die hauptsächlich in Osteuropa ansässigen Lieferanten fertigen überwiegend Produkte der Formalwear, die ein hohes Maß an Fertigungskompetenz und technischer Ausstattung voraussetzen. Unter Einbezug der eigenen Produktionsstätten lag der Anteil der Lohnfertigung am Beschaffungsvolumen mit 32 % unter dem Vorjahresniveau (2019: 36 %) und reflektiert damit die insgesamt rückläufige Nachfrage nach Formalwear im Zuge der COVID-19-Pandemie. Im Bereich der **Handelsware** bezieht der Konzern vor allem Produkte für die Casual- und Athleisurewear. Während den Lieferanten dabei die jeweiligen Schnittmuster zur Verfügung gestellt werden, beschaffen sie die benötigten Oberstoffe und Zutaten hingegen eigenständig. Der Anteil der Handelsware am Beschaffungsvolumen lag aufgrund des im Vergleich zum Vorjahr weiter gestiegenen Anteils von Casual- und Athleisurewear im Produktmix mit 68 % über dem Vorjahresniveau (2019: 64 %).

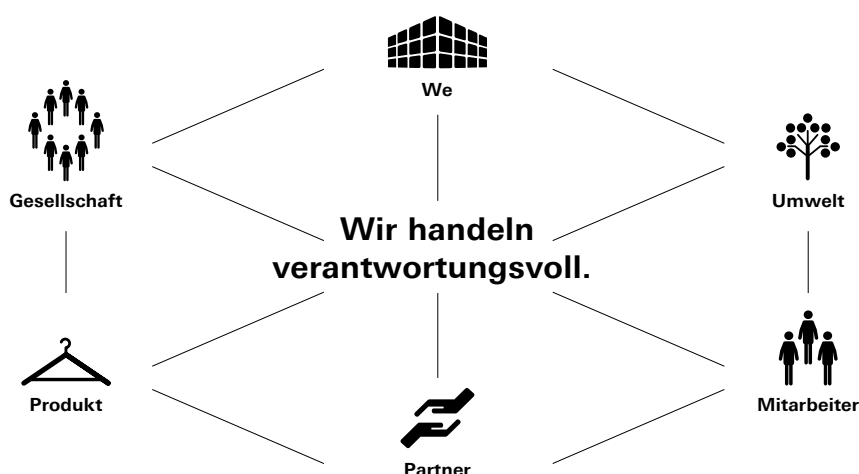
NACHHALTIGKEIT

- **Nachhaltigkeit integraler Bestandteil der Geschäftstätigkeit**
- **Fokus auf sechs Handlungsfelder We, Umwelt, Mitarbeiter, Partner, Produkt und Gesellschaft**
- **Erneute Aufnahme in den Dow Jones Sustainability Index World**

HUGO BOSS ist sich der ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen seines Handelns bewusst. Die **Handlungsmaxime „Wir handeln verantwortungsvoll“** zielt darauf ab, Mehrwert für das Unternehmen, seine Mitarbeiter, Aktionäre, Kunden, Geschäftspartner und die Gesellschaft zu schaffen und somit den langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern. Entsprechend sind in der Konzernstrategie von HUGO BOSS ambitionierte Nachhaltigkeitsprinzipien fest verankert. Das Unternehmen versteht Nachhaltigkeit dabei als Zusammenspiel von Qualität, Innovation und Verantwortung. Neben qualitativ hochwertigen und innovativen Produkten wird seitens der Kunden die Einhaltung anspruchsvoller sozialer und ökologischer Standards gefordert. Die **vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten** von HUGO BOSS sollen somit zur Steigerung der Kundenzufriedenheit beitragen und zahlen auf die Vision des Unternehmens ein, die begehrteste Fashion- und Lifestyle-Marke im Premiumsegment zu sein.

Die sechs Handlungsfelder **We, Umwelt, Mitarbeiter, Partner, Produkt** und **Gesellschaft** bilden den organisatorischen Rahmen für das Nachhaltigkeitsprogramm „Today. Tomorrow. Always.“ von HUGO BOSS. Sämtliche Nachhaltigkeitsaktivitäten des Konzerns werden vom Zentralbereich Global Sustainability, der dem Chief Operating Officer direkt unterstellt ist, strategisch gesteuert.

Handlungsfelder der Nachhaltigkeitsstrategie



We – „Gemeinsam Werte schaffen“: Mit seinen vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten orientiert sich HUGO BOSS an den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. Bei der Umsetzung und Weiterentwicklung seiner Nachhaltigkeitsstrategie setzt HUGO BOSS dabei auf einen regelmäßigen Dialog mit seinen Stakeholdern sowie auf eine enge Zusammenarbeit mit Unternehmen und Organisationen. Gemeinsam soll so die Nachhaltigkeit entlang der textilen Wertschöpfungskette kontinuierlich vorangetrieben werden. Die gewonnenen Erkenntnisse fließen auch in das Risiko- und Chancenmanagement des Unternehmens ein und helfen bei der Weiterentwicklung der eigenen ethischen Standards und des HUGO BOSS Verhaltenskodex.

Umwelt – „Natürliche Ressourcen bewahren“: Ziel des Umweltmanagements von HUGO BOSS ist die weitestmögliche Reduzierung der Umweltauswirkungen der eigenen Geschäftstätigkeit. Das Engagement reicht von den eigenen Verwaltungs- und Produktionsstandorten über die Lieferkette bis hin zum weltweiten Storenetzwerk. Mittels nachhaltiger Gebäudekonzepte und Technologien, Strom aus erneuerbaren Energien sowie einer kontinuierlichen Optimierung von Transportrouten arbeitet das Unternehmen an der Reduktion seiner CO₂-Emissionen und leistet damit einen direkten Beitrag zum Klimaschutz. Dabei folgt HUGO BOSS gemeinsam mit anderen Unternehmen der Vision einer klimaneutralen Modeindustrie bis zum Jahr 2050. → **Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Umweltbelange**

Mitarbeiter – „Eine faire und verantwortungsbewusste Kultur fördern“: Basis der täglichen Zusammenarbeit bei HUGO BOSS bilden die Unternehmenswerte und der Verhaltenskodex. Letzterer ist die Grundlage für ein rechtlich und ethisch einwandfreies Verhalten im unternehmerischen Alltag. Dazu gehören die Anerkennung von Vielfalt und die Sicherstellung von Chancengleichheit, die bei HUGO BOSS einen hohen Stellenwert genießen. Gleichzeitig möchte das Unternehmen seine Position im internationalen Wettbewerb um die qualifiziertesten Mitarbeiter weiter ausbauen. Zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität setzt das Unternehmen auf eine faire und wertebasierte Unternehmenskultur, individuelle Entwicklungsmöglichkeiten sowie ein breites Angebot an flexiblen Arbeitsmodellen für eine hohe Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Neben der Weiterentwicklung des mobilen Arbeitens hat das Unternehmen in Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie umfangreiche Maßnahmen zum betrieblichen Gesundheitsschutz seiner Mitarbeiter implementiert. → **Mitarbeiter, → Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Arbeitnehmerbelange**

Partner – „Verantwortung gemeinsam realisieren“: Für HUGO BOSS und seine Partner ist die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards in der globalen Lieferkette von zentraler Bedeutung und deshalb fester Bestandteil der vertraglichen Vereinbarungen. Die Standards basieren auf international anerkannten Rahmenwerken und beinhalten unter anderem Regeln zu Arbeitszeiten, menschenwürdigen und sicheren Arbeitsbedingungen, zum Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, zur Zahlung angemessener Löhne und zur Vereinigungsfreiheit. Das Unternehmen legt großen Wert auf eine sorgfältige Auswahl seiner Partner, eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und den Erhalt langfristiger strategischer Beziehungen. → **Beschaffung und Produktion, → Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Achtung der Menschenrechte**

Produkt – „Ideen für morgen“: HUGO BOSS stellt hohe Ansprüche an das Design und die Qualität seiner Produkte. Bei deren Entwicklung, die zunehmend digital erfolgt, setzt das Unternehmen verstärkt auf innovative, nachhaltige Materialien und Fertigungstechniken. Gleichzeitig achtet HUGO BOSS auf die Einhaltung strikter Vorgaben zur Sicherheit und Umweltverträglichkeit seiner Produkte und zu deren Herstellung. In enger Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten und anderen Stakeholdern arbeitet das Unternehmen zudem an Lösungen für den Umwelt- und Tierschutz. Mit einer Ausweitung nachhaltiger Produkte in den Kollektionen seiner Marken BOSS und HUGO, einer kontinuierlichen Optimierung der Materialeffizienz und einem verantwortungsvollen Einsatz von Chemikalien in der Produktion will das Unternehmen einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz leisten und dabei gleichzeitig den gestiegenen Kundenansprüchen entsprechen.

Gesellschaft – „Perspektiven fördern“: Das übergeordnete Ziel der Corporate-Citizenship-Strategie von HUGO BOSS ist die Förderung individueller Erfolgspotenziale. Sie basiert auf den drei Säulen Zugang zu Bildung, Chancengleichheit und spontane Hilfe in Notsituationen. Bei der Umsetzung von Projekten und Maßnahmen entlang der Wertschöpfungskette berücksichtigt das Unternehmen auch regionale Bedürfnisse an den jeweiligen Standorten.

In allen sechs Handlungsfeldern strebt der Konzern kontinuierlich nach Verbesserung und hat sich entsprechend ambitionierte Ziele gesetzt. Nachhaltigkeitsratings dienen dabei als Indikatoren zur objektiven Bewertung des erreichten Fortschritts. 2020 wurde HUGO BOSS bereits zum vierten Mal in Folge in den **Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World** aufgenommen. Unter anderem hat das Unternehmen in den Kategorien Markenmanagement, Umweltreporting, Berichterstattung zu sozialen Themen, Produktverantwortung und Risiko- und Krisenmanagement jeweils „best in class“ abgeschnitten. HUGO BOSS zählt damit zu den drei besten Unternehmen der globalen Bekleidungsindustrie. 2020 wurde das Unternehmen zudem erstmals in den **DJSI Europe** aufgenommen.

ZUSAMMENGEFASSTE NICHTFINANZIELLE ERKLÄRUNG

- Erklärung fasst wesentliche Angaben zu Nachhaltigkeitsaspekten zusammen
- Neun Sachverhalte als wesentlich im Sinne des § 289c (3) HGB identifiziert
- Definition dargestellter Leistungsindikatoren orientiert sich an GRI-Standards

Über diese zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung

Gemäß §§ 315b, 315c HGB i. V. m. §§ 289b bis 289e HGB veröffentlicht das Unternehmen diese für den HUGO BOSS Konzern und die HUGO BOSS AG zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung. Sie fasst die für das Unternehmen wesentlichen Angaben zu den fünf geforderten Aspekten **Umweltbelange, Arbeitnehmerbelange, Sozialbelange, Achtung der Menschenrechte** sowie **Bekämpfung von Korruption und Bestechung** inhaltlich zusammen. Bei der Erstellung der Erklärung hat sich HUGO BOSS insbesondere hinsichtlich der Definition der berichteten Leistungsindikatoren an den GRI-Standards der Global Reporting Initiative orientiert.

Im Rahmen des Berichtsprozesses hat HUGO BOSS geprüft, ob Risiken bestehen, die mit der eigenen Geschäftstätigkeit, den Geschäftsbeziehungen des Unternehmens sowie dessen Produkten oder Dienstleistungen verbunden sind und die sehr wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen auf die oben genannten Aspekte haben oder haben werden. HUGO BOSS hat **keine derartigen Risiken** zu berichten.

Falls nicht anders vermerkt, spiegeln die in dieser Erklärung gemachten Angaben die **Perspektive der HUGO BOSS AG und die des Konzerns** gleichermaßen wider. Verweise auf Angaben außerhalb der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung sind – mit Ausnahme von Verweisen auf das Kapitel „Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur“ als Teil des zusammengefassten Lageberichts – über die Pflichtangaben des HGB hinausgehende Informationen und nicht Bestandteil der Erklärung. Die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung wurde einer freiwilligen Prüfung mit begrenzter Sicherheit nach ISAE 3000 (Revised) unterzogen. → **Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit**






Beschreibung des Geschäftsmodells

HUGO BOSS gehört zu den führenden Unternehmen im Premiumsegment des globalen Bekleidungsmarkts. Das **Geschäftsmodell** von HUGO BOSS ist ausführlich im Kapitel „Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur“ beschrieben. → **Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur**

Herleitung wesentlicher Sachverhalte

Basis für die Auswahl der in dieser Erklärung dargelegten Sachverhalte bildet eine von HUGO BOSS im Jahr 2019 durchgeführte **Wesentlichkeitsanalyse**, die insbesondere eine Wesentlichkeitsbetrachtung nach § 289c (3) HGB umfasst. Dabei wurde untersucht, inwiefern die Sachverhalte für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses, der Lage des Unternehmens und der Auswirkungen seiner Tätigkeit auf die oben genannten Aspekte von besonderer Bedeutung sind. Neben den acht im Rahmen der Analyse als wesentlich identifizierten Sachverhalten wird aufgrund seiner hohen Relevanz vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie im Folgenden auch zu dem Sachverhalt „Gesundheitsschutz“ berichtet.

Aspekte und wesentliche Sachverhalte

 Umweltbelange	 Arbeitnehmerbelange	 Sozialbelange	 Achtung der Menschenrechte	 Bekämpfung von Korruption und Bestechung
Klimaschutz in der Produktion	Arbeitgeberattraktivität	Kundenzufriedenheit	Menschenrechte und Arbeitsstandards in der Produktion	Vermeidung von Korruption und wettbewerbs-schädigendem Verhalten
Verantwortungsvoller Einsatz von Chemikalien in der Produktion	Gesundheitsschutz	Datenschutz	Sicherheit am Arbeitsplatz in der Produktion	

Die zu den Aspekten „Umweltbelange“ und „Achtung der Menschenrechte“ dargelegten Sachverhalte beziehen sich jeweils sowohl auf die eigene Produktionstätigkeit von HUGO BOSS als auch auf die Produktionstätigkeit unabhängiger Lieferanten.

Umweltbelange

Klimaschutz in der Produktion

In der globalen Textil- und Bekleidungsindustrie entstehen CO₂-Emissionen vor allem bei der Gewinnung und in der Produktion textiler Fasern sowie innerhalb energieintensiver Verarbeitungsprozesse, zu denen beispielsweise Färben, Waschen oder Bleichen gehören. HUGO BOSS ist sich seiner Mitverantwortung zum **Schutz von Umwelt und Klima** bewusst. Die Einführung und Weiterentwicklung umwelt- und klimafreundlicher Prozesse bei seinen Lieferanten ist für das Unternehmen dabei ebenso wichtig wie die Umsetzung entsprechender Maßnahmen an den eigenen Produktionsstandorten.

Umwelt- und Klimaschutzthemen in der Lieferkette werden vom **Zentralbereich Global Sustainability** gesteuert, der unter anderem die Vorgabe interner Richtlinien und Standards verantwortet. Zudem koordiniert das **zentrale Umweltmanagement-Team** in enger Abstimmung mit den lokal Verantwortlichen entsprechende Maßnahmen an den eigenen Produktionsstätten. Der Vorstand wird regelmäßig über die Fortschritte zur Erreichung der Umwelt- und Klimaschutzziele des Konzerns informiert.

Ziele

Mit der 2018 erfolgten Unterzeichnung der Fashion Industry Charter for Climate Action unter der Schirmherrschaft der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen (UNFCCC) bekennt sich HUGO BOSS gemeinsam mit anderen Unternehmen zur Vision einer **klimaneutralen Modeindustrie bis zum Jahr 2050**.

Maßnahmen

Mit zahlreichen Maßnahmen und Initiativen an seinen eigenen Standorten und in seiner Lieferkette setzt sich HUGO BOSS für den globalen Klimaschutz ein. Zur Definition geeigneter Maßnahmen engagiert sich das Unternehmen im Rahmen der **Fashion Industry Charter for Climate Action** unter anderem in Arbeitsgruppen zu den Themen „Rohwaren“ und „Energieeffizienz und erneuerbare Energien im Herstellungsprozess“.

Im Einklang mit der UNFCCC arbeitet das Unternehmen gemeinsam mit seinen Lieferanten daran, die Umweltauswirkungen in der Lieferkette nachhaltig zu reduzieren. Die **Einhaltung gesetzlicher Umweltauflagen** ist fester Bestandteil der Lieferantenverträge. Zusätzlich beschreibt die von HUGO BOSS auf der Unternehmenswebsite veröffentlichte **Umweltpolitik** eine Vielzahl von Umweltschutz-Grundsätzen sowohl für die eigenen Produktionsstätten als auch für die der Zulieferer. Dabei reflektiert es die vom Unternehmen im Rahmen der Fashion Industry Charter for Climate Action verfolgten Aktivitäten und Ziele. Im Jahr 2020 hat HUGO BOSS darüber hinaus seinen **Lieferantenverhaltenskodex**

überarbeitet. Dieser enthält nun noch umfassendere Richtlinien zur Einhaltung von Umweltschutzauflagen. Zusätzlich schreibt HUGO BOSS für seine Lieferanten mithilfe eines öffentlich zugänglichen **Leitfadens für nachhaltigere Produkte** verbindliche Nachhaltigkeitskriterien hinsichtlich der Verwendung und Verarbeitung textiler Fasern und Materialien fest.

Im Rahmen regelmäßiger **Umweltaudits** erfasst HUGO BOSS unter anderem die Maßnahmen seiner Lieferanten zum Energiemanagement und den CO₂-Ausstoß dieser Lieferanten. Dabei greift das Unternehmen auf externe Auditoren zurück. Für den Fall, dass Verstöße gegen Umweltauflagen festgestellt werden, erarbeitet das Unternehmen gemeinsam mit dem jeweiligen Lieferanten Maßnahmenpläne, deren Umsetzung in Folgeaudits überprüft wird. Auch mittels geeigneter **Schulungen** will das Unternehmen seine Lieferanten regelmäßig zu Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen informieren und auf die Etablierung standardisierter Energie- und Umweltmanagementsysteme hinwirken. 2020 konnten aufgrund der internationalen Reisebeschränkungen im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie und zum Schutz aller Beteiligten Audits und Schulungen nur in begrenztem Umfang durchgeführt werden.

Als Mitglied der **Better Cotton Initiative (BCI)** engagiert sich HUGO BOSS gemeinsam mit anderen Unternehmen für eine Reduktion der Umweltauswirkungen, die beim Anbau und in der Verarbeitung von Baumwolle entstehen. Baumwolle ist das von HUGO BOSS mit Abstand am meisten eingesetzte Material. Die BCI verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz zur umwelt- und klimaschonenden Baumwollproduktion, der neben ökologischen auch soziale und ökonomische Aspekte berücksichtigt.

Die Auswirkungen der eigenen Produktionstätigkeit auf das Klima sind im Vergleich zu denen aufseiten externer Lieferanten nur gering, da insbesondere die vorgelagerten Wertschöpfungsstufen CO₂-lastige Prozesse beinhalten. Dennoch spielt die Reduktion der Energieverbräuche und CO₂-Emissionen an den eigenen Produktionsstandorten für HUGO BOSS eine wichtige Rolle. Bei der kontinuierlichen Weiterentwicklung seines **Umweltmanagements** orientiert sich der Konzern an den internationalen Normen ISO 14001 (Umweltmanagement) und ISO 50001 (Energiemanagement). Der mit Abstand größte eigene Produktionsstandort in Izmir (Türkei) ist bereits seit 2014 nach beiden Normen zertifiziert. Zur weiteren **Reduktion der CO₂-Emissionen** an den eigenen Produktionsstandorten setzt das Unternehmen vor allem auf den Einsatz energieeffizienter Technologien, die Modernisierung technischer Anlagen sowie eine Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien. In Bezug auf Letzteres bezieht HUGO BOSS aufgrund des im Jahr 2020 erfolgten Umstiegs auf Ökostrom am Standort Radom (Polen) fortan in sämtlichen eigenen Werken seine Energie aus erneuerbaren Quellen. Die im Rahmen des eigenen Umweltmanagements gewonnenen Erkenntnisse sollen dem Unternehmen zukünftig helfen, gemeinsam mit externen Lieferanten weitere Fortschritte bei der Reduzierung der Umwelt- und Klimaauswirkungen in der Lieferkette zu erzielen.

Leistungsindikatoren

Im Rahmen seines Engagements in der Fashion Industry Charter for Climate Action hat sich HUGO BOSS gemeinsam mit anderen Unternehmen in einem ersten Schritt zur **Reduzierung der CO₂-Emissionen um 30% bis zum Jahr 2030** verpflichtet. Zur Konkretisierung dieses Ziels hat sich HUGO BOSS vorgenommen, seine Scope-1- und Scope-2-Emissionen aus Primärenergienutzung und Strombezug bis zum Jahr 2030 um mindestens 51% im Vergleich zum Jahr 2018 zu reduzieren. Für die Scope-3-Emissionen der Logistik und der Lieferkette wird im gleichen Zeitraum eine Reduktion von 30% angestrebt. Dem Unternehmen wurde 2020 bestätigt, dass die Ziele den strengen Vorgaben der Science Based Targets Initiative entsprechen. Das Unternehmen rechnet damit, dass im Jahr 2020 – auch aufgrund der negativen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf das Geschäft von HUGO BOSS – erneut ein Rückgang der Scope-1- und Scope-2-Emissionen sowie der Scope-3-Emissionen aus der Logistik erzielt werden konnte (2019: Rückgang um 18%). Die Veröffentlichung des im Jahr 2020 erzielten Fortschritts erfolgt mit dem Nachhaltigkeitsbericht 2020.

Verantwortungsvoller Einsatz von Chemikalien in der Produktion

HUGO BOSS ist sich seiner Verantwortung für die Gesundheit und Sicherheit der Menschen bewusst, die mit seinen Produkten sowohl als Kunde als auch im Herstellungsprozess in Berührung kommen. Der verantwortungsvolle Einsatz von Chemikalien in der Produktion ist eine wesentliche Voraussetzung für **sichere, gesundheitlich unbedenkliche und umweltfreundliche Produkte sowie Produktionsprozesse**. Klare Verantwortlichkeiten, abgestimmte Abläufe und umfangreiche Richtlinien zielen auf die Einhaltung hoher Sicherheits- und Qualitätsstandards in den Produktionsprozessen ab. Mit seiner auf der Unternehmenswebsite veröffentlichten Umweltpolitik unterstreicht HUGO BOSS seine Ambitionen auch in diesem Bereich.

In der Stoff- und Zutatenproduktion unabhängiger Lieferanten kommen insbesondere in den sogenannten Nassverfahren, zu denen beispielsweise Färben, Waschen, Bleichen und Gerben zählen, Chemikalien zum Einsatz. Gleiches gilt für die Herstellung von Baumwoll-, synthetischen und recycelten Fasern. Kommt es in den Produktionsprozessen zur Freisetzung von Chemikalien, kann dies unter anderem zur Beeinträchtigung der **Wasserqualität und -versorgung** lokaler Gemeinschaften im Umfeld der jeweiligen Produktionsstätte führen. HUGO BOSS fordert daher von seinen Lieferanten einen verantwortungsbewussten Umgang mit Chemikalien und arbeitet an einer Reduzierung von deren Einsatz.

Umweltbelange in der Lieferkette werden vom **Zentralbereich Global Sustainability** gesteuert. Dessen Vorgaben zur Einhaltung entsprechender Umweltstandards werden von den operativen Beschaffungseinheiten in Zusammenarbeit mit den Lieferanten umgesetzt. So beinhaltet etwa der Lieferantenverhaltenskodex von HUGO BOSS umfassende Richtlinien zur Einhaltung von Umweltschutzauflagen. Die Einhaltung seitens der Lieferanten wird kontinuierlich von HUGO BOSS sowie unabhängigen Dritten überprüft. Der Vorstand und relevante Mitarbeiter werden über die Ergebnisse der Arbeit regelmäßig informiert.

Ziele

HUGO BOSS hat das Ziel, die **Sicherheit seiner Produkte** jederzeit zu gewährleisten. Darüber hinaus verfolgt das Unternehmen das Ziel, die **Umweltauswirkungen der Nassverfahren** auf Lieferantenseite weiter zu reduzieren. Beide Ziele sollen vor allem durch eine Reduzierung des Einsatzes gesundheits- und umweltschädlicher Chemikalien in der Produktion erreicht werden.

Maßnahmen

HUGO BOSS achtet auf die Einhaltung strikter Vorgaben zur Produktsicherheit in seiner Lieferkette. So verlangt das Unternehmen von seinen Lieferanten die Einhaltung einer den Anforderungen der Apparel & Footwear International RSL Management Group (AFIRM) entsprechenden **Restricted Substances List (RSL)**. Diese regelt die Einhaltung von Gesetzen zur Verwendung von Chemikalien sowie anderen potenziell gesundheitsgefährdenden Substanzen. Mittels umfangreicher **Produkttests** wird die Sicherheit und Verträglichkeit der von HUGO BOSS und seinen Lieferanten eingesetzten Materialien regelmäßig kontrolliert. Treten bei Tests Auffälligkeiten auf, greift ein vordefinierter Eskalationsprozess unter Einbindung aller relevanten Fachabteilungen, in schwerwiegenden Fällen auch unter Einbezug des Vorstands.

Zur Reduzierung der Umweltauswirkungen im Produktionsprozess arbeitet HUGO BOSS sowohl mit seinen Lieferanten als auch mit anderen Unternehmen der Bekleidungsindustrie, etwa im Rahmen des Programms **Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)**, eng zusammen. Das vom Unternehmen eingesetzte **Auditprotokoll** des ZDHC-Programms ermöglicht HUGO BOSS eine standardisierte Bewertung des Chemikalienmanagements seiner Lieferanten. Gleichzeitig soll es dazu dienen, Lieferanten mit Nassverfahren bei der Verbesserung ihrer Umweltleistung zu unterstützen. Zur weiteren Reduzierung des Einsatzes umweltschädlicher Chemikalien hat das Unternehmen 2020 eine auf ZDHC basierende **Manufacturing RSL (MRSL)** als festen Bestandteil in seine Lieferantenverträge aufgenommen. Sie führt Chemikalien

mit definierten Grenzwerten auf und verpflichtet die Lieferanten dazu, die Verwendung schädlicher Chemikalien zu vermeiden beziehungsweise zu begrenzen. Von strategisch wichtigen Lieferanten hat HUGO BOSS im Jahr 2020 zudem erstmalig Abwassertests entsprechend den **Abwasserrichtlinien** des ZDHC eingefordert. Mit den gewonnenen Erkenntnissen soll gemeinsam daran gearbeitet werden, die Freisetzung von Chemikalien in der Lieferkette weiter zu reduzieren.

Leistungsindikatoren

HUGO BOSS lässt die Sicherheit und Qualität seiner Produkte von akkreditierten Instituten mittels umfangreicher Schadstofftests prüfen. Ziel ist es, den **Anteil nicht marktkonformer Produkte** zu minimieren und gleichzeitig dafür zu sorgen, dass keine derartigen Produkte in die Auslieferung gelangen. So wurden im Jahr 2020 rund 2.650 Materialien überprüft (2019: rund 3.950 Materialien). Dabei erwiesen sich deutlich weniger als 0,5% der getesteten Produkte als nicht marktkonform und gelangten folglich nicht in die Auslieferung (2019: weniger als 0,5%).

Das Unternehmen strebt zudem an, dass bis zum Jahr 2030 sämtliche seiner Lieferanten mit Nassverfahren in **Konformität mit den Vorgaben der ZDHC-basierten MRSL** produzieren – gemessen mittels Berichten zu den Abwasserwerten und dem Chemikalieninventar der Lieferanten. Alle strategisch wichtigen Fertigwarenlieferanten mit Nassverfahren sollen dieses Ziel bereits 2025 erreichen. Auf Grundlage der im Jahr 2020 von HUGO BOSS eingeforderten Abwassertests wiesen bereits 20% dieser Lieferanten Konformität zu den Abwasserrichtlinien des ZDHC-Programms nach. Gleichzeitig konnte aufgrund einer aktuell noch zu geringen Transparenz die Konformität der entsprechenden Chemikalieninventare nicht abschließend beurteilt werden. Im Rahmen des ZDHC-Programms und gemeinsam mit seinen Lieferanten wird das Unternehmen auch weiterhin daran arbeiten, die Transparenz hinsichtlich der Abwasserwerte und Chemikalieninventare stetig zu erhöhen.

Arbeitnehmerbelange

Arbeitgeberattraktivität

Die Erreichung der strategischen und finanziellen Ziele des Konzerns ist in hohem Maße von seinen Mitarbeitern, ihren Fähigkeiten und ihrer Einsatzbereitschaft abhängig. Steigende Komplexität und ein schnelllebiges Wettbewerbsumfeld führen zu einem zunehmenden Bedarf an Fach- und Führungskräften. HUGO BOSS möchte seine Position im internationalen Wettbewerb um die qualifiziertesten Mitarbeiter deshalb weiter stärken. Zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität setzt das Unternehmen neben einer fairen und wertebasierten Unternehmenskultur vor allem auf **individuelle Entwicklungsmöglichkeiten** sowie vielfältige Angebote für eine bessere **Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben**.

Verantwortlich für die Personalstrategie und das konzernweite Personalmanagement ist der **zentrale Personalbereich**. Er steht in einem engen Austausch mit den Führungskräften der Zentralbereiche sowie den Personalabteilungen und Führungskräften der Konzerngesellschaften. Der Vorstand wird über die Fortschritte der Personalarbeit regelmäßig informiert und ist zudem bei allen wesentlichen Entscheidungen involviert.

Ziele

Die weitere **Steigerung der Arbeitgeberattraktivität** ist ein wesentliches Ziel der Personalarbeit von HUGO BOSS. So soll die Position des Unternehmens im internationalen Wettbewerb um hoch qualifizierte Mitarbeiter gestärkt und die Motivation, Einsatzbereitschaft sowie Bindung der rund 13.800 Mitarbeiter an das Unternehmen nachhaltig erhöht werden.

Maßnahmen

Für HUGO BOSS zählen die systematische Fort- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter sowie die Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu den strategischen Prioritäten innerhalb des Personalmanagements. → **Mitarbeiter**

HUGO BOSS bietet seinen Mitarbeitern eine Vielzahl individueller Entwicklungsmöglichkeiten. Mittels strukturierter Trainingsprogramme für Fach- und Führungskräfte wie des **Employee Development Program (EDP)** und **Leadership Development Program (LDP)** sollen Mitarbeiter entsprechend ihren Kompetenzen gefördert, ihr Wissen erweitert und ihre Fähigkeiten, etwa im Hinblick auf eine Führungskarriere, gestärkt werden. Die bereits in Deutschland und an ausgewählten internationalen Standorten praktizierten Entwicklungsprogramme wurden im Zuge der COVID-19-Pandemie vorübergehend ausgesetzt. Aktuell findet eine Überarbeitung des EDP statt, mit dem Ziel, dieses zusammen mit dem LDP perspektivisch in sämtlichen Konzerngesellschaften zu etablieren. Den Mitarbeitern steht darüber hinaus eine breite Auswahl an physischen und angeleiteten Online-Präsenztrainings sowie E-Learnings zu sozialen, fachlichen und Führungskompetenzen über die konzernweite Plattform **„HUGO BOSS University“** zur Verfügung. An den eigenen Produktions- und Logistikstandorten bilden zudem Präsenzs Schulungen und Arbeitsplatzanweisungen feste Bestandteile bei der Einführung gewerblicher Mitarbeiter. Während das Angebot an Online-Präsenztrainings und E-Learnings 2020 im Zuge der Pandemie weiter an Bedeutung gewonnen hat, konnten Präsenzveranstaltungen nur in begrenztem Umfang durchgeführt werden.

Zur prozess- und systemseitigen Unterstützung bei der Schaffung individueller Entwicklungsmöglichkeiten hat HUGO BOSS im Jahr 2020 die Einführung des **„Performance & Development Dialog“ (PDD)** erfolgreich abgeschlossen. Mit Unterstützung eines Onlinetools sollen zunächst am Firmensitz in Metzingen sowie an ausgewählten europäischen Standorten weitere Verbesserungen etwa in den Bereichen Leistungsbeurteilung, Potenzialeinschätzung und Entwicklungsplanung erzielt werden. HUGO BOSS will dadurch eine höhere Transparenz vor allem hinsichtlich möglicher abteilungs- und länderübergreifender Entwicklungspfade innerhalb des Konzerns schaffen, um Mitarbeiter optimal einzusetzen und Talente möglichst langfristig an das Unternehmen zu binden. PDD soll ab dem Jahr 2021 allen Verwaltungsmitarbeitern des Konzerns zur Verfügung stehen. Zudem fanden bereits erste Pilotprojekte in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit Mitarbeitern des eigenen Einzelhandels statt.

Zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität unterstützt HUGO BOSS seine Mitarbeiter zudem bei der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. So soll eine **Vielzahl flexibler Arbeitsmodelle** wie individuelle Teilzeitregelungen, Vertrauensarbeitszeit oder das Home-Office-Konzept die Motivation und Einsatzbereitschaft der Mitarbeiter weiter erhöhen. Dabei profitiert der Großteil der Belegschaft des Konzerns bereits heute von flexiblen Arbeitszeiten und möglichen Teilzeitregelungen. So ist es etwa auch Mitarbeitern in der eigenen Produktion in Izmir (Türkei) möglich, gesammelte Überstunden binnen zwei Monaten abzubauen oder anderweitige Teilzeitregelungen in Anspruch zu nehmen. Das **Home-Office-Konzept** steht inzwischen nahezu allen Verwaltungsmitarbeitern des Unternehmens zur Verfügung. Im Jahr 2020 hat HUGO BOSS darüber hinaus das **hybride Arbeitskonzept „Threedom of Work“** eingeführt, das zunächst für die Verwaltungsmitarbeiter in Deutschland gilt. Das Konzept sieht drei Präsenztage am Firmensitz in Metzingen von Dienstag bis Donnerstag vor, während die Mitarbeiter an den beiden anderen Tagen ihren Arbeitsort frei wählen können. Mit dem Modell reagiert das Unternehmen auf den zunehmenden Wunsch der Mitarbeiter nach räumlicher und zeitlicher Flexibilität. Gleichzeitig spiegelt es die positiven Erfahrungen des Unternehmens mit dem Home-Office-Konzept während der Pandemie wider. HUGO BOSS gilt branchenweit als eines der ersten Unternehmen, die die dauerhafte Ausweitung mobilen Arbeitens zum Standard machen. Das Unternehmen arbeitet daran, ähnliche Modelle perspektivisch auch in weiteren Konzerngesellschaften zu etablieren.

HUGO BOSS engagiert sich darüber hinaus im Rahmen der deutschlandweiten Kooperation **„Erfolgsfaktor Familie“** für eine Stärkung der Familienfreundlichkeit. Das Unternehmen macht seinen Mitarbeitern bereits heute unterschiedliche familienfreundliche Angebote. So stehen etwa jungen Familien am Standort Metzingen Plätze in der örtlichen Kindertagesstätte sowie Angebote zur **Ferienbetreuung** zur Verfügung. Bereits im Jahr 2019 ist dort zudem mit dem Bau einer unternehmenseigenen **Kindertagesstätte** begonnen worden, deren Eröffnung für das Jahr 2022 geplant ist. HUGO BOSS

hat im Jahr 2020 zudem virtuelle **Trainings** etabliert, die speziell auf die mentale und soziale Stärkung der Mitarbeiter während der Pandemie abzielen, darunter etwa ein Seminar zum Thema „Home-Office mit Kind“. Auch an internationalen Standorten fördert das Unternehmen die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. So haben etwa Mitarbeiter in den USA und Kanada kostenlosen Zugang zu einem **Employee Assistance Program (EAP)**, das unter anderem unabhängige Beratung zu den Themen Kinderbetreuung und Pflege von Angehörigen bietet. Darüber hinaus steht es den dortigen Mitarbeitern frei, mittels **flexibler Ausgabenkonten** (Flexible Spending Accounts, FSA) einen Teil des persönlichen Bruttoeinkommens für externe Betreuungs- oder Pflegeleistungen zu verwenden.

Die Attraktivität von HUGO BOSS als Arbeitgeber wurde auch im Jahr 2020 mehrfach ausgezeichnet. Bei der jährlichen Befragung der Institute Trendence und Universum zählte das Unternehmen bei relevanten Zielgruppen erneut zu den **Top 100 der attraktivsten Arbeitgeber Deutschlands**. In der Studie „**Working in Fashion 2020**“ der deutschen Branchenzeitschrift Textilwirtschaft verzeichnete HUGO BOSS wie schon im Vorjahr den dritten Platz. Besonders gut war dabei das Abschneiden in den Kategorien Internationales Arbeiten und Gehaltsniveau. In beiden Kategorien erreichte das Unternehmen sogar jeweils den zweiten Platz.

Leistungsindikatoren

HUGO BOSS ermittelt die Zufriedenheit und die Bedürfnisse seiner Mitarbeiter im Rahmen einer in Kooperation mit Great Place to Work® Deutschland jährlich durchgeführten Mitarbeiterbefragung. Die gewonnenen Erkenntnisse liefern dem Unternehmen wichtige Impulse für die Weiterentwicklung seiner Personalarbeit und der Unternehmenskultur. Bei einer konzernweiten Beteiligungsquote von 70% stieg die **Gesamtzufriedenheit** im Jahr 2020 auf 72% (2019: Gesamtzufriedenheit von 70% bei einer Beteiligungsquote von 66%). In der HUGO BOSS AG erhöhte sich die Gesamtzufriedenheit auf 82% (2019: 76%). Im Vergleich zum Vorjahr gaben die Mitarbeiter vermehrt an, stolz auf das gemeinsam Geleistete zu sein und gleichzeitig der Überzeugung zu sein, mit ihrer Arbeit einen wichtigen **Beitrag für die Gesellschaft** zu leisten. HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, die konzernweite Gesamtzufriedenheit bis zum Jahr 2025 auf 75% zu erhöhen.

Gesundheitsschutz

Als **verantwortungsvoller Arbeitgeber** misst HUGO BOSS der Gesundheit seiner Mitarbeiter eine hohe Bedeutung bei. So hat das Unternehmen umfassende Maßnahmen ergriffen, um die betriebliche Gesundheit seiner Belegschaft grundsätzlich zu sichern. Mit dem auf der Unternehmenswebsite veröffentlichten **Health & Safety Commitment** unterstreicht das Unternehmen den Stellenwert des Themas. Die Selbstverpflichtung ergibt sich aus dem HUGO BOSS Verhaltenskodex und ergänzt die dort festgelegten Regeln.

Die Verantwortung für den Gesundheitsschutz ist bei HUGO BOSS dezentral organisiert. Sowohl in der Verwaltung als auch in den eigenen Einzelhandelsgeschäften, der Produktion und der Logistik sind **klare Verantwortlichkeiten** definiert. Die entsprechenden Mitarbeiter berichten regelmäßig an das Management der jeweiligen Konzerngesellschaften, das in einem engen Austausch mit dem Vorstand steht.

Ziele

Ziel von HUGO BOSS ist es, die **Gesundheit der Mitarbeiter bestmöglich zu schützen**. Hohe Sicherheits- und Gesundheitsstandards sollen wesentlich zur Erreichung dieses Ziels beitragen. Im Jahr 2020 hat das Thema vor dem Hintergrund der **COVID-19-Pandemie** noch einmal wesentlich an Bedeutung gewonnen. HUGO BOSS hat bereits in einem frühen Stadium der Pandemie entsprechende Maßnahmen implementiert, um so seine Mitarbeiter bestmöglich vor einer potenziellen Ansteckung zu schützen und somit gleichzeitig die betrieblichen Abläufe aufrechtzuerhalten. Diese Maßnahmen werden im Folgenden schwerpunktmäßig erläutert.

Maßnahmen

Bereits Ende Januar 2020 hat HUGO BOSS ein **interdisziplinäres Corona-Krisenteam** für den Standort Metzingen und umliegende Logistikstandorte eingerichtet, das den Pandemieverlauf sehr genau beobachtet und sämtliche Maßnahmen des Konzerns zum Schutz seiner Mitarbeiter umfassend koordiniert. Das Team umfasst neben Entscheidungsträgern verschiedener Fachbereiche auch Mitglieder des Betriebsrats sowie medizinisches Fachpersonal. Wesentliche Entscheidungen und Maßnahmen wurden stets eng mit dem Vorstand abgestimmt und regelmäßig unter anderem via E-Mail an die Mitarbeiter kommuniziert. Dazu zählen sowohl konkrete Maßnahmen für den sicheren Umgang der Mitarbeiter untereinander als auch allgemeine Informationen etwa in Bezug auf offizielle Reisewarnungen oder aktuelle Quarantäneregelungen. Entsprechende Schutzmaßnahmen und wichtige Verhaltensregeln wurden zudem in einer internen **Richtlinie** zusammengefasst, die allen Mitarbeitern zugänglich gemacht wurde.

Nahezu allen Beschäftigten in der Verwaltung wurde die **Arbeit im Home-Office** ermöglicht. Wo immer dies betriebsbedingt nicht möglich war, wurden entsprechende Vorsichtsmaßnahmen getroffen, so etwa auch für die Beschäftigten im eigenen Einzelhandel, in der Produktion und der Logistik. Zu den implementierten Maßnahmen zur **Schaffung eines sicheren Arbeitsumfelds** zählen unter anderem die Einführung von Anwesenheitsbeschränkungen und Schichtmodellen, die Sicherstellung von Mindestabständen und entsprechender Frischluftzufuhr, die Bereitstellung von Desinfektionsmitteln und Schutzmasken sowie technische Schutzmaßnahmen wie etwa das Aufstellen von Plexiglastrennwänden. Im Verlauf der Pandemie wurde zudem eine **Maskenpflicht** auf dem Gelände der Firmenzentrale in Metzingen sowie an den umliegenden Logistikstandorten eingeführt. Vergleichbare Regelungen gelten auch an den übrigen internationalen Standorten des Unternehmens.

Sozialbelange

Kundenzufriedenheit

Für HUGO BOSS ist die **Begehrlichkeit seiner beiden Marken BOSS und HUGO** der wichtigste Faktor für den langfristigen Erfolg. Das Ziel, die Kundenzufriedenheit zu maximieren, folgt diesem Grundgedanken. Der klare Fokus auf den Kunden ist als eine der vier Leitlinien fest in der Konzernstrategie verankert. Bei allen wesentlichen Entscheidungen sind Kundennutzen und Kundenzufriedenheit gleichermaßen Maßstab und Ziel. → **Konzernstrategie**

Die systematische Messung und Auswertung der Kundenzufriedenheit erfolgt bei HUGO BOSS durch die **zentrale Strategieabteilung**, die direkt an den Sprecher des Vorstands berichtet. Der Vorstand wird regelmäßig über die Fortschritte und Ergebnisse der Arbeit informiert.

Ziele

Vor allem in Zeiten hoher Wettbewerbsdichte und stetig steigender Kundenanforderungen zählt das **Ziel, die Kundenzufriedenheit zu maximieren**, auf die langfristige Steigerung des Unternehmenswerts ein.

Maßnahmen

Wichtige Hebel zur Steigerung der Kundenzufriedenheit bilden für HUGO BOSS unter anderem die **Aufwertung des Einkaufserlebnisses**, die kontinuierliche **Optimierung des Produktangebots** sowie die stetige **Verbesserung der Produkt- und Servicequalität**. Im Jahr 2020 hat HUGO BOSS unter anderem in die weitere Optimierung seines Onlinestores und in dessen Ausweitung auf weitere Märkte sowie in die Modernisierung ausgewählter BOSS Stores investiert. Darüber hinaus hat das Unternehmen sein Produktangebot in der Casualwear weiter gestärkt. Auch hat das Unternehmen seine Marketingaktivitäten mittels Partnerschaften und Kollaborationen ausgeweitet und dabei noch näher am Kunden ausgerichtet. → **Konzernstrategie**

Als wichtigstes Instrument zur Messung der Kundenzufriedenheit setzt HUGO BOSS auf ein **systematisches Kundenerfahrungsmanagement** (Customer-Experience-Management, CEM), das Kundenfeedback auf freiwilliger Basis erfasst, aggregiert, auswertet und den relevanten Entscheidungsträgern in Echtzeit zur Verfügung stellt. Der Fokus liegt dabei auf der Bewertung des Einkaufserlebnisses mittels geeigneter Kennzahlen wie der sogenannten Weiterempfehlungsrate (Net Promoter Score, NPS) und einer Fünf-Sterne-Bewertung. Bereits mit der Einführung des CEM im Jahr 2019 wurden sämtliche freistehenden Einzelhandelsgeschäfte in Europa sowie die dortigen eigenen Onlinestores an die entsprechende Software angebunden. 2020 wurden zudem die eigenen Stores in Amerika und wichtigen asiatischen Märkten sowie der globale Onlinestore hugoboss.com mit dem CEM vernetzt. Somit können etwa die subjektiven Wahrnehmungen der Kunden einzelner Stores oder Länder im Zeitablauf beobachtet und miteinander verglichen werden. Dies soll es dem Unternehmen unter anderem ermöglichen, das Verkaufspersonal künftig noch gezielter zu schulen oder konkrete Maßnahmen zur weiteren Optimierung des Bestellvorgangs im Onlinegeschäft abzuleiten. Mittels themenspezifischer Kundenbefragungen wurden im Jahr 2020 erstmals auch der Erfolg einzelner Marketinginstrumente sowie die Kundenwahrnehmung etwa zum Produktangebot und zur Produktqualität mithilfe des CEM messbar gemacht.

Leistungsindikatoren

Bei der Auswertung der mittels des CEM gewonnenen Daten bildet der **NPS** die wichtigste Kennzahl. Dieser misst die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Kunde eine Weiterempfehlung für die Marken BOSS oder HUGO aussprechen wird. Im Jahr 2020 konnte HUGO BOSS erneut eine Verbesserung des NPS im Vergleich zum Vorjahr erzielen. Ziel von HUGO BOSS ist es, diese Kennzahl auch in Zukunft weiter zu verbessern.

Datenschutz

Datenschutz hat zum Ziel, das **Recht auf informationelle Selbstbestimmung des Einzelnen** zu gewährleisten. Aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung des Geschäftsmodells gewinnt das Thema auch für HUGO BOSS stetig an Bedeutung. Für den zukünftigen Erfolg von HUGO BOSS haben vor allem Kundendaten, insbesondere aus dem eigenen Onlinegeschäft und dem Kundenbindungsprogramm, eine hohe Relevanz. Ebenso wichtig ist für HUGO BOSS der ordnungsgemäße Umgang mit den Daten seiner Mitarbeiter, Geschäftspartner und Aktionäre. Verstöße gegen den Datenschutz stellen ein erhöhtes Compliance-Risiko dar. Diesem Risiko will der Konzern mit einer datenschutzkonformen Aufstellung und angemessenen technischen und organisatorischen Maßnahmen begegnen. → **Risikobericht**,

Bedeutende organisatorische Risiken

Die Zuständigkeit für die Überwachung und Einhaltung des Datenschutzes liegt beim **zentralen Datenschutzbeauftragten**. Auch in den internationalen Konzerngesellschaften hat das Unternehmen entsprechende Verantwortliche definiert. Darüber hinaus wurde eine **zentrale operative Datenschutzeinheit** etabliert, die zusammen mit Datenschutzkoordinatoren wesentlicher Bereiche der HUGO BOSS AG die rechtskonforme Verarbeitung personenbezogener Daten in engem Austausch mit dem Datenschutzbeauftragten sicherstellen soll. **Arbeitsschwerpunkte** sind die fortwährende Begleitung der Fachbereiche in Datenschutzfragen, die Risikofrüherkennung, Schwachstellenbehebung und Sensibilisierung der Mitarbeiter. Etwaige Verstöße müssen dem Datenschutzbeauftragten gemeldet werden. Der Vorstand wird in Form von regelmäßigen Datenschutzberichten zu den Fortschritten der Arbeit informiert.

Ziele

HUGO BOSS hat den Anspruch, **Verstöße** gegen geltendes Datenschutzrecht möglichst vollständig auszuschließen.

Maßnahmen

Mittels allgemeiner und tätigkeitsbezogener **Schulungen** sowie einer gesonderten Vertraulichkeitsverpflichtung werden die Mitarbeiter des Konzerns für datenschutzrechtliche Fragen sensibilisiert. Im Jahr 2020 wurde zudem ein umfassendes **E-Learning-Programm** zum Datenschutz etabliert. Es ist fortan von allen Mitarbeitern mit PC-Zugang regelmäßig zu absolvieren und soll das Bewusstsein für den Umgang mit personenbezogenen Daten, insbesondere vor dem Hintergrund der Bestimmungen der EU-Datenschutz-Grundverordnung, weiter stärken. Ergänzend dazu verfügt das Unternehmen über eine interne **Datenschutzleitlinie** sowie weitere Datenschutzrichtlinien, insbesondere zur Gewährleistung der umfassenden Betroffenenrechte. Die Richtlinien werden regelmäßig auf Aktualität in Bezug auf geltende Datenschutzbestimmungen überprüft und dabei stetig weiterentwickelt.

Sämtliche internen **Prozesse und Systeme** zur Verarbeitung personenbezogener Daten werden fortlaufend an datenschutzrechtlichen Vorgaben gemessen und kontinuierlich weiterentwickelt. Die Verbesserungen zielen darauf ab, Datenmissbrauch und -diebstahl zu verhindern. So bestehen insbesondere für die Internetauftritte und mobilen Apps von HUGO BOSS ausführliche Datenschutzbestimmungen. Bei Bekanntwerden von Gesetzesverstößen hat das Unternehmen **Notfallkonzepte** zur Einleitung von Gegenmaßnahmen implementiert.

Leistungsindikatoren

Wie schon im Vorjahr wurden dem Unternehmen auch im Jahr 2020 **keine Verstöße** im Sinne von behördlich oder gerichtlich festgestellten Datenschutzverletzungen bekannt.

Achtung der Menschenrechte

Unter dem Aspekt „Achtung der Menschenrechte“ fasst HUGO BOSS zwei wesentliche Sachverhalte in Bezug auf die sozialen Auswirkungen in der Lieferkette (inklusive eigener Produktion) zusammen: **Menschenrechte und Arbeitsstandards** sowie **Sicherheit am Arbeitsplatz**. Über beide Themen wird im Folgenden gesamtheitlich berichtet, da sie beide Teil des Social-Compliance-Programms von HUGO BOSS und daher eng miteinander verknüpft sind.

Die Achtung der Menschenrechte und die Einhaltung geltender Arbeitsstandards in der globalen Lieferkette stellen für HUGO BOSS **integrale Bestandteile seiner Unternehmenskultur** dar. Ein wesentlicher Teil des Beschaffungsvolumens von HUGO BOSS entfällt auf Fertigwaren, die von unabhängigen Lieferanten in wirtschaftlich weniger entwickelten Regionen produziert werden. In einigen dieser Regionen sind die politischen und gesellschaftlichen Schutzmechanismen für die Beschäftigten vergleichsweise wenig ausgeprägt. HUGO BOSS ist sich der **Mitverantwortung** für die Beschäftigten in seiner Lieferkette bewusst. Ein Bekenntnis des Vorstands zur Achtung und Wahrung der Menschenrechte ist auf der Unternehmenswebsite einsehbar.

Das Thema Achtung der Menschenrechte wird vom **Zentralbereich Global Sustainability** in engem Austausch mit den operativen Beschaffungseinheiten verantwortet und gesteuert. Die Ergebnisse der Arbeit werden regelmäßig an den Vorstand berichtet. Zudem ist das Thema Menschenrechte mit klar definierten Prozessen und Verantwortlichkeiten im **Risikomanagement** des Unternehmens integriert. Die Verantwortung für den Themenschwerpunkt Arbeitssicherheit in der eigenen Produktion ist dezentral organisiert. Die zuständigen Mitarbeiter an den jeweiligen Standorten berichten regelmäßig sowie anlassbezogen an das **Management der jeweiligen Konzerngesellschaften**, das in einem engen Austausch mit dem Vorstand steht.

Bei Hinweisen auf Verstöße gegen Menschenrechte oder Arbeitsstandards können sich die eigenen Mitarbeiter wie auch die Beschäftigten auf Lieferantenseite über einen definierten Beschwerde-mechanismus direkt an die verantwortlichen Ansprechpartner von HUGO BOSS oder an einen externen, weisungsfreien **Ombudsmann** wenden. Im Falle von Verstößen erfolgen Aufklärung, Ahndung und Maßnahmenenergreifung federführend durch die zentrale Compliance-Abteilung. Im Rahmen des Compliance-Reportings berichtet diese regelmäßig an den Vorstand und den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats.

Ziele

Ziel von HUGO BOSS ist die Einhaltung gesetzlicher und unternehmenseigener Regelungen zu **Menschenrechten und Arbeitsstandards** sowohl in der eigenen Produktion als auch aufseiten der Zulieferer. Dabei soll allen Beschäftigten die **Sicherheit am Arbeitsplatz** gewährt werden.

Maßnahmen

Das Unternehmen legt großen Wert auf eine **sorgfältige Auswahl seiner Partner**, eine vertrauens-volle Zusammenarbeit und den Aufbau sowie Erhalt langfristiger strategischer Beziehungen. Dabei nehmen die Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses sowie die Hilfestellung bei der Weiter-entwicklung von Kompetenzen zur Steuerung von Sozialbelangen eine wichtige Rolle ein. HUGO BOSS verpflichtet seine Lieferanten zur Einhaltung seines **Lieferantenverhaltenskodex**, der das wichtigste Rahmenwerk für die Einhaltung und Verbesserung der Sozialbelange in der Lieferkette darstellt und ein fester Bestandteil der vertraglichen Vereinbarungen ist. Er basiert auf international anerkannten Standards wie den Kernkonventionen der International Labour Organization (ILO) und beinhaltet unter anderem Regeln zur Einhaltung nationaler Gesetze, Arbeitszeitbeschränkungen, menschenwürdiger und sicherer Arbeitsbedingungen, zum Verbot von Kinder-, Zwangsarbeit und Diskriminierung sowie zur Zahlung angemessener Löhne. In Ländern, in denen die nationalen gesetzlichen Vorgaben nur unzureichend ausgeprägt sind, setzt der Kodex einen Mindeststandard. Er ist in 23 Sprachen auf der Unternehmenswebsite einsehbar. Für die eigenen Mitarbeiter gelten entsprechend der **HUGO BOSS Verhaltenskodex** sowie die 2020 veröffentlichte **HUGO BOSS Human Rights Policy**.

Zur Weiterentwicklung von Branchenstandards arbeitet HUGO BOSS in enger **Kooperation** mit anderen Unternehmen und Organisationen. So engagiert sich das Unternehmen etwa im Rahmen der Initiative „Existenzsichernde Löhne“ des Bündnisses für nachhaltige Textilien. Zu den grundlegenden **Prinzipien einer fairen Vergütung** zählen für HUGO BOSS unter anderem die geregelte Zahlung von Löhnen, die leistungsgemäße Vergütung von tatsächlich erbrachter Arbeitszeit, das Recht auf Tarifverhandlungen sowie die Vermeidung von Vergütungsungleichheit. Im Jahr 2020 bildete der Umgang mit den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie einen Schwerpunkt im Lieferketten-management von HUGO BOSS. Das Unternehmen stand dabei in einem kontinuierlichen Dialog mit seinen Lieferanten hinsichtlich geeigneter Maßnahmen zur Reduzierung des Gesundheitsrisikos. Im Umgang mit den Lieferanten orientierte sich das Unternehmen an den vom Bündnis für nachhaltige Textilien im Zusammenhang mit der Pandemie entwickelten **Leitsätzen für verantwortungsvolle Einkaufspraktiken**. HUGO BOSS hat zudem ein „Supplier Financing Program“ zur Sicherung der finanziellen Stabilität seiner Lieferanten aufgelegt.

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber misst HUGO BOSS zudem der betrieblichen Sicherheit seiner Mitarbeiter sehr hohe Bedeutung bei. Dies drückt sich insbesondere in hohen Standards hinsichtlich Arbeitssicherheit an den eigenen Produktionsstandorten aus. So sollen etwa im Rahmen sogenannter **Health-&-Safety-Begehungen und -Gefährdungsbeurteilungen** potenzielle Gefährdungen rechtzeitig erkannt und bewertet sowie Lösungsansätze entwickelt werden. Darüber hinaus sind **Präsenzschulungen** und **Arbeitsplatzeinweisungen** fester Bestandteil bei der Einführung gewerblicher Mitarbeiter an den eigenen Produktionsstandorten. Mit dem auf der Unternehmenswebsite veröffentlichten **Health & Safety Commitment** unterstreicht das Unternehmen den Stellenwert des Themas.

Im Rahmen von **Audits** überprüft HUGO BOSS regelmäßig die Einhaltung der Sozialstandards sowie der Regelungen zur Arbeitssicherheit. Dabei greift das Unternehmen auch auf externe Auditoren zurück. Für den Fall, dass Verstöße gegen die Sozialstandards festgestellt werden, erarbeitet das Unternehmen gemeinsam mit dem jeweiligen Lieferanten Maßnahmenpläne, deren Umsetzung in Folgeaudits überprüft wird. Kann bei Verstößen im Verlauf der Maßnahmenumsetzung keine ausreichende Verbesserung vorgewiesen werden, leitet HUGO BOSS nach mehrmaliger Überprüfung in letzter Konsequenz die Beendigung der Lieferantenbeziehung ein. Um Verstöße gegen die Sozialstandards zu verhindern, misst HUGO BOSS der Weiterentwicklung des Social-Compliance-Managements seiner Lieferanten hohe Priorität bei. So führt das Unternehmen regelmäßig **Social-Compliance-Trainings** bei seinen Fertigwarenlieferanten durch und unterstützt sie bei der Umsetzung der Sozialstandards. Auch die eigenen Mitarbeiter sollen mittels regelmäßiger **Schulungen** zu Social-Compliance-Themen weiter sensibilisiert werden. Vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie fanden 2020 weniger physische Trainings und Schulungen als ursprünglich geplant statt.

Leistungsindikatoren

Die Eigenfertigung erfolgte auch 2020 an vier Produktionsstandorten in vier europäischen Ländern. Daneben stand HUGO BOSS im Jahr 2020 in einem aktiven Geschäftsverhältnis mit 185 externen Fertigwarenproduktionsstätten in 26 Ländern (2019: 198 Produktionsstätten in 25 Ländern). Im Berichtszeitraum wurden **76 Audits** in 71 bestehenden Fertigwarenproduktionsstätten (inklusive der eigenen Produktionsstandorte) durchgeführt (2019: 119 Audits in 93 Produktionsstätten). Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist im Wesentlichen auf eine Reduzierung der Audits vor dem Hintergrund der Pandemie und der damit verbundenen Lockdowns und Reisebeschränkungen zurückzuführen. Festgestellte Verstöße bezogen sich im Jahr 2020 hauptsächlich auf die Bereiche Arbeitszeit und Vergütung.

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2025 100 % seines Beschaffungsvolumens von Fertigwarenlieferanten (inklusive der eigenen Produktionsstandorte) zu beziehen, die im jeweils letzten Audit eine der beiden **höchsten Leistungsstufen**, „gut“ oder „zufriedenstellend“, erreichten. Zum 31. Dezember 2020 belief sich dieser Anteil auf 96 % (2019: 93 %).

Bekämpfung von Korruption und Bestechung

Vermeidung von Korruption und wettbewerbsschädigendem Verhalten

Zu ethisch einwandfreiem und rechtmäßigem Verhalten gehört die Vermeidung von Korruption und wettbewerbsschädigendem Verhalten. HUGO BOSS erwartet von allen Mitarbeitern ein rechtlich einwandfreies Verhalten im unternehmerischen Alltag. **Corporate Compliance** ist bei HUGO BOSS wesentliche Leitungsaufgabe des Vorstands und umfasst Maßnahmen zur Einhaltung gesetzlicher und behördlicher Vorschriften sowie unternehmensinterner Richtlinien und Kodizes. Dazu zählen auch Anti-Korruptions-, Anti-Bestechungs- und Kartellrechtsvorschriften.

Die **zentrale Compliance-Abteilung** berichtet direkt an den Finanzvorstand in seiner Funktion als Chief Compliance Officer und unterstützt ihn bei der Überwachung eines effektiven Compliance-Managements. Zusammen mit den Compliance-Verantwortlichen in den Konzerngesellschaften sorgt sie für die Umsetzung und kontinuierliche Weiterentwicklung des Compliance-Programms. Der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats wird regelmäßig über die Aktivitäten der Compliance-Abteilung informiert.

Ziele

Das Compliance-Management bei HUGO BOSS zielt auf ein **konzernweit rechtskonformes Verhalten** ab. So sollen Rechtsverletzungen wie etwa Korruptions-, Bestechungs- und Kartellrechtsverstöße vermieden werden, die neben Reputations- und finanziellen Risiken insbesondere auch persönliche straf- und arbeitsrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen können.

Maßnahmen

Sämtliche Mitarbeiter des HUGO BOSS Konzerns sind zur Einhaltung des konzernweit geltenden **Verhaltenskodex** und ergänzender spezifischer **Compliance-Regeln** wie etwa einer Richtlinie zum Kartellrecht und einer Kapitalmarktrichtlinie verpflichtet. Dabei werden sowohl der öffentlich einsehbare Kodex als auch die internen Richtlinien regelmäßig weiterentwickelt und inhaltlich vor allem im Hinblick auf geänderte rechtliche Anforderungen aktualisiert. Aktuell unterzieht das Unternehmen etwa seine interne Beschaffungsrichtlinie einer Überarbeitung, mit dem Ziel, diese im Jahr 2021 abzuschließen. Darüber hinaus werden die Konzerngesellschaften regelmäßigen **Risikoanalysen** und gegebenenfalls detaillierten **Audits** unterzogen. Etwaige Verstöße werden an den Vorstand und den Aufsichtsrat berichtet.

Ein konzernweit etabliertes und von allen Mitarbeitern mit PC-Zugang regelmäßig zu absolvierendes **E-Learning-Programm** soll das Bewusstsein für die Compliance-Regeln stärken. Ab Mitte 2021 ist das Programm auch in den Sprachen Türkisch, Italienisch sowie Chinesisch und damit fortan in insgesamt sieben Sprachen verfügbar. Mitarbeiter in Positionen, für die das Thema Compliance besondere Relevanz hat, werden mittels **Präsenzs Schulungen** zu spezifischen, für sie relevanten Themen wie etwa dem Kartellrecht geschult. Bewusstes Fehlverhalten und schwerwiegende Compliance-Verstöße werden von HUGO BOSS nicht toleriert.

Bei HUGO BOSS können sich Mitarbeiter, Lieferanten und Handelspartner bei Hinweisen auf Wirtschaftsstraftaten, Kartellrechtsverletzungen oder sonstige Compliance-Verstöße vertrauensvoll und, sofern gewünscht, anonym an einen externen **Ombudsmann** wenden. Dessen Kontaktdaten finden sich auf der Unternehmenswebsite.

Leistungsindikatoren

Im Jahr 2020 stellte die dänische Wettbewerbsbehörde einen kartellrechtlichen Verstoß hinsichtlich einer vermeintlichen Informationsweitergabe mit Blick auf Preise und Mengen von HUGO BOSS an lokale Handelspartner fest. HUGO BOSS hat hierzu eine andere Auffassung und legte dementsprechend Beschwerde beim zuständigen Beschwerdeausschuss ein. Mit einer vorläufigen Entscheidung in diesem Fall ist nicht vor Frühjahr 2021 zu rechnen. Ein Bußgeld wurde bisher nicht verhängt. Darüber hinaus wurden im Unternehmen im Jahr 2020 keine weiteren Verstöße im Sinne von behördlich oder gerichtlich festgestellten Rechtsverletzungen durch Korruptions-, Bestechungs- und Kartellfälle bekannt (2019: keine Verstöße).

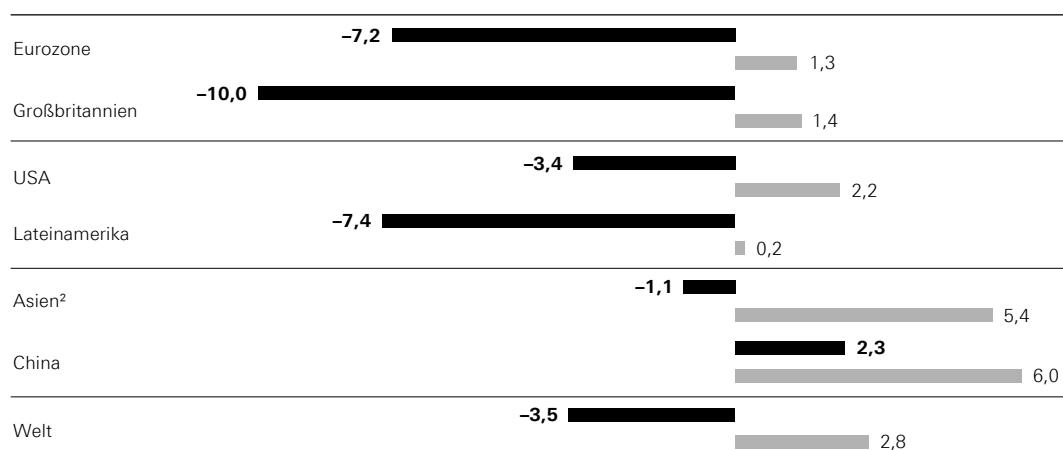
GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE UND BRANCHENENTWICKLUNG

- Auswirkungen der COVID-19-Pandemie prägen Entwicklung der Weltwirtschaft
- Rückgang der Wirtschaftsleistung in allen Regionen außer China
- Allgemeiner Nachfragerückgang führt zu deutlichen Umsatzeinbußen in der Premium- und Luxusgüterbranche

Gesamtwirtschaftliche Lage

Im Jahr 2020 war die weltweite wirtschaftliche Entwicklung insbesondere von den Auswirkungen der **COVID-19-Pandemie** geprägt. So geht der Internationale Währungsfonds (IWF) davon aus, dass die Weltwirtschaft im Jahr 2020 um 3,5% geschrumpft ist (2019: plus 2,8%). In der ersten Jahreshälfte lastete vor allem ein deutlicher Nachfragerückgang im Zusammenhang mit den Lockdown- und Quarantänemaßnahmen auf dem allgemeinen Konsum. Geldpolitische Gegenmaßnahmen und umfangreiche Liquiditätsinitiativen konnten den Rückgang der privaten Konsumausgaben nur teilweise ausgleichen. Zudem setzten Unternehmen im Zuge der anhaltend hohen Unsicherheiten frühzeitig geplante Investitionen vorübergehend aus. Im zweiten Quartal erreichte die globale Wirtschaftsleistung einen vorübergehenden Jahrestiefpunkt, erholte sich jedoch infolge der Aufhebung der ersten Lockdowns sukzessive im weiteren Jahresverlauf. Davon profitierte insbesondere der private Konsum mit einer starken Erholung im dritten Quartal. Gegen Ende des Jahres lasteten ein erneuter Anstieg der Infektionen und wiederholte Lockdowns, insbesondere in weiten Teilen Europas auf der Entwicklung der Weltwirtschaft.

Wachstum der Weltwirtschaft¹ (in %)



¹ Schätzung IWF. ■ 2020

² Ohne Japan. ■ 2019

Die Wirtschaft der **Eurozone** ist laut Schätzung des IWF im Jahr 2020 um 7,2% geschrumpft (2019: plus 1,3%). Dabei haben sich Länder wie Deutschland mit einer vergleichsweise großen Fertigungsindustrie besser entwickelt als jene, die wirtschaftlich stark vom Dienstleistungs- und Tourismussektor abhängig sind, wie etwa Italien und Spanien. Auch Frankreich, wo der erste Lockdown besonders lang andauerte und das gegen Ende des Jahres frühzeitig einen zweiten Lockdown implementierte, hat sich vergleichsweise schwach entwickelt. Gleiches gilt für **Großbritannien**, dessen Wirtschaftsleistung laut IWF im Jahr 2020 sogar um 10,0% zurückgegangen ist (2019: plus 1,4%). Um die negativen Effekte der Pandemie abzufedern, haben Entscheidungsträger auf nationaler Ebene sowie die Europäische Zentralbank frühzeitig umfassende geldpolitische Maßnahmen ergriffen und damit den Grundstein für eine Erholung der Wirtschaft im Jahr 2021 gelegt.

Nach Ansicht des IWF ist die Wirtschaft in den **USA** im Jahr 2020 um 3,4% geschrumpft (2019: plus 2,2%). Nachdem die wirtschaftliche Entwicklung im April ihre Talsohle erreicht hatte, erholte sich die Konjunktur mit Beendigung der Lockdown-Maßnahmen zunehmend im weiteren Jahresverlauf. Zudem haben umfangreiche Konjunkturmaßnahmen wie etwa finanzielle Entlastungen von kleinen und mittleren Einkommen die Wirtschaft im Jahresverlauf angekurbelt. Der erneute Anstieg der COVID-19-Fallzahlen gegen Jahresende lastete jedoch auf der weiteren Wirtschaftsentwicklung. Auch die Konjunktur der Länder **Lateinamerikas** wurde 2020 erheblich von den Auswirkungen der Pandemie beeinträchtigt, wobei die wirtschaftliche Erholung dort nur vergleichsweise langsam in Schwung kommt.

In **China** hat sich die Wirtschaft nach dem Lockdown im ersten Quartal vergleichsweise rasch erholt und konnte auf Jahressicht sogar Wachstum verzeichnen. Laut Schätzungen des IWF belief sich das Wirtschaftswachstum Chinas im Jahr 2020 auf 2,3% (2019: 6,0%). Insbesondere die chinesische Industrieproduktion ist seit Mitte des Jahres stark gewachsen und damit zum Motor der Erholung geworden. Dabei unterstützten umfangreiche geld- und fiskalpolitische Maßnahmen die Konjunkturerholung. In **Japan**, wo der Lockdown vergleichsweise lange andauerte, erholen sich die wirtschaftlichen Aktivitäten hingegen deutlich langsamer.

Branchenentwicklung

Das Jahr 2020 war für die globale Bekleidungsindustrie stark von den Auswirkungen der Pandemie geprägt. Umsatzeinbußen infolge des allgemeinen Nachfragerückgangs, verstärkte Rabattaktivitäten und ein sich veränderndes Kundenverhalten haben dabei die Branche vor große Herausforderungen gestellt. In einer gemeinsamen Studie schätzen The Business of Fashion und die Unternehmensberatung McKinsey & Company, dass der von den Unternehmen der **globalen Bekleidungsindustrie** im Jahr 2020 erzielte Gewinn in Summe um 93% gesunken ist verglichen mit einem Anstieg von 4% im Vorjahr. Dabei hat sich das **gehobene Premiumsegment der Bekleidungsindustrie**, das für HUGO BOSS den besten Vergleichsmaßstab darstellt, schwächer entwickelt als das Luxussegment. Dies liegt vor allem daran, dass sich die Unsicherheiten im Rahmen der Pandemie weniger auf vermögende Kunden des Luxussegments ausgewirkt haben. Darüber hinaus haben sich Unternehmen mit einem vergleichsweise hohen Umsatzanteil in Asien und einem stark ausgeprägten Onlinegeschäft im Jahr 2020 relativ gesehen besser entwickelt.

Regional betrachtet wies die Branchenentwicklung große Unterschiede auf. Während die meisten Märkte in **Asien/Pazifik**, darunter Australien, Japan und Südostasien, von weitreichenden Storeschließungen betroffen waren, kehrten die Branchenumsätze auf dem chinesischen Festland bereits im zweiten Quartal zu Wachstum zurück. Dies wurde vor allem durch eine Rückführung der lokalen Nachfrage, rückläufige Infektionszahlen sowie ein insgesamt positives Konsumklima angetrieben.

Während auch in **Europa** die Nachfrage nach Premiumbekleidung gegen Ende des zweiten Quartals wieder anzuziehen begann, schritt die Erholung im Vergleich zu der auf dem chinesischen Festland deutlich langsamer voran. Im vierten Quartal führten erneute Lockdowns sowie die in diesem Zusammenhang erfolgten temporären Storeschließungen in wichtigen europäischen Märkten wie Deutschland, Frankreich und Großbritannien zu einer neuerlichen Belastung der Branchenentwicklung. Seit Beginn der Pandemie lastet zudem der Einbruch des internationalen Reiseverkehrs spürbar auf den Branchenumsätzen, insbesondere in den Märkten Südeuropas sowie in wichtigen europäischen Metropolregionen.

In **Amerika** wirkten sich die finanziellen Auswirkungen der Pandemie und die lang anhaltenden Storeschließungen bis weit in das dritte Quartal negativ auf die allgemeine Branchenentwicklung aus. Zusätzlich hatten Unruhen und Demonstrationen zur Jahresmitte das Konsumklima im US-Markt beeinträchtigt. Erst gegen Ende des Jahres sorgten die konjunktur- und finanzpolitischen Maßnahmen für eine spürbare Verbesserung der Branchenentwicklung in den USA. In Kanada, das gegen Jahresende unter erneuten Lockdowns und Storeschließungen litt, entwickelte sich die Branche hingegen vergleichsweise schwächer.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF

- **Geschäftsentwicklung im Jahr 2020 spürbar durch COVID-19-Pandemie belastet**
- **Deutlicher Rückgang von Umsatz und operativem Ergebnis (EBIT) verzeichnet**
- **Hohe Wachstumsdynamik im Onlinegeschäft und im chinesischen Markt setzt sich fort**

Nach einem äußerst erfreulichen Start in das Geschäftsjahr 2020 führte die globale Ausbreitung von COVID-19 zu einer insgesamt erheblichen Beeinträchtigung des Geschäfts von HUGO BOSS. So lasteten weitreichende temporäre Storeschließungen infolge weltweiter Lockdowns, eine deutliche Einschränkung des öffentlichen Lebens inklusive umfangreicher Social-Distancing-Maßnahmen sowie internationale Reisebeschränkungen spürbar auf der Entwicklung von Umsatz, operativem Ergebnis (EBIT) und Free Cashflow. Die **Auswirkungen der Pandemie** waren dabei besonders in Europa, der mit Abstand größten Region des Konzerns, und Amerika spürbar. In Asien konnte die zügige Erholung des Geschäfts auf dem chinesischen Festland hingegen einen Teil der Rückgänge in den übrigen Märkten der Region kompensieren.

Ungeachtet der insgesamt spürbar negativen Auswirkungen der Pandemie auf sein Geschäft erzielte HUGO BOSS auch im Jahr 2020 deutliche Fortschritte bei seinen **strategischen Wachstumstreibern Online und China**. Mit einem währungsbereinigten Umsatzplus von 49% entwickelte sich das eigene Onlinegeschäft äußerst dynamisch und legte im dritten Jahr in Folge deutlich zweistellig zu. Dazu trugen sowohl die über hugoboss.com als auch über die eigenen Angebote auf wichtigen Partnerwebsites im Konzessionsmodell erzielten Umsätze mit jeweils deutlich zweistelligem Wachstum bei. Nach einer spürbaren Beeinträchtigung des Geschäfts auf dem chinesischen Festland im ersten Quartal fand dieser Markt bereits im Laufe des zweiten Quartals zu seinem zweistelligen Wachstumskurs zurück. Insgesamt lagen die währungsbereinigten Umsätze auf dem chinesischen Festland auf Jahressicht um 5% über dem Vorjahreswert. Aus Markensicht stand 2020 die kontinuierliche **Steigerung der Begehrlichkeit von BOSS und HUGO** im Mittelpunkt sämtlicher Initiativen. Dank einer Vielzahl digitaler Events, exklusiver Kollaborationen mit Marken und Botschaftern sowie eines starken Fokus auf die Casualwear konnte die Attraktivität der beiden Marken weiter gesteigert werden. Gleichzeitig ist es HUGO BOSS gelungen, seine **operativen Prozesse noch effizienter und flexibler zu gestalten** – vor allem aufgrund des konsequenten Ausschöpfens der Potenziale der Digitalisierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette. → **Konzernstrategie**

Dank seiner gesunden Bilanzstruktur sah sich HUGO BOSS für die finanziellen Herausforderungen der Pandemie im Jahr 2020 stets gut gerüstet. Das Unternehmen hat zudem frühzeitig umfangreiche Maßnahmen im Gesamtvolumen von mehr als 600 Mio. EUR zur zusätzlichen **Sicherung des Cashflows** eingeleitet und diese im weiteren Jahresverlauf erfolgreich umgesetzt. So konnten insbesondere eine deutliche Reduzierung der operativen Aufwendungen, eine Aufschiebung nicht geschäftskritischer Investitionen sowie eine spürbare Verringerung des Bestandszuflusses erzielt werden. Zudem hatte HUGO BOSS die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2019, mit Ausnahme der gesetzlichen Mindestdividende von 0,04 EUR je Aktie, ausgesetzt. Darüber hinaus hat sich der Konzern im Jahr 2020 weitere Kreditzusagen gesichert sowie die Option zur Erhöhung seines revolvingierenden Konsortialkredits erfolgreich ausgeübt und so seine finanzielle Flexibilität im Jahresverlauf zusätzlich gestärkt. → **Ertragslage, Gewinn-und-Verlust-Rechnung, → Finanzlage, Kapitalflussrechnung und Free Cashflow**

Im Zuge der Pandemie hatte HUGO BOSS am 18. März 2020 seinen **ursprünglichen Ausblick** für das Geschäftsjahr 2020, wie im Geschäftsbericht 2019 veröffentlicht, zurückgezogen. Aufgrund der hohen Unsicherheit in Bezug auf die weitere Entwicklung der Pandemie sah sich der Konzern im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2020 nicht in der Lage, eine neue, zuverlässige Prognose für seine wichtigsten Steuerungskennzahlen abzugeben.

Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf

	Ergebnis 2019	Prognose 2020 ¹	Ergebnis 2020
Konzernumsatz	2.884 Mio. EUR	Entwicklung in einer Spanne von 0% bis +2% ²	Rückgang um 31% ² auf 1.946 Mio. EUR
Operatives Ergebnis (EBIT)	344 Mio. EUR	320 Mio. EUR bis 350 Mio. EUR	-236 Mio. EUR ³
Konzernergebnis	205 Mio. EUR	Anstieg um bis zu 10%	-219 Mio. EUR ⁴
Kurzfristiges operatives Nettovermögen (TNWC) im Verhältnis zum Umsatz	20,1%	Anstieg um etwa 50 Basispunkte	Anstieg um 860 Basispunkte auf 28,7%
Investitionen	192 Mio. EUR	140 Mio. EUR bis 160 Mio. EUR	80 Mio. EUR

¹ Im Zuge der COVID-19-Pandemie hatte HUGO BOSS am 18. März 2020 seinen ursprünglichen Ausblick für das Geschäftsjahr 2020, wie im Geschäftsbericht 2019 veröffentlicht, zurückgezogen.

² Währungsbereinigt.

³ Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen im Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen von COVID-19 auf das eigene Einzelhandelsgeschäft beläuft sich das EBIT auf minus 126 Mio. EUR.

⁴ Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen im Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen von COVID-19 auf das eigene Einzelhandelsgeschäft beläuft sich das Konzernergebnis auf minus 131 Mio. EUR.

Insgesamt ging der **Konzernumsatz** im Jahr 2020 währungsbereinigt um 31 % zurück. Die Umsätze beliefen sich auf 1.946 Mio. EUR und lagen damit in Konzernwährung um 33% unter dem Vorjahreswert (2019: 2.884 Mio. EUR). Das Umsatzminus im eigenen Einzelhandel fiel dabei ein Stück weit geringer aus als im Großhandelsgeschäft. Beide Vertriebskanäle waren erheblich von den temporären Geschäftsschließungen während der Lockdowns betroffen. Insgesamt waren im Jahresverlauf weltweit durchschnittlich rund 20% der eigenen BOSS und HUGO Stores geschlossen. Daneben lasteten vor allem die vielerorts umfangreichen Einschränkungen des öffentlichen Lebens und die weitreichenden internationalen Reisebeschränkungen auf der Umsatzentwicklung. → **Ertragslage, Umsatzlage**

Neben dem deutlichen Umsatzrückgang lastete auch eine geringere Rohertragsmarge infolge verstärkter Rabattaktivitäten auf der Ergebnisentwicklung des Konzerns. Während sich das **operative Ergebnis (EBIT)** im Geschäftsjahr 2020 auf minus 236 Mio. EUR belief (2019: plus 344 Mio. EUR), spiegelt dies auch nicht zahlungswirksame Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte in Höhe von 110 Mio. EUR wider (2019: 10 Mio. EUR). Diese standen im direkten Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen der Pandemie auf das Einzelhandelsgeschäft des Konzerns und bezogen sich vorrangig auf Wertminderungen auf das Sachanlagevermögen der eigenen Stores in Höhe von 69 Mio. EUR sowie Wertminderungen von Nutzungsrechten an Leasingobjekten in Höhe von 37 Mio. EUR. Ohne Berücksichtigung der Wertminderungen belief sich das EBIT auf minus 126 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: plus 355 Mio. EUR). Dabei kompensierten die vielfältigen Maßnahmen, die HUGO BOSS bereits zu einem frühen Zeitpunkt zur Senkung der Kosten implementiert hatte, den Ergebnisrückgang teilweise. Das **Konzernergebnis** belief sich im Geschäftsjahr 2020 entsprechend auf minus 219 Mio. EUR (2019: plus 205 Mio. EUR). Ohne Berücksichtigung der Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte lag das Konzernergebnis bei minus 131 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: plus 212 Mio. EUR). → **Ertragslage, Gewinn-und-Verlust-Rechnung**

Der gleitende Durchschnitt des **kurzfristigen operativen Nettovermögens (TNWC)** im Verhältnis zum Umsatz auf Basis der letzten vier Quartale belief sich auf 28,7 % (2019: 20,1 %). Der Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ist vor allem auf den Rückgang des Konzernumsatzes zurückzuführen. Während die Vorräte zum Jahresende nur leicht über dem Niveau des Vorjahres lagen, führten vor allem die geringeren Umsätze im Großhandelsgeschäft zu einem deutlichen Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im Vergleich zum Vorjahr. → **Vermögenslage**

Aufgrund der frühzeitigen Anpassung des Investitionsbudgets im Rahmen der Maßnahmen zur Sicherung des Cashflows lagen die **Investitionen** mit 80 Mio. EUR deutlich unter dem Vorjahreswert (2019: 192 Mio. EUR). Den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit bildeten im Jahr 2020 die Optimierung und Modernisierung des eigenen Storenetzwerks, der globale Ausbau des eigenen Onlinegeschäfts sowie die IT-Infrastruktur des Konzerns. → **Finanzlage, Investitionen**

ERTRAGSLAGE

- **Auswirkungen der Pandemie lasten auf Umsatzentwicklung im Jahr 2020**
- **Strategische Wachstumstreiber China und Online verzeichnen anhaltend hohe Dynamik**
- **Umfangreiche Maßnahmen zur Kostensenkung begrenzen Ergebnisrückgang**

Im Geschäftsjahr 2020 waren sowohl die Einzelhandelsbranche als auch die Bekleidungsindustrie erheblich von der **COVID-19-Pandemie** betroffen. So lasteten weitreichende temporäre Storeschließungen infolge weltweiter Lockdowns, eine deutliche Einschränkung des öffentlichen Lebens inklusive umfangreicher Social-Distancing-Maßnahmen sowie internationale Reisebeschränkungen spürbar auf den globalen Branchenumsätzen. Auch das Geschäft von HUGO BOSS war durch die negativen Auswirkungen der Pandemie stark beeinträchtigt. Nach einem äußerst erfreulichen Start in das Jahr wirkte sich die globale Ausbreitung von COVID-19 ab Ende Januar spürbar negativ auf das globale Geschäft des Unternehmens aus. Gegen Mitte des Jahres, nach dem Ende der ersten Lockdowns in vielen Märkten, setzte jedoch eine deutliche Erholung des Geschäfts ein. Der vor allem im dritten Quartal spürbare Aufschwung des Geschäfts wurde schließlich im vierten Quartal aufgrund der erneuten Einschränkung des öffentlichen Lebens und der damit verbundenen Storeschließungen in vielen wichtigen Märkten gebremst. Insgesamt waren im Jahr 2020 durchschnittlich rund 20 % der eigenen Stores weltweit vorübergehend geschlossen.

Der **Konzernumsatz** sank im Geschäftsjahr 2020 folglich währungsbereinigt um 31 % auf 1.946 Mio. EUR (2019: 2.884 Mio. EUR). Währungseffekte hatten im Berichtszeitraum einen leicht negativen Einfluss auf die Umsatzentwicklung. Somit lag der Umsatz in Konzernwährung um 33 % unter dem Niveau des Vorjahres.

Umsatz nach Regionen

Umsatz nach Regionen (in Mio. EUR)

	2020	In % des Umsatzes	2019	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Europa ¹	1.231	63	1.803	63	-32	-31
Amerika	308	16	560	19	-45	-42
Asien/Pazifik	343	18	438	15	-22	-20
Lizenzen	64	3	84	3	-23	-23
Gesamt	1.946	100	2.884	100	-33	-31

¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

Das Umsatzminus in der **Region Europa**, einschließlich Naher Osten und Afrika, ist auf zweistellige Rückgänge in allen wesentlichen Absatzmärkten zurückzuführen. Dies spiegelt vor allem die temporären Storeschließungen infolge weitreichender Lockdowns wider, die die Umsatzentwicklung der Region im Jahr 2020 stark beeinträchtigt haben. Daneben lastete ein deutlicher Rückgang der mit Touristen erzielten Umsätze vor dem Hintergrund der internationalen Reisebeschränkungen auf der regionalen Entwicklung. Auch in der **Region Amerika** belasteten die Pandemie und die damit verbundenen temporären Geschäftsschließungen die Umsatzentwicklung deutlich. Zusätzlich wirkten sich gegen Ende des ersten Halbjahres Unruhen und Demonstrationen negativ auf das Geschäft in den USA aus. In der **Region Asien/Pazifik** verzeichneten viele Märkte ebenfalls zweistellige Umsatzrückgänge. Das Geschäft auf dem chinesischen Festland, einem für HUGO BOSS strategisch wichtigen Markt, kehrte hingegen bereits im Verlauf des zweiten Quartals wieder zu zweistelligem Wachstum zurück und konnte folglich einen Teil des regionalen Umsatzminus kompensieren. → **Ertragslage, Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente**

Umsatz nach Vertriebskanälen

Umsatz nach Vertriebskanälen (in Mio. EUR)

	2020	In % des Umsatzes	2019	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Eigener Einzelhandel	1.279	66	1.869	65	-32	-30 ¹
Stationärer Einzelhandel	1.057	54	1.718	60	-38	-37
Eigenes Onlinegeschäft	221	11	151	5	47	49
Großhandel	603	31	931	32	-35	-34
Lizenzen	64	3	84	3	-23	-23
Gesamt	1.946	100	2.884	100	-33	-31

¹ Auf flächenbereinigter Basis -32%.

Die Umsätze im **eigenen Einzelhandel** (inklusive freistehender Einzelhandelsgeschäfte, Shop-in-Shops, Outlets und Onlinestores) gingen im Geschäftsjahr 2020 währungsbereinigt um 30 % zurück. Auf vergleichbarer Fläche, also unter Einbezug aller vor dem 31. Dezember 2018 eröffneten oder übernommenen Einzelhandelsflächen und unter Ausschluss von Stores, die in den Jahren 2019 oder 2020 renoviert wurden, lagen die Umsätze im eigenen Einzelhandel währungsbereinigt um 32 % unter dem Niveau des Vorjahres. Dies ist hauptsächlich auf die temporären Storeschließungen im Zusammenhang mit der Pandemie zurückzuführen, die die Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel erheblich belasteten. Hingegen hat sich die Dynamik des **eigenen Onlinegeschäfts**, das den eigenen Onlinestore hugoboss.com sowie die in Eigenregie geführten Angebote auf Partnerwebsites (Konzessionsmodell) inkludiert, im Geschäftsjahr 2020 weiter beschleunigt. So stiegen die währungsbereinigten Umsätze im dritten Jahr in Folge deutlich zweistellig und lagen mit 221 Mio. EUR um 49 % über dem Vorjahreswert (2019: 151 Mio. EUR). Diese Entwicklung basiert auf einer starken Verbesserung bei Besucherzahlen und Konvertierungsraten. Darüber hinaus trug die erfolgreiche Expansion von hugoboss.com in 32 weitere Märkte positiv zum Umsatzwachstum bei. Der Anteil des eigenen Onlinegeschäfts am Konzernumsatz erhöhte sich im Geschäftsjahr 2020 auf 11 % (2019: 5 %). Insgesamt lag der Anteil des eigenen Einzelhandels am Konzernumsatz im Berichtszeitraum bei 66 % (2019: 65 %).

Im **Großhandelsgeschäft** verzeichnete der Konzern im Jahr 2020 einen währungsbereinigten Umsatzrückgang von 34 %. Ein zurückhaltendes Bestellverhalten im Zuge der Pandemie führte zu geringeren Auslieferungen an Handelspartner, vor allem in Europa und den USA. Darüber hinaus führte die in 2019 erfolgte Intensivierung des Online-Konzessionsmodells zu einer Umsatzverschiebung vom Großhandelsgeschäft zum eigenen Einzelhandel. Im Zuge einer Änderung des Konsolidierungskreises werden seit dem 1. Januar 2020 zudem auch die Umsätze von sechs eigenen Stores der Konzerngesellschaft in den Vereinigten Arabischen Emiraten dem Retailgeschäft zugerechnet. Auch dies führte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zu einer geringfügigen Umsatzverschiebung vom Großhandelsgeschäft zum eigenen Einzelhandel. Der Anteil des Großhandelskanals am Konzernumsatz ging 2020 folglich geringfügig von 32 % auf 31 % zurück.

Die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie lasteten auch auf dem **Lizenzgeschäft**. Hauptgrund hierfür waren geringere Umsätze der Produktgruppen Düfte, Uhren und Brillen infolge eines schwachen Travel-Retailgeschäfts. Der Anteil des Lizenzgeschäfts am Konzernumsatz blieb im Vergleich zum Vorjahr mit 3 % stabil.

Umsatz nach Marken

Umsatz nach Marken (in Mio. EUR)

	2020	In % des Umsatzes	2019	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs-bereinigte Veränderung in %
BOSS	1.661	85	2.488	86	-33	-32
HUGO	285	15	396	14	-28	-27
Gesamt	1.946	100	2.884	100	-33	-31

Die negativen Auswirkungen der Pandemie belasteten im Geschäftsjahr 2020 die Umsätze beider Marken. Während **BOSS** bei sämtlichen Trageanlässen Umsatzrückgänge im niedrigen bis mittleren zweistelligen Prozentbereich verzeichnete, fiel das Minus bei der Casual- und Athleisurewear geringer aus als bei der Formalwear. Auch bei **HUGO** erwies sich die Casualwear deutlich robuster als die Formalwear.

Umsatz nach Gender

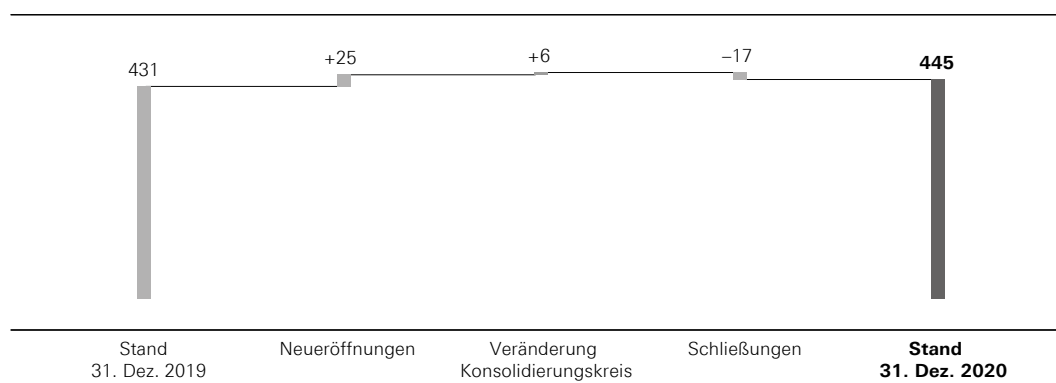
Umsatz nach Gender (in Mio. EUR)

	2020	In % des Umsatzes	2019	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs-bereinigte Veränderung in %
Menswear	1.759	90	2.609	90	-33	-31
Womenswear	187	10	275	10	-32	-31
Gesamt	1.946	100	2.884	100	-33	-31

Die **Menswear** und **Womenswear** verzeichneten im Geschäftsjahr 2020 jeweils zweistellige Umsatzrückgänge. Dabei zeichnete sich auch hier ein klarer Trend zugunsten der Casual- und Athleisurewear ab.

Netzwerk eigener Einzelhandelsgeschäfte

Anzahl eigener freistehender Einzelhandelsgeschäfte



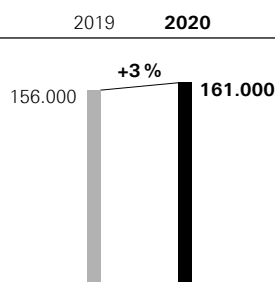
Im Geschäftsjahr 2020 erhöhte sich die Anzahl der eigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** um netto 14 auf 445 (2019: 431). Insgesamt eröffneten dabei 24 BOSS Stores, hauptsächlich in Asien und Europa, sowie ein HUGO Store in Moskau. Zusätzlich werden im Zuge einer Änderung des Konsolidierungskreises fortan auch fünf BOSS Stores sowie ein HUGO Store in den Vereinigten Arabischen Emiraten dem konzerneigenen Storenetzwerk zugerechnet. Demgegenüber stand die Schließung von weltweit 17 Stores im Zuge auslaufender Mietverträge.

Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte nach Regionen

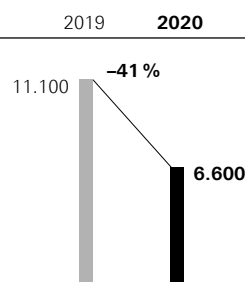
2020	Freistehende Geschäfte	Shop-in-Shops	Outlets	Gesamt
Europa	212	302	75	589
Amerika	92	105	54	251
Asien/Pazifik	141	105	71	317
Gesamt	445	512	200	1.157
2019				
Europa	203	311	70	584
Amerika	94	84	50	228
Asien/Pazifik	134	109	58	301
Gesamt	431	504	178	1.113

Unter Einbezug von Shop-in-Shops und Outlets erhöhte sich die Gesamtzahl der zum 31. Dezember 2020 weltweit durch HUGO BOSS betriebenen **Einzelhandelsgeschäfte** leicht auf 1.157 (2019: 1.113). Neben den zusätzlichen freistehenden Einzelhandelsgeschäften ist diese Entwicklung auch auf eine leichte Erhöhung der Anzahl von Outlets, schwerpunktmäßig in der Region Asien/Pazifik, zurückzuführen. Letztere soll dabei vor allem die Expansion des Unternehmens im strategischen Wachstumsmarkt China unterstützen.

Gesamtverkaufsfläche zum 31. Dezember (in Quadratmeter)



Flächenproduktivität (in EUR pro Quadratmeter)



Die **Gesamtverkaufsfläche** der eigenen Einzelhandelsgeschäfte erhöhte sich um 3% und lag zum Jahresende bei rund 161.000 Quadratmetern (31. Dezember 2019: 156.000 Quadratmeter). Der leichte Anstieg reflektiert die selektiven Neueröffnungen im vergangenen Geschäftsjahr einschließlich der neu hinzuzurechnenden sechs Stores in den Vereinigten Arabischen Emiraten. Das Umsatzminus im stationären Einzelhandelsgeschäft führte zu einem Rückgang der **Flächenproduktivität** auf rund 6.600 EUR pro Quadratmeter (2019: 11.100 EUR pro Quadratmeter).

Gewinn-und-Verlust-Rechnung

Gewinn-und-Verlust-Rechnung (in Mio. EUR)

	Jan. – Dez. 2020	Jan. – Dez. 2019	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.946	2.884	–33
Umsatzkosten	–759	–1.009	25
Rohertrag	1.187	1.875	–37
In % vom Umsatz	61,0	65,0	–400 bp
Operative Aufwendungen	–1.423	–1.531	7
In % vom Umsatz	–73,1	–53,1	–2.000 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	–1.138	–1.235	8
davon Wertminderungen ¹	–110	–10	< –100
davon Verwaltungsaufwendungen	–285	–296	4
Operatives Ergebnis (EBIT)	–236	344	< –100
In % vom Umsatz	–12,1	11,9	–2.410 bp
Finanzergebnis	–38	–39	3
Ergebnis vor Ertragsteuern	–273	306	< –100
Ertragsteueraufwand/-ertrag	54	–100	> 100
Konzernergebnis	–219	205	< –100
Ergebnis je Aktie (in EUR)²	–3,18	2,97	< –100
Ertragsteuerquote in %	20	33	

¹ Nicht zahlungswirksame Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte im Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen von COVID-19 auf das eigene Einzelhandelsgeschäft.

² Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

Die **Rohertragsmarge** lag im Geschäftsjahr 2020 mit 61,0% um 400 Basispunkte unter dem Niveau des Vorjahres (2019: 65,0%). Der Rückgang ist vor allem auf das im Zuge der Pandemie allgemein rabattintensivere Marktumfeld, allen voran in Europa und den USA, zurückzuführen. Daneben trugen negative Effekte aus der Bestandsbewertung zum Rückgang der Rohertragsmarge bei. Diese bezogen sich vor allem auf die Frühjahr/Sommer-2020-Kollektion, deren Verkauf von den temporären Storeschließungen im Zuge der Pandemie besonders stark betroffen war. → **Konzernanhang, Textziffer 12**

Die **operativen Aufwendungen** reduzierten sich im Geschäftsjahr 2020 um insgesamt 7%. Dabei lasteten Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte in Höhe von 110 Mio. EUR auf den Vertriebs- und Marketingaufwendungen (2019: 10 Mio. EUR). Diese nicht zahlungswirksamen Wertminderungen standen im direkten Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen der Pandemie auf das Einzelhandelsgeschäft des Konzerns und bezogen sich vorrangig auf Wertminderungen auf das Sachanlagevermögen der eigenen Stores in Höhe von 69 Mio. EUR sowie Wertminderungen von Nutzungsrechten an Leasingobjekten in Höhe von 37 Mio. EUR. Ohne Berücksichtigung der Wertminderungen gingen die zugrundeliegenden operativen Aufwendungen hingegen um 14% auf 1.313 Mio. EUR zurück (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: 1.521 Mio. EUR). Diese Entwicklung reflektiert die frühzeitige Implementierung und Umsetzung umfassender Maßnahmen zur Kostensenkung und spiegelt insbesondere einen deutlichen Rückgang der Vertriebs- und Marketingaufwendungen wider.

Die **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** gingen im Geschäftsjahr 2020 um insgesamt 8% zurück. Ohne Berücksichtigung der Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte verzeichneten die zugrundeliegenden Vertriebs- und Marketingaufwendungen einen noch deutlicheren Rückgang von 16% auf 1.028 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: 1.224 Mio. EUR). Dies war vor allem eine Folge der umfassenden Maßnahmen zur Kostensenkung, die HUGO BOSS im Zuge der Pandemie erfolgreich umgesetzt hatte. So gelang es dem Unternehmen, insbesondere seine

Mietaufwendungen und Personalkosten im eigenen Einzelhandel deutlich zu verringern. Zudem konnte ein Rückgang der **Marketingaufwendungen** um 12 % erzielt werden. Die **Logistikaufwendungen** lagen im Jahr 2020 um 9 % unter dem Vorjahreswert. → **Konzernanhang, Textziffer 2**

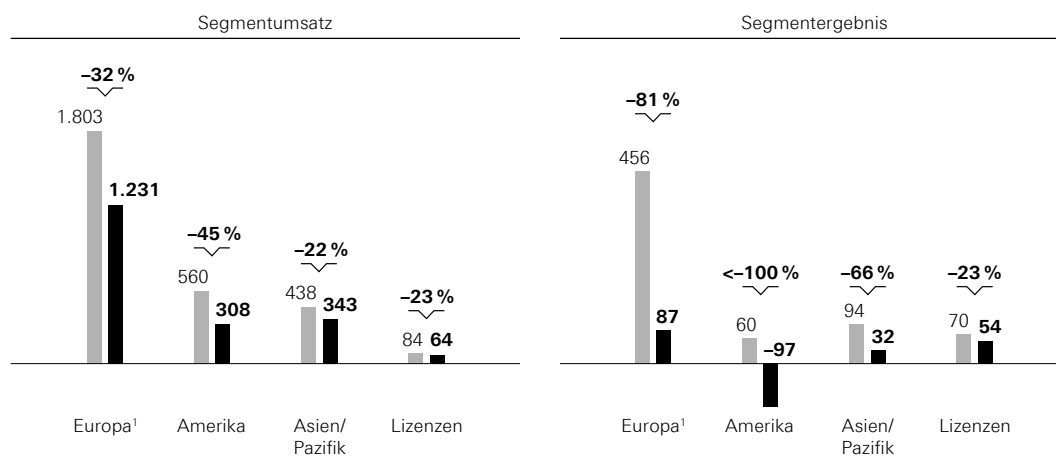
Auch die **Verwaltungsaufwendungen** lagen im Berichtszeitraum unter dem Vorjahr. Der Rückgang um 4 % ist vor allem auf positive Effekte aus den Maßnahmen zur Kostensenkung zurückzuführen, die sich hauptsächlich auf eine Reduzierung der Personalkosten und die Vermeidung nicht geschäftskritischer Ausgaben bezogen. Der **allgemeine Verwaltungsaufwand** verzeichnete in diesem Zusammenhang einen Rückgang um 2 % auf 227 Mio. EUR (2019: 231 Mio. EUR). Die im Rahmen der Kollektionserstellung anfallenden **Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen** sanken im Vorjahresvergleich um 11 % und beliefen sich auf 58 Mio. EUR (2019: 65 Mio. EUR). → **Konzernanhang, Textziffer 3, → Forschung & Entwicklung**

Der deutliche Umsatzrückgang sowie die geringere Rohertragsmarge lasteten zwangsläufig auf der Ergebnisentwicklung des Konzerns. Während sich das **operative Ergebnis (EBIT)** im Geschäftsjahr 2020 auf minus 236 Mio. EUR belief (2019: plus 344 Mio. EUR), spiegelt dies auch die nicht zahlungswirksamen Wertminderungen wider. Ohne Berücksichtigung der Wertminderungen belief sich das EBIT auf minus 126 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: plus 355 Mio. EUR). Dabei kompensierten die vielfältigen Maßnahmen, die HUGO BOSS bereits zu einem frühen Zeitpunkt zur Senkung der Kosten implementiert hatte, den Ergebnismrückgang teilweise. Die **EBIT-Marge** belief sich im Jahr 2020 folglich auf minus 12,1 % (2019: plus 11,9 %). Ohne Berücksichtigung der Wertminderungen lag die EBIT-Marge bei minus 6,5 % (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: plus 12,3 %). Die **Abschreibungen** lagen mit 465 Mio. EUR deutlich über dem Niveau des Vorjahres (2019: 362 Mio. EUR). Ohne Berücksichtigung der Wertminderungen erhöhten sich die Abschreibungen hingegen nur leicht auf 355 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: 352 Mio. EUR). → **Finanzlage, Investitionen**

Das **Finanzergebnis (Nettofinanzaufwendungen)** lag mit minus 38 Mio. EUR im Geschäftsjahr 2020 nur leicht unter dem Vorjahreswert (2019: minus 39 Mio. EUR). Die Entlastung aus **Ertragsteuern** in Höhe von 54 Mio. EUR betraf die Aktivierung von latenten Steuern auf die im Geschäftsjahr 2020 angefallenen Verluste (2019: Ertragsteueraufwand von 100 Mio. EUR). Die **Konzernsteuerquote** belief sich im Wesentlichen aufgrund einer regional unterschiedlichen Entwicklung der Ergebnisanteile sowie der Nichtaktivierung von latenten Steuern bei Gesellschaften mit Verlusthistorie auf 20 % (2019: 33 %) aufgrund der steuerlichen Außenprüfung bei der HUGO BOSS AG). Das **Konzernergebnis** belief sich im Geschäftsjahr 2020 folglich auf minus 219 Mio. EUR (2019: plus 205 Mio. EUR). Ohne Berücksichtigung der Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte lag das Konzernergebnis bei minus 131 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: plus 212 Mio. EUR). → **Konzernanhang, Textziffer 4 und 5**

Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente

Entwicklung Segmentumsatz und Segmentergebnis (in Mio. EUR)



¹ Inklusiv Naher Osten und Afrika. ■ 2019 ■ 2020

Europa

Der Umsatz in der **Region Europa**, inklusive Naher Osten und Afrika, verringerte sich im Jahr 2020 währungsbereinigt um 31 %. Die COVID-19-Pandemie und die damit zusammenhängenden temporären Storeschließungen lasteten spürbar auf der Umsatzentwicklung der Region, insbesondere während des zweiten und vierten Quartals. Auch der mit der Pandemie einhergehende Rückgang im internationalen Tourismus dämpfte die Umsatzentwicklung. Flächen- und währungsbereinigt gingen die Umsätze im eigenen Einzelhandel im niedrigen bis mittleren zweistelligen Prozentbereich zurück.

Umsatzentwicklung Europa (in Mio. EUR)

	2020	In % des Umsatzes	2019	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Eigener Einzelhandel	728	59	1.070	59	-32	-31
Großhandel	503	41	733	41	-31	-31
Gesamt	1.231	100	1.803	100	-32	-31

Sämtliche Kernmärkte in Europa, darunter **Deutschland, Großbritannien, Frankreich** und die **Beneluxstaaten**, verzeichneten Umsatzrückgänge im niedrigen bis mittleren zweistelligen Prozentbereich. Insgesamt war die Umsatzentwicklung im eigenen Einzelhandel in Europa vergleichbar mit der im Großhandelsgeschäft. Letzteres war insbesondere von geringeren Auslieferungen an Handelspartner im Zuge der Pandemie betroffen. Darüber hinaus führte die in 2019 erfolgte Intensivierung des Online-Konzessionsmodells zu einer Umsatzverschiebung vom Großhandelskanal zum eigenen Einzelhandel.

Mit 87 Mio. EUR lag das **Segmentergebnis** in der Region Europa deutlich unter dem Niveau des Vorjahres (2019: 456 Mio. EUR). Dies entspricht einer EBIT-Marge von 7,1 % (2019: 25,3 %). Dabei belasteten nicht zahlungswirksame Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte in Höhe von 50 Mio. EUR das Ergebnis (2019: 7 Mio. EUR). Ohne Berücksichtigung der Wertminderungen lag das EBIT bei 137 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: 463 Mio. EUR). Eine deutliche Reduzierung der

operativen Aufwendungen konnte das Umsatzminus und den Rückgang der Rohertragsmarge infolge negativer Effekte aus der Bestandsbewertung sowie eines erhöhten Rabattniveaus dabei nur zum Teil ausgleichen. Die entsprechende EBIT-Marge ohne Berücksichtigung der Wertminderungen belief sich auf 11,1 % (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: 25,7 %). → **Konzernanhang, Textziffer 24**

Amerika

Auch in der **Region Amerika** waren die weitreichenden Auswirkungen der Pandemie deutlich spürbar. Insbesondere die temporäre Schließung eines Großteils der Stores in Verbindung mit einem deutlich schwächeren Tourismus-Geschäft belastete die regionale Umsatzentwicklung. Währungsbereinigt belief sich das Umsatzminus im Geschäftsjahr 2020 folglich auf 42 %. Flächen- und währungsbereinigt gingen die Umsätze im eigenen Einzelhandel dabei im niedrigen bis mittleren zweistelligen Prozentbereich zurück.

Umsatzentwicklung Amerika (in Mio. EUR)

	2020	In % des Umsatzes	2019	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Eigener Einzelhandel	229	75	398	71	-42	-39
Großhandel	78	26	162	29	-52	-50
Gesamt	308	100	560	100	-45	-42

Neben den negativen Auswirkungen der Pandemie lasteten auch Unruhen und Demonstrationen gegen Mitte des Jahres auf dem Geschäft in den **USA**, dem mit Abstand wichtigsten Absatzmarkt der Region. Während sich die Umsätze in **Kanada** ähnlich wie in den USA entwickelten, fiel das Minus in **Lateinamerika** deutlich geringer aus, wobei sich vor allem das eigene Einzelhandelsgeschäft als vergleichsweise robust erwies. Insgesamt war das Umsatzminus in der Region Amerika im eigenen Einzelhandel weniger ausgeprägt als im Großhandelsgeschäft. Die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie führten zu deutlich geringeren Auslieferungen an die Handelspartner.

Das **Segmentergebnis** der Region Amerika belief sich im Berichtszeitraum auf minus 97 Mio. EUR und lag damit deutlich unter dem Niveau des Vorjahres (2019: plus 60 Mio. EUR). Dies entspricht einer EBIT-Marge von minus 31,6 % (2019: plus 10,8 %). Auch in dieser Region lasteten nicht zahlungswirksame Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte in Höhe von 36 Mio. EUR auf dem Ergebnis (2019: 2 Mio. EUR). Ohne deren Berücksichtigung belief sich das EBIT auf minus 61 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: plus 63 Mio. EUR). Geringere operative Aufwendungen konnten den Umsatzrückgang und eine rückläufige Rohertragsmarge infolge negativer Effekte aus der Bestandsbewertung sowie einer erhöhten Rabattintensität dabei nur teilweise kompensieren. Die entsprechende EBIT-Marge ohne Berücksichtigung der Wertminderungen lag bei minus 19,7 % (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: plus 11,2 %). → **Konzernanhang, Textziffer 24**

Asien/Pazifik

Nach einem äußerst erfreulichen Start in das Jahr 2020 verschlechterte sich das Einzelhandelsumfeld in der **Region Asien/Pazifik** mit dem Ausbruch der Pandemie und den damit verbundenen temporären Storeschließungen gegen Ende Januar deutlich. Während das chinesische Festland zügig zu Wachstum zurückkehren konnte, verzeichneten andere Märkte der Region im Jahresverlauf eine deutlich langsamere Erholung. Insgesamt gingen die währungsbereinigten Umsätze in der Region um 20 % zurück. Flächen- und währungsbereinigt gingen die Umsätze im eigenen Einzelhandel dabei im niedrigen zweistelligen Prozentbereich zurück.

Umsatzentwicklung Asien/Pazifik (in Mio. EUR)

	2020	In % des Umsatzes	2019	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Eigener Einzelhandel	321	94	402	92	-20	-19
Großhandel	21	6	36	8	-41	-39
Gesamt	343	100	438	100	-22	-20

Nach dem Lockdown im ersten Quartal verzeichnete das Geschäft auf dem **chinesischen Festland** – ein für HUGO BOSS strategisch wichtiger Markt – bereits ab Ende März eine spürbare Erholung und kehrte im Juni schließlich zu zweistelligem Wachstum zurück. Eine deutliche Verbesserung der Konvertierungsraten im stationären Einzelhandel sowie ein hohes zweistelliges Wachstum der Onlineumsätze wirkten sich positiv auf die Entwicklung in diesem Markt aus. Dabei wurde die positive Entwicklung auch durch die Rückkehr der lokalen Nachfrage im chinesischen Markt unterstützt. Insgesamt lagen die Umsätze auf dem chinesischen Festland im Gesamtjahr um 5 % über dem Vorjahreswert. Weitere Märkte der Region, darunter **Japan, Ozeanien und Südostasien**, verzeichneten 2020 hingegen zweistellige Umsatzrückgänge. Das Geschäft in Hongkong und Macau litt zudem unter einem deutlichen Rückgang der mit Touristen erzielten Umsätze.

Das **Segmentergebnis** der Region Asien/Pazifik lag im Jahr 2020 bei 32 Mio. EUR (2019: 94 Mio. EUR). Die EBIT-Marge belief sich demnach auf 9,3 % (2019: 21,4 %). Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen in Höhe von 23 Mio. EUR (2019: 1 Mio. EUR) belief sich das EBIT auf 55 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: 94 Mio. EUR). Dementsprechend lag die EBIT-Marge ohne Berücksichtigung der Wertminderungen bei 16,2 % (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: 21,6 %). Auch in dieser Region wirkten sich deutliche Kostensenkungen positiv auf die Ergebnisentwicklung im Berichtszeitraum aus. → **Konzernanhang, Textziffer 24**

Lizenzen

Die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie lasteten auch auf dem **Lizenzgeschäft**, insbesondere in Form eines schwachen Travel-Retailgeschäfts. Die währungsbereinigten Umsätze lagen im Geschäftsjahr 2020 folglich um 23 % unter dem Vorjahreswert. → **Ertragslage, Umsatz nach Vertriebskanälen**

Das **Ergebnis des Segments** Lizenzen lag infolge des rückläufigen Umsatzes mit 54 Mio. EUR um 23 % unter dem Niveau des Vorjahres (2019: 70 Mio. EUR).

VERMÖGENSLAGE

- **Rückgang der Bilanzsumme reflektiert Wertminderungen des Anlagevermögens**
- **Vorräte auf währungsbereinigter Basis leicht unter Vorjahresniveau**
- **Anstieg des kurzfristigen operativen Nettovermögens im Verhältnis zum Umsatz**

Die **Bilanzsumme** verringerte sich im Vorjahresvergleich um 11 % und lag zum Jahresende bei 2.570 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 2.877 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist vor allem auf Wertminderungen auf Sachanlagevermögen der eigenen Stores sowie Wertminderungen von Nutzungsrechten an Leasingobjekten zurückzuführen. Beide standen in direktem Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen der Pandemie auf das Einzelhandelsgeschäft des Konzerns. Daneben trugen geringere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die den Rückgang der Großhandelsumsätze widerspiegeln, zum Rückgang der Bilanzsumme bei. → **Konzernanhang, Textziffer 10 und 13**

Bilanzstruktur zum 31. Dezember (in %)

Aktiva	2020	2019	2019	2020	Passiva
Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Nutzungsrechte an Leasingobjekten	51	55	35	30	Eigenkapital
Vorräte	24	22	7	9	Rückstellungen und latente Steuern
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7	8	11	12	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
Sonstige Vermögenswerte	13	11	7	5	Sonstige Verbindlichkeiten
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	5	5	8	11	Finanzverbindlichkeiten
			33	34	Leasingverbindlichkeiten
(in Mio. EUR)	2.570	2.877	2.877	2.570	

Der **Anteil der langfristigen Vermögenswerte** reduzierte sich zum 31. Dezember 2020 leicht auf 59 % (31. Dezember 2019: 60%). Dies ist primär auf das geringere Anlagevermögen zurückzuführen. Entsprechend lag der **Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte** zum Jahresende bei 41 % (31. Dezember 2019: 40%). Die **Eigenkapitalquote** belief sich zum Jahresende auf 30 % (31. Dezember 2019: 35%). → **Konzernabschluss, Konzernbilanz**

Kurzfristiges operatives Nettovermögen zum 31. Dezember (in Mio. EUR)

	2020	2019	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Vorräte	618	627	-1	2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	172	216	-20	-18
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	299	315	-5	-4
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	491	528	-7	-2

Zum Jahresende lagen die **Vorräte** währungsbereinigt um 2 % über dem Vorjahresniveau. Die im Zuge der Pandemie vom Konzern erfolgreich implementierten Maßnahmen zur Begrenzung des Anstiegs des Vorratsvermögens sowie die Abschreibung von Beständen der Frühjahr/Sommer-2020-Kollektion wirkten sich positiv auf die Entwicklung der Vorräte aus. Die im Vergleich zum Vorjahr deutlich geringeren **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** sind insbesondere auf den Rückgang des Großhandelsumsatzes zurückzuführen. Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** lagen zum Geschäftsjahresende ebenfalls leicht unter dem Wert des Vorjahres. Insgesamt führte dies zu einem währungsbereinigten Rückgang des **kurzfristigen operativen Nettovermögens (TNWC)** in Höhe von 2 %. Der gleitende Durchschnitt des **kurzfristigen operativen Nettovermögens im Verhältnis zum Umsatz** auf Basis der letzten vier Quartale lag bei 28,7 % und damit deutlich über dem Niveau des Vorjahres (2019: 20,1 %). Dies spiegelt in erster Linie den Umsatzrückgang im Geschäftsjahr 2020 wider.

Die **sonstigen Vermögenswerte** lagen um 7 % über dem Niveau des Vorjahres und beliefen sich folglich auf 333 Mio. EUR (2019: 310 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf einen Anstieg der aktiven latenten Steuern auf die im Geschäftsjahr 2020 angefallenen Verluste zurückzuführen. Der Anstieg des Postens **Rückstellungen und passive latente Steuern** um 17 % auf 222 Mio. EUR ergibt sich im Wesentlichen aus im Vergleich zum Vorjahr höheren Rückstellungen für Retouren sowie einem leichten Anstieg der Pensionsrückstellungen (2019: 190 Mio. EUR). Die **sonstigen Verbindlichkeiten** beliefen sich zum Geschäftsjahresende auf 147 Mio. EUR und lagen damit um 25 % unter dem Vorjahreswert (2019: 196 Mio. EUR). Dies ist hauptsächlich auf geringere Ertragsteuerschulden zurückzuführen. → **Konzernanhang, Textziffer 11, 17 und 19**

Die Summe der **kurz- und langfristigen Leasingverbindlichkeiten** reduzierte sich zum Bilanzstichtag um 10 % auf 862 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 957 Mio. EUR). Der Rückgang steht dabei in direktem Zusammenhang mit dem im Vergleich zum Vorjahr geringeren Nutzungsrechten an Leasingobjekten. Die **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** lagen zum Jahresende um insgesamt 29 % über dem Vorjahreswert und summierten sich auf 281 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 218 Mio. EUR). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf eine im Vergleich zum Vorjahr höhere Inanspruchnahme des Konsortialkredits zum Bilanzstichtag zurückzuführen. → **Konzernanhang, Textziffer 9 und 20**

FINANZLAGE

- **Maßnahmen zur Sicherung der finanziellen Stabilität erfolgreich umgesetzt**
- **Deutlich positiver Free Cashflow im Jahr 2020**
- **Erhöhung des Konsortialkredits und Sicherung weiterer Kreditzusagen stellen finanzielle Flexibilität sicher**

Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

Das **konzernweite Finanzmanagement** wird zentral durch die Konzern-Treasury-Abteilung gesteuert. Zu den übergeordneten Zielen gehören die Sicherung der finanziellen Stabilität und Flexibilität, die Gewährleistung der jederzeitigen Zahlungsfähigkeit sowie die Steuerung finanzieller Risiken. Dabei umfasst das konzernweite Finanzmanagement neben der Konzernfinanzierung das Cash- und Liquiditätsmanagement, das Management von Marktpreisrisiken sowie das Management von Kontrahentenrisiken. Konzernweit gültige **Treasury-Grundsätze** regeln dabei sämtliche treasury-relevanten Sachverhalte wie etwa die Genehmigung von Bankbeziehungen, den Umgang mit Finanzierungsvereinbarungen, das Liquiditäts- und Anlagemanagement sowie das Management von Währungs- und Zinsrisiken.

Bei der Auswahl der Finanzierungsinstrumente im Rahmen der **Konzernfinanzierung** werden Faktoren wie die Marktkapazität, Finanzierungskosten, Kreditauflagen und Fälligkeiten berücksichtigt. Externe Kredite werden im Rahmen eines „**Inhouse-Bank**“-Konzepts zentral und überwiegend in der Konzernwährung Euro aufgenommen. Der Finanzierungsbedarf der Konzerngesellschaften wird im Wesentlichen über konzerninterne Darlehen in der jeweiligen Landeswährung gedeckt. Dadurch sollen Größenvorteile genutzt und Kapitalkosten minimiert werden. Vereinzelt werden zudem Kreditlinien mit lokalen Banken vereinbart, um rechtlichen, steuerlichen oder sonstigen Rahmenbedingungen Rechnung zu tragen. Die Finanzverbindlichkeiten des Konzerns sind generell unbesichert und gegebenenfalls mit marktüblichen Verpflichtungen verbunden, die quartalsweise überprüft werden.

Die wichtigste Liquiditätsquelle des Konzerns stellen die Mittelzuflüsse aus seiner operativen Geschäftstätigkeit dar. Im Zuge des **Cash- und Liquiditätsmanagements** optimiert und zentralisiert die Konzern-Treasury-Abteilung diese Zahlungsströme. In der Regel transferieren Konzerngesellschaften überschüssige Liquidität etwa im Rahmen eines Cash-Pooling-Verfahrens an die „Inhouse-Bank“. So können Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzerngesellschaften zur Deckung des Finanzierungsbedarfs anderer genutzt werden. Dieser konzerninterne Finanzausgleich reduziert den externen Finanzierungsbedarf und senkt so den Zinsaufwand.

Ziel des **Managements von Marktpreisrisiken** ist es, die Auswirkungen von Zins- und Währungsschwankungen auf den Cashflow zu begrenzen. Der Einsatz von Hedging-Instrumenten, zu denen etwa Devisentermingeschäfte, Devisenswaps oder Zinsswaps gehören, soll den Konzern gegen ungünstige Kursentwicklungen absichern. → **Risikobericht, Bedeutende finanzielle Risiken**

Das **Kontrahentenrisiko** gegenüber Finanzinstituten entsteht im Wesentlichen bei der Anlage liquider Mittel im Rahmen des Cash- und Liquiditätsmanagements sowie beim Abschluss derivativer Finanzinstrumente im Rahmen des Zins- und Währungsmanagements. Bei Handelsgeschäften achtet der Konzern auf eine möglichst breite Streuung der Volumina sowie darauf, Finanzinstrumente generell nur mit Kontrahenten sehr guter Bonität abzuschließen.

Kapitalstruktur und Finanzierung

HUGO BOSS hat seine finanzielle Flexibilität durch einen revolvingierenden **Konsortialkredit** mit Laufzeit bis zum 30. September 2022 gesichert. Der Konsortialkreditvertrag enthält eine marktübliche Vereinbarung zur Einhaltung der Finanzkennziffer (Covenant) der **Finanzierungsstärke**, die als Verhältnis von Nettoverschuldung zu operativem Gewinn (EBITDA) definiert ist. Die ursprünglich im Konsortialkreditvertrag festgelegte Ermittlung und einzuhaltende Höhe der Finanzierungsstärke schließt Auswirkungen etwaiger Änderungen von Bilanzierungsstandards auf die Kennziffer aus. Somit bleibt sie auch von den Auswirkungen des seit 2019 anzuwendenden IFRS 16 auf die Kennzahlen Nettoverschuldung und EBITDA unberührt.

Zur Sicherung seiner **finanziellen Flexibilität während der COVID-19-Pandemie** hat HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2020 die Option auf eine Erhöhung seines revolvingierenden Konsortialkredits auf nunmehr 633 Mio. EUR ausgeübt (31. Dezember 2019: 450 Mio. EUR). Gleichzeitig hat HUGO BOSS mit seinen finanzierenden Banken eine Covenant-Aussetzung bis zum 30. Juni 2021 vereinbart. Mit Blick auf die für das Geschäftsjahr 2021 erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns geht HUGO BOSS aktuell davon aus, dass die einzuhaltende Höhe des Covenants im zweiten Halbjahr 2021 deutlich unterschritten wird. Zum Ende des Geschäftsjahrs 2020 wurden 105 Mio. EUR des Konsortialkredits in Anspruch genommen (31. Dezember 2019: keine Inanspruchnahme). Zur weiteren Liquiditätssicherung verfügt der Konzern über **bilaterale Kreditlinien** in Höhe von 198 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 337 Mio. EUR), von denen zum Ende des Berichtszeitraums 161 Mio. EUR beansprucht wurden (31. Dezember 2019: 215 Mio. EUR). Zusätzlich hat sich HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2020 **weitere Kreditzusagen** in Höhe von insgesamt 275 Mio. EUR gesichert. Diese werden von sechs internationalen Banken bereitgestellt und sind teilweise von der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) abgesichert. Zum Ende des Berichtszeitraums wurden diese Kreditlinien nicht in Anspruch genommen. Etwaige bis zum Ende der Abruffrist am 9. Juni 2021 in Anspruch genommene Darlehensbeträge wären zum 30. Juni 2022 fällig. Daneben verfügte der Konzern zum Bilanzstichtag über 125 Mio. EUR **liquide Mittel** (31. Dezember 2019: 133 Mio. EUR). → **Konzernanhang, Textziffer 15, → Finanzlage, Kapitalflussrechnung und Free Cashflow**

Insgesamt belief sich das **Fremdkapital** zum Geschäftsjahresende auf 1.811 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 1.876 Mio. EUR). Dies entspricht einem Anteil an der Bilanzsumme von 70 % (31. Dezember 2019: Anteil von 65 %). Davon entfielen 862 Mio. EUR auf **kurz- und langfristige Leasingverbindlichkeiten** (31. Dezember 2019: 957 Mio. EUR). Diese stehen hauptsächlich im Zusammenhang mit der Anmietung von Einzelhandelsstandorten, Logistik- und Verwaltungsimmobiliien. Die **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** summierten sich zum Geschäftsjahresende auf 281 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 218 Mio. EUR). → **Vermögenslage, → Konzernanhang, Textziffer 9 und 20**

Kapitalflussrechnung und Free Cashflow

HUGO BOSS hat im Zuge der Pandemie frühzeitig umfangreiche Maßnahmen im Gesamtvolumen von mehr als 600 Mio. EUR zur weiteren **Sicherung des Cashflows** eingeleitet und diese im Jahresverlauf erfolgreich umgesetzt.

Maßnahmen zur Sicherung der finanziellen Stabilität und Flexibilität im Geschäftsjahr 2020

1	2	3	4
Reduzierung der operativen Aufwendungen	Verschiebung von Investitionen	Begrenzung des Vorratsanstiegs	Thesaurierung des Bilanzgewinns

So konnte insbesondere eine **deutliche Reduzierung der operativen Aufwendungen** erzielt werden. In diesem Zusammenhang hat HUGO BOSS unter Beachtung sämtlicher rechtlicher Rahmenbedingungen weltweit Maßnahmen zur Anpassung der Arbeitszeiten an die jeweiligen pandemiebedingten Gegebenheiten ergriffen. Auch bei den Vertriebs- und Marketingaufwendungen konnten im Jahresverlauf deutlich Kosten eingespart werden, allen voran im eigenen Einzelhandel. Daneben wurden alle **nicht geschäftskritischen Investitionen vorerst aufgeschoben**. Vor allem geplante Renovierungen und Neueröffnungen eigener Geschäfte wurden nach Möglichkeit bis auf weiteres ausgesetzt. Zudem konnte HUGO BOSS eine **spürbare Verringerung des Bestandszuflusses**, vor allem in der zweiten Jahreshälfte, erzielen. Dies erfolgte in enger Zusammenarbeit mit seinen Zulieferern, während gleichzeitig die eigene Produktion an die geringere Nachfrage angepasst wurde. Zur Sicherung der finanziellen Stabilität hatte HUGO BOSS darüber hinaus die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2019, mit Ausnahme der gesetzlichen Mindestdividende von 0,04 EUR je Aktie, ausgesetzt. Mit der **Thesaurierung des Bilanzgewinns** konnte das Unternehmen seine Innenfinanzierungskraft zusätzlich stärken.

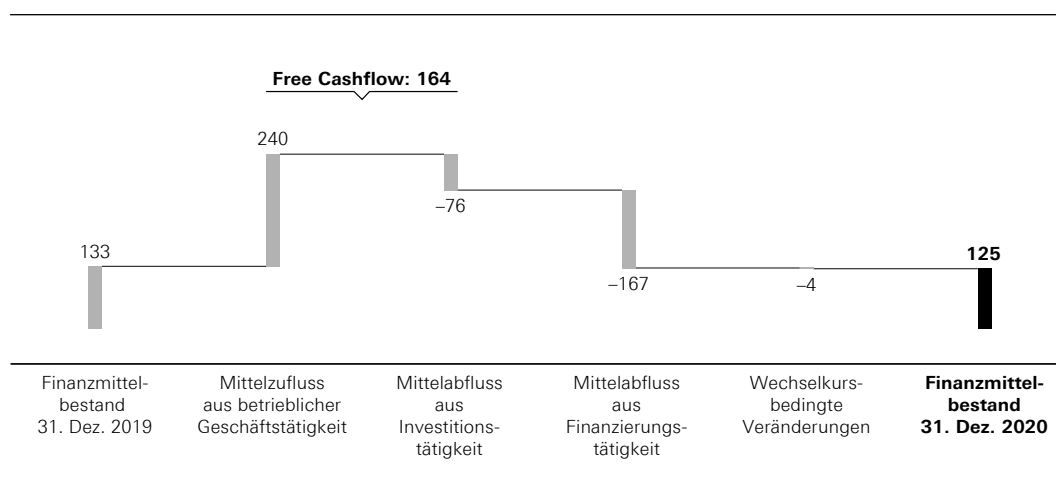
Kapitalflussrechnung (in Mio. EUR)

	2020	2019
Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	240	652
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-76	-195
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-167	-472
Veränderung Finanzmittelbestand	-7	-14
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	133	147
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	125	133

Durch die währungsbereinigte Darstellung der Kapitalflussrechnung lassen sich die Werte nicht aus der Konzernbilanz ableiten. Der betrachtete Finanzmittelbestand entspricht der Bilanzposition „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“.

Der **Free Cashflow**, der sich aus dem Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit und aus dem Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit ermittelt, summierte sich im Geschäftsjahr 2020 auf 164 Mio. EUR und lag damit 64 % unter dem Vorjahr (2019: 457 Mio. EUR).

Veränderung des Finanzmittelbestands (in Mio. EUR)



Der **Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit** lag mit 240 Mio. EUR um 63% unter dem Vorjahreswert (2019: 652 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf den Umsatz- und Ergebnsrückgang im Geschäftsjahr 2020 zurückzuführen. Dank der erfolgreichen Umsetzung umfassender Maßnahmen zur Sicherung des Cashflows gelang es dem Unternehmen, den Rückgang deutlich zu begrenzen. Die Aufschiebung nicht geschäftskritischer Investitionen führte zudem im abgelaufenen Geschäftsjahr zu einem deutlichen Rückgang des **Mittelabflusses aus Investitionstätigkeit** um 61%. Folglich lag dieser bei 76 Mio. EUR (2019: 195 Mio. EUR). → **Finanzlage, Investitionen**

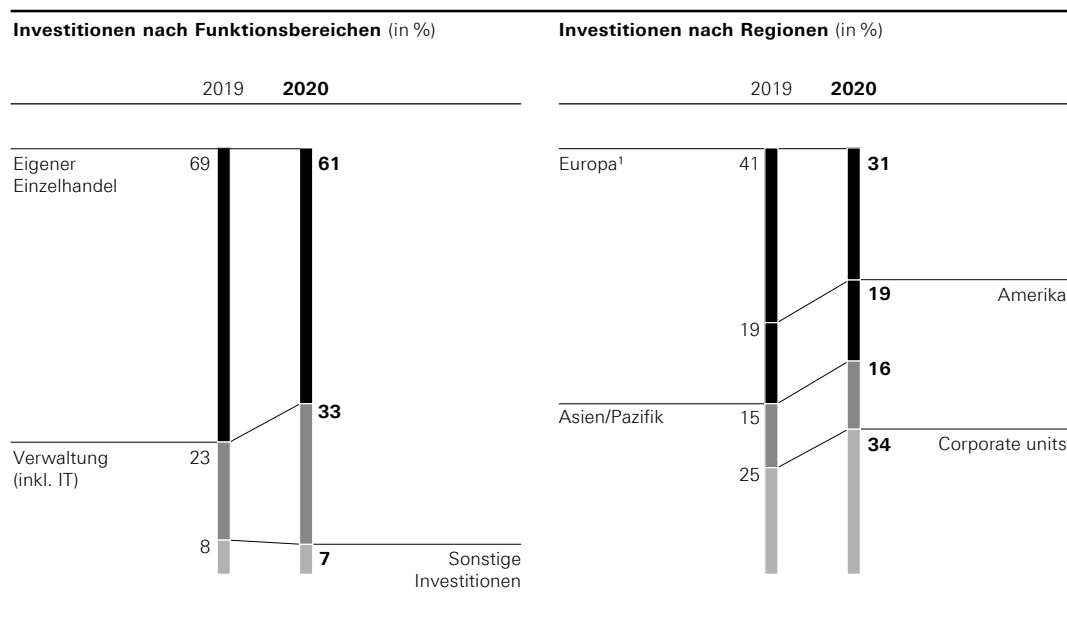
Der **Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit** lag mit 167 Mio. EUR um 65% unter dem Vorjahresniveau (2019: 472 Mio. EUR). Der Rückgang ergab sich aus der geringeren Dividendenausschüttung für das Geschäftsjahr 2019 sowie einer im Vergleich zum Vorjahr erhöhten Inanspruchnahme der Kreditlinien des Konzerns.

Nettoverschuldung

Die **Nettoverschuldung**, die sich als Summe aller Finanz- und Leasingverbindlichkeiten abzüglich des Finanzmittelbestands ergibt, verringerte sich zum Ende des Geschäftsjahrs 2020 geringfügig auf 1.004 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 1.040 Mio. EUR). Die im Vergleich zum Vorjahr höhere Inanspruchnahme des Konsortialkredits konnte somit insbesondere durch geringere Leasingverbindlichkeiten sowie die erfolgreiche Umsetzung der Maßnahmen zur Sicherung des Cashflows mehr als kompensiert werden. Ohne Berücksichtigung der **Auswirkungen des IFRS 16** lag die Nettoverschuldung bei 141 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16: 83 Mio. EUR). → **Vermögenslage, → Konzernanhang, Textziffer 9**

Investitionen

Zur Sicherung des Free Cashflows während der Pandemie hatte HUGO BOSS bereits zu einem frühen Zeitpunkt sein Investitionsbudget angepasst und dabei alle nicht geschäftskritischen Investitionen aufgeschoben. Schlussendlich beliefen sich die **Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte** im Geschäftsjahr 2020 auf 80 Mio. EUR und lagen damit deutlich unter dem Vorjahreswert (2019: 192 Mio. EUR).



¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

Mit 48 Mio. EUR entfiel der Großteil der Investitionssumme erneut auf das eigene Einzelhandelsnetzwerk (2019: 134 Mio. EUR). Den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit bildete dabei weiterhin die kontinuierliche **Optimierung und Modernisierung** bestehender Standorte, auf die 27 Mio. EUR entfielen (2019: 77 Mio. EUR). Dies beinhaltet auch die Verlagerung des wichtigen BOSS Stores im New Yorker Stadtteil SoHo an einen neuen Standort. Zusätzlich wurden 21 Mio. EUR in selektive **Neueröffnungen** eigener Einzelhandelsgeschäfte investiert (2019: 56 Mio. EUR). Dabei lag der Schwerpunkt der Neueröffnungen auf dem strategischen Wachstumsmarkt China.

Die Investitionen in den **Verwaltungsbereich** beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 26 Mio. EUR (2019: 44 Mio. EUR). Darin enthalten sind vor allem Investitionen in die **IT-Infrastruktur** in Höhe von 22 Mio. EUR (2019: 34 Mio. EUR). Neben Investitionen in die weitere Digitalisierung wesentlicher operativer Prozesse zählten dazu auch Investitionen in den globalen Ausbau des eigenen Onlinegeschäfts. **Sonstige Investitionen** in die Produktions-, Logistik- und Vertriebsstruktur sowie in Forschung und Entwicklung beliefen sich 2020 auf 5 Mio. EUR (2019: 15 Mio. EUR).

Die **kumulierten Abschreibungen** auf das Anlagevermögen unter Einbeziehung von aktivierten Eigenleistungen beliefen sich im Geschäftsjahr 2020 auf 1.067 Mio. EUR (2019: 993 Mio. EUR). Die bestehenden **Verpflichtungen aus begonnenen Investitionsvorhaben** beliefen sich zum 31. Dezember 2020 auf 2 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 0 Mio. EUR). → **Konzernanhang, Textziffer 8**

HUGO BOSS AG

- **HUGO BOSS AG ist Muttergesellschaft des HUGO BOSS Konzerns**
- **Leistungsbeziehungen zu Tochtergesellschaften prägen operative Entwicklung**
- **Ausführungen zu Risiken, Chancen und Prognose für den HUGO BOSS Konzern gelten auch für die HUGO BOSS AG**

Die HUGO BOSS AG ist die **Muttergesellschaft des HUGO BOSS Konzerns**. Ihr Jahresabschluss wird nach den Regeln des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) aufgestellt. Neben dem operativen Geschäft beeinflusst insbesondere die Steuerung der Zentralfunktionen die Ergebnisse der HUGO BOSS AG. Wesentliche Posten sind dabei die Weiterberechnung von Kosten für erbrachte Dienstleistungen an die Konzerngesellschaften sowie das aus ihrer Holdingfunktion resultierende Beteiligungsergebnis. Die **Erwartungen** für die HUGO BOSS AG spiegeln sich aufgrund ihrer Verflechtungen mit den Konzerngesellschaften und ihres Gewichts im Konzern größtenteils im Prognosebericht des Konzerns wider. Die Geschäftsentwicklung der HUGO BOSS AG unterliegt zudem im Wesentlichen den gleichen **Risiken und Chancen** wie die des Konzerns. Daher gelten die im Prognosebericht und im Risiko- und Chancenbericht für den Konzern getroffenen Aussagen auch für die HUGO BOSS AG. → **Prognosebericht, → Risiko- und Chancenbericht**

Ertragslage

Gewinn-und-Verlust-Rechnung HUGO BOSS AG (in Mio. EUR)

	2020	In % des Umsatzes	2019	In % des Umsatzes	Veränderung in %
Umsatzerlöse	894	100,0	1.316	100,0	-32
Umsatzkosten	-720	-80,5	-874	-66,5	-18
Bruttoergebnis vom Umsatz	174	19,5	441	33,5	-61
Vertriebskosten	-212	-23,7	-290	-22,1	27
Allgemeine Verwaltungskosten	-93	-10,4	-130	-9,9	-28
Sonstige betriebliche Erträge	40	4,4	96	7,3	-59
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-66	-7,4	-66	-5,0	0
Ergebnis aus Betriebstätigkeit	-157	-17,6	51	3,9	< -100
Beteiligungsergebnis	41	4,6	202	15,4	-80
Zinsergebnis	-13	-1,5	-13	-1,0	1
Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	-17	-1,9	0	0,0	< -100
Ertragsteuern und sonstige Steuern	-6	-0,7	-71	-5,4	-91
Jahresfehlbetrag/Jahresüberschuss	-153	-17,1	169	12,9	< -100
Einstellung in (-)/ Entnahme aus (+) anderen Gewinnrücklagen	0	0,0	21	1,6	-100
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	191	21,3	4	0,3	> 100
Bilanzgewinn	38	4,3	194	14,7	< -100

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

Umsatz nach Regionen (in Mio. EUR)

	2020	In % des Umsatzes	2019	In % des Umsatzes	Veränderung in %
Europa	754	84	1.070	81	-29
Amerika	44	5	139	11	-69
Asien/Pazifik	95	11	107	8	-11
Gesamt	894	100	1.316	100	-32

Vor dem Hintergrund der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie lagen die **Umsätze mit Tochtergesellschaften** in den Regionen Europa, Amerika und Asien/Pazifik deutlich unter dem Vorjahr. Der **Umsatz mit Dritten** in der Region Europa reduzierte sich im Berichtszeitraum um 32 % auf 328 Mio. EUR (2019: 482 Mio. EUR). Dabei lag der von der HUGO BOSS AG in **Deutschland** erzielte Umsatz vor dem Hintergrund der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie mit 276 Mio. EUR deutlich unter dem Vorjahresniveau (2019: 407 Mio. EUR). So lasteten vor allem die temporären Storeschließungen im Zuge der Lockdowns sowie die deutliche Einschränkung des öffentlichen Lebens inklusive umfangreicher Social-Distancing-Maßnahmen auf der Umsatzentwicklung.

Umsatz nach Marken (in Mio. EUR)

	2020	In % des Umsatzes	2019	In % des Umsatzes	Veränderung in %
BOSS	572	64	972	74	-41
HUGO	167	19	219	17	-24
Sonstige Leistungen	155	17	125	10	24
Gesamt	894	100	1.316	100	-32

Während die Auswirkungen der Pandemie auf der Umsatzentwicklung der Marken **BOSS** und **HUGO** lasteten, verzeichnete das Unternehmen einen Anstieg der **Umsätze aus sonstigen Leistungen**. Dieser ergab sich im Zuge höherer Weiterbelastungen konzerninterner Aufwendungen an die Tochtergesellschaften, insbesondere im Zusammenhang mit IT- und Marketingleistungen.

Das **Bruttoergebnis vom Umsatz** lag deutlich unter dem Vorjahreswert. Neben dem Umsatzrückgang wirkten sich auch eine höhere Rabattintensität sowie negative Effekte aus der Bestandsbewertung auf die Entwicklung des Bruttoergebnisses aus. Letztere bezogen sich vor allem auf die Frühjahr/Sommer-2020-Kollektion, deren Verkauf von den temporären Storeschließungen im Zuge der Pandemie besonders stark betroffen war. Der Rückgang der **Vertriebskosten** reflektiert vor allem die im Jahr 2020 erfolgreich umgesetzten Maßnahmen zur Kostensenkung. Neben einer Reduzierung der Aufwendungen im eigenen Einzelhandel beinhaltet dies auch geringere Marketingaufwendungen. Zudem trug ein Anstieg der Erträge aus der Weiterbelastung von Kosten und Leistungen an Tochtergesellschaften zum Rückgang der Vertriebskosten bei. Der Rückgang der **allgemeinen Verwaltungskosten** ist vor allem auf eine Reduzierung der Personalkosten und die Vermeidung nicht geschäftskritischer Ausgaben bezogen. Die **sonstigen betrieblichen Erträge** lagen im Wesentlichen aufgrund geringerer Erlöse aus der Weiterbelastung von Kosten und Leistungen an verbundene Unternehmen unter dem Vorjahresniveau. Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** lagen auf dem Niveau des Vorjahres und beinhalten im Wesentlichen Forschungs- und Entwicklungskosten sowie Forderungsabwertungen und Fremdwährungseffekte.

Das **Beteiligungsergebnis** lag im Jahr 2020 mit 41 Mio. EUR deutlich unter dem Wert des Vorjahres (2019: 202 Mio. EUR). Die Erträge aus Beteiligungen in Höhe von 41 Mio. EUR (2019: 121 Mio. EUR) betreffen wie im Vorjahr vor allem 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 wird, sowie die Dividendenzahlung der HUGO BOSS Textile Industry Ltd. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen mit Tochtergesellschaften gab es im Jahr 2020 keine (2019: 81 Mio. EUR). Die Erträge im Vorjahr ergaben sich aus einer Gewinnabführung der HUGO BOSS Internationale Beteiligungs-GmbH, Metzingen, die im Geschäftsjahr 2019 Dividendenerträge von der HUGO BOSS Holding Netherlands B.V. erhalten hatte.

Vermögens- und Finanzlage

Das **Anlagevermögen** reduzierte sich im Vergleich zum Vorjahr um 4% auf 974 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 1.014 Mio. EUR). Der Rückgang ist im Wesentlichen auf die deutliche Reduzierung der **Investitionstätigkeit** im Zuge der Cashflow-Sicherung des HUGO BOSS Konzerns während der Pandemie zurückzuführen.

Kurzfristiges operatives Nettovermögen (in Mio. EUR)

	2020	2019	Veränderung in %
Vorräte	176	186	-5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12	19	-37
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	99	117	-16
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	89	88	2

Der Rückgang der **Vorräte** um 5% reflektiert vor allem die im Zuge der Pandemie implementierten Maßnahmen zur Begrenzung des Vorratsanstiegs des Konzerns. Im Zuge des rückläufigen Großhandelsgeschäfts in Deutschland und Österreich im Geschäftsjahr 2020 lagen auch die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** der HUGO BOSS AG zum Jahresende deutlich unter dem Vorjahresniveau. Auch bei den **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** verzeichnete das Unternehmen einen Rückgang. In Summe lag das **kurzfristige operative Nettovermögen (Trade Net Working Capital)** der HUGO BOSS AG damit zum Jahresende leicht über dem Niveau des Vorjahres.

Die **Forderungen gegen verbundene Unternehmen** lagen zum Ende des Geschäftsjahres 2020 mit 51 Mio. EUR über dem Vorjahresniveau (31. Dezember 2019: 39 Mio. EUR). Insbesondere aufgrund einer geänderten Vereinbarung mit den Lieferanten zur Gewährung von Boni und Mengennachlässen reduzierten sich die **sonstigen Vermögensgegenstände** auf 34 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 55 Mio. EUR). Die **Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen** erhöhten sich insbesondere aufgrund von Verrechnungspreisanpassungen auf Warenlieferungen auf 443 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 301 Mio. EUR). Die **Rückstellungen** reduzierten sich zum Jahresende leicht auf 141 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 156 Mio. EUR). Mit 83 Mio. EUR lagen auch die **Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten** zum Ende des Jahres unter dem Vorjahreswert (31. Dezember 2019: 97 Mio. EUR).

Der **Finanzmittelbestand** als Summe aus Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten lag zum 31. Dezember 2020 bei 1 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 3 Mio. EUR). Der geringere Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit konnte durch eine Reduzierung des Mittelabflusses aus der Investitionstätigkeit sowie die Aussetzung der Dividende für das Geschäftsjahr 2019, mit Ausnahme der gesetzlichen Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie, nahezu vollständig kompensiert werden.

PROGNOSEBERICHT

- **Ausblick für Weltwirtschaft und Branche vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie von großer Unsicherheit geprägt**
- **Globales Geschäft von HUGO BOSS nach wie vor von den Auswirkungen der Pandemie betroffen**
- **HUGO BOSS erwartet insbesondere im zweiten Halbjahr spürbare Erholung des Geschäfts**

Nachtrag

Zwischen dem Ende des Geschäftsjahres 2020 und der Aufstellung dieses Berichts am 5. März 2021 war das globale Geschäft von HUGO BOSS nach wie vor erheblich von den Auswirkungen der **COVID-19-Pandemie** betroffen. So wird erwartet, dass vor allem im ersten Halbjahr 2021 weitreichende temporäre Storeschließungen infolge anhaltender Lockdowns – allen voran in Europa, der mit Abstand größten Region des Unternehmens – eine nach wie vor vielerorts deutliche Einschränkung des öffentlichen Lebens inklusive umfangreicher Social-Distancing-Maßnahmen sowie das Andauern der internationalen Reisebeschränkungen sowohl auf der Erholung der Branche als auch dem Geschäft von HUGO BOSS lasten werden.

Darüber hinaus gab es keine wesentlichen gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, branchenbezogenen oder unternehmensspezifischen Veränderungen, die sich nach den Erwartungen des Managements maßgeblich auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Unternehmens auswirken könnten.

Ausblick

Der folgende Bericht gibt die **Sichtweise des Managements** von HUGO BOSS hinsichtlich des künftigen Geschäftsverlaufs wieder und beschreibt die erwartete Entwicklung der maßgeblichen konjunkturellen und branchenbezogenen Rahmenbedingungen. Er entspricht dem Kenntnisstand des Managements zum Zeitpunkt der Berichtserstellung. Hierbei wird berücksichtigt, dass die tatsächliche Entwicklung im Falle des Eintretens von Risiken und Chancen, wie im Risiko- und Chancenbericht beschrieben, positiv wie negativ wesentlich von diesen Prognosen abweichen kann. HUGO BOSS übernimmt außerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Veröffentlichungsvorschriften keine Verpflichtung, die in diesem Bericht enthaltenen Aussagen zu aktualisieren. → **Risiko- und Chancenbericht**

Konjunkturelle und branchenspezifische Entwicklungen beeinflussen maßgeblich die operative und finanzwirtschaftliche Entwicklung von HUGO BOSS. Die im weiteren Verlauf dieses Kapitels getroffenen Aussagen zum erwarteten Geschäftsverlauf basieren folglich auf bestimmten Annahmen hinsichtlich der Entwicklung von Weltwirtschaft und Branche. Im Jahresverlauf wird der Konzern die Entwicklung dieser Rahmenbedingungen fortlaufend überwachen, um möglichst schnell und umfassend auf eventuelle Veränderungen reagieren zu können.

Ausblick für die Weltwirtschaft

In seiner Publikation vom 20. Januar 2021 rechnet der IWF für das Geschäftsjahr 2021 mit einer spürbaren Erholung der **Weltwirtschaft** von der durch COVID-19 verursachten Rezession im Jahr 2020. So prognostiziert der IWF für das laufende Jahr ein Wirtschaftswachstum von 5,5% (2020: minus 3,5%). Dieser Ausblick basiert vor allem auf der Annahme einer umfassenden Impfstoffverfügbarkeit in den Industrieländern und wichtigen Schwellenländern bis spätestens Sommer 2021. Dabei wird erwartet, dass das Wachstum in der ersten Jahreshälfte aufgrund der anhaltend hohen Infektionszahlen und der damit verbundenen Einschränkungen des öffentlichen Lebens in vielen wichtigen Industriestaaten

geringer ausfällt als in der zweiten Jahreshälfte. Für das zweite Halbjahr erwartet der IWF hingegen einen deutlichen Aufschwung, der von einer steigenden Impfstoffverfügbarkeit und der weltweiten Normalisierung des öffentlichen Lebens getrieben sein sollte. Zudem wird erwartet, dass zusätzliche geldpolitische Maßnahmen in Europa und den USA diese Entwicklung unterstützen.

Von diesen Annahmen ausgehend erwartet der IWF für die **Eurozone** ein Wachstum von 4,2 % (2020: minus 7,2 %). Trotz anhaltender Brexit-Unsicherheiten wird der Wirtschaft **Großbritanniens** im Jahr 2021 ein Wachstum von 4,5 % prognostiziert (2020: minus 10,0 %). Für die Wirtschaft der **USA** rechnet der IWF mit einem Wachstum von 5,1 % (2020: minus 3,4 %), während sich das Wachstum in **China** im Jahr 2021 auf 8,1 % beschleunigen dürfte (2020: 2,3 %).

Ungeachtet dieser Annahmen sind die damit verbundenen **Risiken und Unsicherheiten** weiterhin groß. So ist es aktuell nicht möglich präzise vorherzusagen, inwiefern die weitere Entwicklung der Pandemie – etwa hinsichtlich erneuter Infektionswellen und Lockdowns oder aber möglicher Virusmutationen – die Weltwirtschaft im Jahresverlauf beeinflussen wird. Darüber hinaus sind etwaige Fortschritte bei der medizinischen Behandlung von COVID-19, die globale Verfügbarkeit und Wirksamkeit des Impfstoffs, eine etwaige Verbesserung des Konsumklimas oder aber mögliche Spannungen am Finanzmarkt und deren jeweilige Auswirkung auf die zu erwartende wirtschaftliche Erholung derzeit äußerst schwer vorherzusehen.

Branchenausblick

Die hohe Unsicherheit in Bezug auf den weiteren Verlauf der Pandemie spiegelt sich auch im Branchenausblick wider. So dürfte die **globale Bekleidungsindustrie** vor allem im ersten Halbjahr 2021 noch deutlich von den negativen Auswirkungen der Pandemie geprägt sein. Auch im **gehobenen Premiumsegment der Bekleidungsindustrie**, das den besten Vergleichsmaßstab für HUGO BOSS darstellt, sollten die Branchenumsätze dabei insbesondere in der ersten Jahreshälfte unter den in vielen wichtigen Märkten verhängten Lockdowns und den damit verbundenen Geschäftsschließungen leiden. Darüber hinaus wird erwartet, dass das anhaltend schwache Konsumklima sowie die fortwährenden internationalen Reisebeschränkungen vor allem im ersten Halbjahr deutlich auf den globalen Branchenumsätzen lasten werden.

In einer am 1. Dezember 2020 gemeinsam von The Business of Fashion und der Unternehmensberatung McKinsey & Company veröffentlichten Studie werden unterschiedliche Szenarien für die Entwicklung der globalen Bekleidungsindustrie im Geschäftsjahr 2021 beschrieben. In einem **Szenario der vergleichsweise raschen Erholung** wird davon ausgegangen, dass sich die Branche bis zum dritten Quartal des Jahres 2022 vollständig von der Pandemie erholen wird. Dabei sollten sich eine weitestgehende Eindämmung von COVID-19 sowie staatliche Unterstützungsmaßnahmen bereits im Jahr 2021 positiv auf die Branchenentwicklung auswirken. Es wird erwartet, dass sich der globale Tourismus bereits diesen Sommer spürbar erholen, das Konsumklima sukzessive aufhellen und auch größere gesellschaftliche Veranstaltungen in naher Zukunft wieder möglich sein sollten. In diesem Szenario sollte China die Erholung auch weiterhin anführen und die Bekleidungsindustrie dort ein Umsatzwachstum zwischen 5 % und 10 %, verglichen mit dem Niveau des Jahres 2019, aufweisen können. Für den US-Markt wird im Rahmen dieses Szenarios erwartet, dass die Branchenumsätze 2021 noch um 7 % bis 12 % unter dem Vorkrisenniveau bleiben werden. Auch für Europa sollten die Branchenumsätze im Jahr 2021 um 2 % bis 7 % unter dem Niveau des Jahres 2019 liegen.

In einem **weniger optimistischen Szenario** gehen The Business of Fashion und McKinsey & Company hingegen davon aus, dass die globalen Branchenumsätze frühestens gegen Ende des Jahres 2023 das Vorkrisenniveau erreichen werden. Deutliche Verzögerungen der globalen Impfstoffverfügbarkeit und erneute Lockdowns sowie anhaltende Reisebeschränkungen würden dabei das allgemeine Konsumklima und damit auch die Branchenentwicklung im Jahresverlauf weiter erheblich belasten. In einem derartigen

Szenario könnten die Umsätze der Bekleidungsindustrie im US-Markt im Jahr 2021 im Vergleich zum Jahr 2019 um 22 % bis 27 % sinken, während für Europa mit einem Rückgang von 14 % bis 19 % zu rechnen wäre. Anhaltende Einschränkungen des öffentlichen Lebens und weitreichende Reisebeschränkungen würden dabei vor allem auf den Umsätzen der Premium- und Luxusgüterbranche lasten, für die in einem solchen Szenario ein Umsatzrückgang in Europa von bis zu 40 % als nicht ausgeschlossen gilt. Auch für den chinesischen Markt kann grundsätzlich nicht ausgeschlossen werden, dass ein erneutes Aufflammen der Pandemie die Branchenumsätze in diesem Markt spürbar negativ belasten würde.

Ausblick für HUGO BOSS

Aufgrund der anhaltend hohen Unsicherheiten in Bezug auf den weiteren Verlauf der Pandemie und der mit großen Risiken behafteten Erwartungen und Annahmen zur weiteren Entwicklung der Weltwirtschaft und Branche sieht sich HUGO BOSS zum aktuellen Zeitpunkt nicht in der Lage, eine zuverlässige Aussage hinsichtlich der weiteren Erholung seiner allgemeinen Geschäftstätigkeit und damit eine präzise Prognose seiner wichtigsten Steuerungsgrößen abzugeben. Zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Berichts ist das **Geschäft von HUGO BOSS nach wie vor von den Auswirkungen der Pandemie betroffen**. So wird erwartet, dass vor allem im ersten Halbjahr 2021 weitreichende temporäre Storeschließungen infolge anhaltender Lockdowns – allen voran in Europa, der mit Abstand größten Region des Unternehmens – eine nach wie vor vielerorts deutliche Einschränkung des öffentlichen Lebens inklusive umfangreicher Social-Distancing-Maßnahmen sowie das Andauern der internationalen Reisebeschränkungen auch weiterhin auf dem Geschäft von HUGO BOSS lasten werden. Insbesondere mit Blick auf den eigenen Einzelhandel, der grundsätzlich für rund zwei Drittel des Konzernumsatzes steht, bestehen zum aktuellen Zeitpunkt hohe Unsicherheiten hinsichtlich der Geschwindigkeit und der Intensität einer zu erwartenden Erholung des Geschäfts.

Das Unternehmen ist trotz der zuvor geschilderten Unsicherheiten zuversichtlich, dass sich das globale Einzelhandelsumfeld im Laufe des Jahres 2021 sukzessive verbessern wird. Dies sollte auch eine Erholung des Geschäfts von HUGO BOSS, insbesondere im zweiten Halbjahr, positiv unterstützen. In diesem Zusammenhang rechnet das Unternehmen für das Geschäftsjahr 2021 zum jetzigen Zeitpunkt damit, dass der **Konzernumsatz** deutlich über dem Niveau des Jahres 2020 liegen wird. Gleichzeitig erwartet das Unternehmen einen starken Anstieg seines **operativen Ergebnisses (EBIT)** sowie des **Konzernergebnisses**. Darüber hinaus prognostiziert HUGO BOSS einen moderaten Anstieg der **Investitionen** im Vergleich zum Vorjahr. Dabei soll schwerpunktmäßig in den eigenen Einzelhandel und die weitere Digitalisierung des Geschäftsmodells investiert werden. Zudem wird prognostiziert, dass sich das **kurzfristige operative Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz** im Geschäftsjahr 2021 moderat reduzieren wird.

Mit Blick auf das insgesamt äußerst herausfordernde Geschäftsjahr 2020 und angesichts der anhaltend hohen Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem weiteren Verlauf der Pandemie beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat, der Hauptversammlung 2021 vorzuschlagen, für das Geschäftsjahr 2020 lediglich die **gesetzliche Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie** zu zahlen. Dadurch will das Unternehmen seine Innenfinanzierungskraft weiter stärken. Ungeachtet dessen bleibt HUGO BOSS jedoch zuversichtlich, auf der Grundlage einer allgemeinen Erholung seines Geschäfts und dank seines stark cashflow-generierenden Geschäftsmodells auch zukünftig einen deutlich positiven Free Cashflow zu generieren. Dies wiederum sollte es dem Konzern ermöglichen, zu einer attraktiven Dividendenpolitik zurückzukehren. → **Konzernstrategie**

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

- **Transparenter Umgang mit Risiken im Rahmen des Risikomanagementsystems**
- **Keine bestandsgefährdenden Risiken identifiziert**
- **Nutzung unternehmerischer Chancen als wichtiges Element für nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts**

Die **Risiko- und Chancenpolitik** des HUGO BOSS Konzerns zielt primär darauf ab, strategische und finanzielle Unternehmensziele zu erreichen. Sie verfolgt somit nicht nur das Ziel der Bestandssicherung, sondern dient vor allem einer nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts. Die Berichterstattung von Risiken und Chancen im zusammengefassten Lagebericht bezieht sich dabei grundsätzlich auf einen Einjahreszeitraum.

Risikobericht

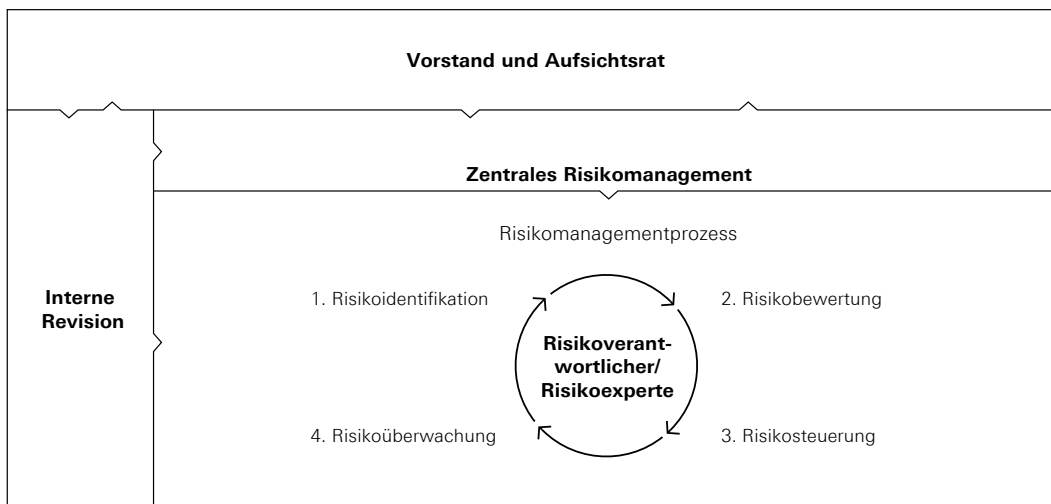
Der Erfolg von HUGO BOSS beruht auf der konsequenten Nutzung von Chancen im Rahmen der Unternehmensstrategie. Dabei ist der Konzern einer Vielzahl von Risiken ausgesetzt. Das **Risikomanagementsystem** des Unternehmens umfasst alle Maßnahmen eines systematischen und transparenten Umgangs mit Risiken. Es zielt darauf ab, Risiken möglichst frühzeitig zu identifizieren, sie adäquat zu bewerten, mittels geeigneter Maßnahmen zu begrenzen beziehungsweise zu vermeiden, zu überwachen und zu dokumentieren. Risiken sind dabei definiert als mögliche zukünftige Entwicklungen oder Ereignisse, die zu negativen Abweichungen vom geplanten Ergebnis führen können. Sämtliche Risikoarten werden dabei in den fünf Kategorien Externe, Strategische, Finanzielle, Operative sowie Organisatorische Risiken zusammengefasst.

Risikomanagementsystem

Der Vorstand der HUGO BOSS AG trägt die **Gesamtverantwortung für ein effektives Risikomanagementsystem**. In seinem Auftrag koordiniert das zentrale Risikomanagement die Umsetzung und kontinuierliche Weiterentwicklung des Risikomanagementsystems. Es ist für den zentral gesteuerten Risikomanagementprozess verantwortlich und steht dabei in engem Austausch mit den jeweiligen Unternehmensbereichen und Konzerngesellschaften. Dort sind jeweils definierte Risikoexperten und Risikoverantwortliche für die Risikoidentifikation und -bewertung, den adäquaten Umgang mit Risiken und die Umsetzung wirksamer risikoreduzierender Maßnahmen zuständig. Die **Überwachung der Wirksamkeit des Risikomanagementsystems** ist Aufgabe des Aufsichtsrats der HUGO BOSS AG. Die Zuständigkeit wird dabei vom Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats, auch unter Einbezug der Internen Revision, wahrgenommen. Die Funktionsfähigkeit und Angemessenheit des Risikomanagements wird zudem durch den Konzernwirtschaftsprüfer bestätigt.

Konzerneinheitliche Standards zum systematischen Umgang mit Risiken stellen die Basis eines effizienten Risikomanagements dar. Sie werden durch den Vorstand festgelegt und in einem konzernweit gültigen **Risikohandbuch** dokumentiert. Dieses wird allen Mitarbeitern im unternehmenseigenen Intranet zugänglich gemacht. Alle Mitarbeiter des HUGO BOSS Konzerns sind zu risikobewusstem Handeln und zur Vermeidung existenzgefährdender Risiken verpflichtet. Der Einsatz moderner **Risikomanagementsoftware** ermöglicht die konzernweit einheitliche Erfassung und Bewertung aller identifizierten Risiken sowie zugehöriger Maßnahmen. Das Risikomanagementsystem von HUGO BOSS ist gemäß der internationalen Norm ISO 31000 gestaltet.

Grundzüge des Risikomanagementsystems bei HUGO BOSS



Der **Risikomanagementprozess** bei HUGO BOSS besteht aus den vier Schritten Risikoidentifikation, Risikobewertung, Risikosteuerung sowie Risikoüberwachung und -berichterstattung.

Zur frühestmöglichen **Identifikation von Risiken** überwacht der Konzern fortlaufend das gesamtwirtschaftliche Umfeld, das Wettbewerbsumfeld der Premium- und Luxusgüterbranche sowie sämtliche unternehmensinternen Prozesse. Das zentrale Risikomanagement unterstützt die konzernweiten Risikoverantwortlichen bei der regelmäßigen Identifikation und effizienten Kategorisierung von Risiken mittels eines Risikokatalogs sowie des konzernweit zugänglichen Risikohandbuchs.

Die Risikoverantwortlichen delegieren die regelmäßige Bewertung identifizierter Risiken an die Risikoexperten und geben deren Einschätzung nach eingehender Prüfung frei. Die Risikoexperten werden bei ihrer Arbeit vom zentralen Risikomanagement unterstützt.

Bewertungskriterien der Unternehmensrisiken

Eintrittswahrscheinlichkeit		Ausmaß der finanziellen Auswirkung	
unwahrscheinlich	≤ 20%	gering	≤ 2,5% vom geplanten EBIT
möglich	> 20–40%	moderat	> 2,5–5% vom geplanten EBIT
wahrscheinlich	> 40–60%	wesentlich	> 5–15% vom geplanten EBIT
sehr wahrscheinlich	> 60%	hoch	> 15% vom geplanten EBIT

Die **Bewertung einzelner Risiken** erfolgt durch die Einschätzung von Eintrittswahrscheinlichkeiten sowie die systematische Analyse möglicher Auswirkungen auf das geplante operative Ergebnis (EBIT). Bei der Bewertung von Zinsänderungs- und steuerlichen Risiken wird abweichend auf den Cashflow abgestellt.

Übersicht Unternehmensrisiken – Risikomatrix (aggregierte Risiken)

Schadenshöhe	hoch	Kollektion, Logistik, IT, Personal	Umwelt und Gesundheit, Investitionen, Steuern, Lieferanten und Beschaffungsmarkt, Qualität, Vertrieb, Governance und Compliance, Politik und Gesellschaft	Gesamtwirtschaft	
	wesentlich	Marken und Corporate Image	Wettbewerb	Währungen	
	moderat	Produktpiraterie, Facilities, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Recht, Finanzierung und Liquidität		
	gering	Vision und Ausrichtung	Zinsänderungen	Pensionsrückstellungen	Kontrahenten
		unwahrscheinlich	möglich	wahrscheinlich	sehr wahrscheinlich
Eintrittswahrscheinlichkeit (innerhalb von 1 Jahr)					

Die beiden Bewertungskriterien Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadenshöhe bilden die Bewertungsachsen der **Risikomatrix**. Diese soll Transparenz über die aktuelle Risikosituation des Unternehmens schaffen und bei der Priorisierung von Risiken unterstützen. Das jeweilige Nettorisiko als tatsächliches Risikopotenzial ergibt sich aus dem Bruttoisiko abzüglich der jeweiligen Maßnahmen zur Reduzierung des identifizierten Risikos.

Die Erarbeitung und Umsetzung geeigneter risikominimierender Maßnahmen ist Aufgabe der Risikoverantwortlichen. Die **Steuerung der Risiken** erfolgt dabei allgemein auf vier Arten: Risiko-Vermeidung, Risikoverringung, Risikoübertragung auf Dritte sowie Risikoakzeptanz. Ein Bestandteil der Risikosteuerung ist somit auch die Risikoübertragung auf Versicherer, wodurch die finanziellen Auswirkungen versicherbarer Risiken weitestgehend neutralisiert werden können. Bei der Entscheidung über die Umsetzung der jeweiligen Strategie zur Risikosteuerung werden auch die Kosten in Relation zur Effektivität der jeweiligen Maßnahmen berücksichtigt. In enger Zusammenarbeit mit den Risikoverantwortlichen überwacht das zentrale Risikomanagement den Fortschritt und die Wirksamkeit geplanter und bereits umgesetzter Maßnahmen.






Sämtliche identifizierten Risiken werden zweimal jährlich, in Abhängigkeit von ihrem Ausmaß jedoch auch in bis zu monatlichen Intervallen auf ihre Aktualität überprüft. Im Rahmen der **Risikoüberwachung** werden Erkenntnisse zu neuen Entwicklungen dokumentiert sowie die Risikobewertung und Risiko-steuerung bei Bedarf überarbeitet. Mithilfe der kontinuierlichen Überwachung von Frühwarnindikatoren sollen Planabweichungen rechtzeitig erkannt werden. Meldekettten und das Einleiten geeigneter, im Vorfeld definierter Gegenmaßnahmen gewährleisten eine rasche Reaktion bei Eintritt eines Risikos.

→ Unternehmenssteuerung

Im Rahmen der **regelmäßigen Risikoberichterstattung** melden die Risikoverantwortlichen die von ihnen identifizierten Risiken samt den zugehörigen Eintrittswahrscheinlichkeiten, den potenziellen finanziellen Auswirkungen sowie den Maßnahmen zur Risikosteuerung an das zentrale Risikomanagement. Dieses aggregiert die gemeldeten Risiken und stellt dem Vorstand und dem Prüfungsausschuss regelmäßig einen konsolidierten Bericht zur Verfügung. Bedeutende Einzelrisiken und aggregierte Risikobereiche werden dabei besonders hervorgehoben. Bei Aufkommen kritischer, dringlicher Themen wird der reguläre Reportingprozess durch eine Ad-hoc-Berichterstattung ergänzt.

Beurteilung der Risikosituation durch den Vorstand

Entwicklung und Zusammensetzung Gesamtrisikoposition

Risikokategorie	Entwicklung	Anteil am Gesamtrisiko (Erwartungswert)
Externe Risiken	↘	 21 %
Strategische Risiken	→	 10 %
Finanzielle Risiken	→	 14 %
Operative Risiken	→	 48 %
Organisatorische Risiken	↘	 7 %

Um ein möglichst präzises Bild der **Gesamtrisikoposition** des HUGO BOSS Konzerns zu erhalten, erfolgt die Aggregation der Einzelrisiken anhand zweier Methoden. Einerseits werden die Schadens-erwartungswerte aller bewerteten Risiken innerhalb der fünf Risikokategorien addiert. Andererseits werden mittels einer Monte-Carlo-Simulation die Wahrscheinlichkeitsverteilungen sämtlicher erfasster Risiken zu der Wahrscheinlichkeitsverteilung eines möglichen Gesamtschadens aggregiert und so maximale jährliche Schadenswerte ermittelt. Das Ergebnis der Simulation im Geschäftsjahr 2020 zeigt, dass das Eigenkapital des Konzerns wie schon im Vorjahr alle simulierten risikobedingten Schadenswerte, auch in den strengsten Konfidenzintervallen, übersteigt.

Das implementierte Risikomanagementsystem bildet die Grundlage für die Beurteilung der Risikosituation durch den Vorstand und wird von diesem regelmäßig überprüft. Wesentliche Risiken des Unternehmens werden regelmäßig auf Vorstandsebene erörtert und bewertet. Während sich die Einschätzung der individuellen Risiken im Geschäftsjahr 2020 vor allem im Zuge der COVID-19-Pandemie verändert hat, waren für den Vorstand zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Berichts **keine einzelnen oder aggregierten Risiken zu erkennen, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten**.

Erläuterung bedeutender Risiken

Im Folgenden werden die für die Zielerreichung des HUGO BOSS Konzerns **im Geschäftsjahr 2021 als bedeutend erachteten Risiken** erläutert. Dabei handelt es sich um solche Risiken, die im Risikomanagementprozess mit einer mindestens wesentlichen potenziellen Auswirkung bewertet worden sind. Anders als im Vorjahr werden somit Risiken mit einer moderaten potenziellen Auswirkung nicht näher erläutert. Damit trägt das Unternehmen der hohen Unsicherheit in Bezug auf den zu erwartenden Geschäftsverlauf von HUGO BOSS vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie und der im Zuge dessen insgesamt gestiegenen Sensitivität bei der Risikobewertung Rechnung. Diese hat in vielen Risikobereichen dazu geführt, dass sich die ermittelte finanzielle Auswirkung in Relation zum geplanten EBIT im Vergleich zum Vorjahr erhöht hat. Zudem soll der Fokus auf all jene Risiken mit wesentlicher beziehungsweise hoher finanzieller Auswirkung die Übersichtlichkeit innerhalb dieses Berichts auch weiterhin gewährleisten.

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 Risikomanagementsystem, wie es im HUGO BOSS Konzern implementiert ist, nicht gänzlich vermieden werden können.

Risikobereiche				
Externe Risiken	Strategische Risiken	Finanzielle Risiken	Operative Risiken	Organisatorische Risiken
Gesamtwirtschaft	Kollektion	Währungen	Lieferanten und Beschaffungsmärkte	IT
Politik und Gesellschaft	Marken und Corporate Image	Steuern	Qualität	Personal
Umwelt und Gesundheit	Investitionen	Finanzierung und Liquidität	Logistik	Governance und Compliance
Wettbewerb	Vision und Ausrichtung	Zinsänderungen	Vertrieb	Recht
Produktpiraterie		Kontrahenten		Facilities
		Pensionen		Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Bedeutende Risiken sind fett markiert und werden im Folgenden näher erläutert. Risiken, die hingegen nur mit einer geringen oder moderaten potenziellen Auswirkung bewertet wurden, werden im Folgenden nicht näher erläutert.

Bedeutende externe Risiken

HUGO BOSS unterliegt einer Vielzahl externer Risiken, im Wesentlichen im Zusammenhang mit gesamtwirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen, Umwelt- und Gesundheitsaspekten sowie dem Wettbewerb.

Gesamtwirtschaftliche Risiken

Als global agierendes Unternehmen ist HUGO BOSS **gesamtwirtschaftlichen Risiken** hinsichtlich der globalen Konjunkturentwicklung ausgesetzt. So geht ein konjunktureller Abschwung in der Regel mit einer rückläufigen Nachfrage nach Premium- und Luxusgütern einher, was sich negativ auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns auswirken kann. Konjunkturell bedingte Effekte können dabei sowohl global als auch regional begrenzt auftreten und sich gegenseitig beeinflussen.

Um die Auswirkungen konjunktureller Schwankungen zu reduzieren, strebt HUGO BOSS nach einer **ausgewogenen regionalen Umsatzverteilung**. Der Konzern beobachtet fortlaufend das gesamtwirtschaftliche wie auch das Branchenumfeld, um Risiken frühzeitig zu erkennen und entsprechend schnell reagieren zu können. Zudem erfolgt eine regelmäßige Analyse interner **Frühindikatoren**, die eine Prognose der Auswirkungen möglicher gesamtwirtschaftlicher Risiken erlauben. → **Unternehmenssteuerung**

Zu den möglichen **Reaktionen** auf einen konjunkturbedingten Nachfragerückgang zählen eine Reduzierung der Produktions- und Beschaffungsaktivität, ein strikteres Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens, eine verstärkte Kostenkontrolle sowie Preisanpassungen.

Für das Jahr 2021 rechnet der IWF in seiner Publikation vom 20. Januar 2021 mit einer spürbaren Erholung der Weltwirtschaft von der durch **COVID-19** verursachten Rezession im Jahr 2020. Dieser Ausblick basiert vor allem auf der Annahme einer umfassenden Impfstoffverfügbarkeit in den Industrieländern und wichtigen Schwellenländern bis spätestens Sommer 2021. Gleichzeitig sind die damit verbundenen Risiken und Unsicherheiten weiterhin groß. So ist es aktuell nur schwer vorherzusagen, inwiefern die weitere Entwicklung der Pandemie – etwa hinsichtlich erneuter Infektionswellen und Lockdowns oder aber möglicher Virusmutationen – die Weltwirtschaft im Jahresverlauf letztlich beeinflussen wird. Darüber hinaus sind etwaige Fortschritte bei der medizinischen Behandlung von COVID-19, die globale Verfügbarkeit und Wirksamkeit des Impfstoffs oder eine etwaige Verbesserung des Konsumklimas und deren jeweilige Auswirkung auf die erwartete wirtschaftliche Erholung derzeit äußerst schwer vorherzusehen.

Die potenziell negative Auswirkung gesamtwirtschaftlicher Entwicklungen auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns kann im Jahr 2021 grundsätzlich hoch sein. Die Eintrittswahrscheinlichkeit schätzt das Management dabei als wahrscheinlich ein. → **Prognosebericht, → Risikobericht, Umwelt- und Gesundheitsrisiken**

Politische und gesellschaftliche Risiken

HUGO BOSS ist aufgrund seiner internationalen Geschäftstätigkeit **politischen und gesellschaftlichen Risiken** ausgesetzt. So können sich beispielsweise Änderungen des politischen und regulatorischen Umfelds, geopolitische Spannungen, militärische Auseinandersetzungen, Regierungswechsel oder terroristische Anschläge negativ auf das Konsumklima auswirken.

Für das Jahr 2021 ist nicht zu erwarten, dass sich die **weltweiten Unsicherheiten** im Kontext politischer und gesellschaftlicher Entwicklungen reduzieren werden. So stellen beispielsweise die geopolitischen Spannungen im Nahen Osten oder in Hongkong, eine Eskalation handelspolitischer Konflikte wie der zwischen den USA und China oder aber die anhaltende Gefahr terroristischer Anschläge bedeutsame Risiken für die Premium- und Luxusgüterbranche und damit auch für die Geschäftsentwicklung des Konzerns dar.

Auch im Zusammenhang mit dem **Brexit** verbleiben Unsicherheiten. Der in diesem Zuge erfolgten Erhebung von Einfuhrzöllen ist das Unternehmen mit einer moderaten Erhöhung seiner Verkaufspreise zum 1. Januar 2021 begegnet. Die angepasste Preisstruktur soll die Positionierung des Unternehmens im oberen Premiumsegment auch zukünftig sicherstellen und orientiert sich dabei auch an der Preisstruktur relevanter Wettbewerber. Grundsätzlich besteht das Risiko, dass bei einem etwaigen konjunkturell bedingten Nachfragerückgang infolge des Brexits die angepassten Preise nicht in dem vom Unternehmen beabsichtigten Maße durchgesetzt werden können. Dies würde sich letzten Endes negativ auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns auswirken. Das Management schätzt die im Zusammenhang mit dem Brexit verbleibenden Risiken für das Jahr 2021 jedoch als unwahrscheinlich bei gleichzeitig wesentlichem Ausmaß ein.

Aufgrund seiner voraussichtlich weiterhin steigenden Bedeutung bewertet HUGO BOSS das Risiko, das sich aus politischen und gesellschaftlichen Veränderungen ergibt, als ein „**emerging risk**“. So ergeben sich strategische Fragestellungen beispielsweise aus dem Einfluss demografischer Entwicklungen auf das Konsumentenverhalten und die Lieferkette. Dies offenbart die Verzahnung des gesellschaftlichen Risikos mit den branchen- sowie den lieferanten- und beschaffungsmarktbezogenen Risiken. Im Rahmen der Bewertung und Steuerung des Risikos arbeiten Risikoexperten und Risikoverantwortliche

im Konzern interdisziplinär an der **fortwährenden Analyse und Überwachung** aktueller politischer und gesellschaftlicher Entwicklungen und ihres Einflusses auf die eigene Geschäftstätigkeit. Das zentrale Risikomanagement koordiniert und unterstützt diesen Prozess.

Mittels seines weltweiten Vertriebs in über 120 Ländern will der Konzern für eine **natürliche Absicherung** gegen unvorteilhafte Entwicklungen in einzelnen Ländern oder Regionen sorgen. Unerwartete Entwicklungen in wichtigen Absatzmärkten können grundsätzlich zu hohen finanziellen Auswirkungen führen. Das Management stuft die Wahrscheinlichkeit dieses Risikos als möglich ein.

Umwelt- und Gesundheitsrisiken

Die global ausgerichtete Wertschöpfungskette des HUGO BOSS Konzerns unterliegt **Umwelt- und Gesundheitsrisiken**, die sich aus Pandemien, Umwelt- und Naturkatastrophen sowie den Folgen des Klimawandels ergeben können.

Mit dem weiteren Verlauf der **COVID-19-Pandemie** sind für HUGO BOSS auch im Jahr 2021 wesentliche Risiken verbunden. Die zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Berichts vorherrschenden wesentlichen Unsicherheiten beziehen sich dabei vor allem auf die Dauer der Pandemie – dazu gehören mögliche zusätzliche Infektionswellen, Verzögerungen bei der Impfstoffverteilung oder auch Virusmutationen – und die negativen Folgen der unterschiedlichen Einschränkungen des öffentlichen Lebens, allen voran der globalen Lockdown-Maßnahmen. In Bezug auf letztere besteht das wesentliche Risiko, dass die zu Beginn des Jahres vor allem in Europa implementierten Lockdowns samt temporären Geschäftsschließungen länger andauern als angenommen oder aber es im Laufe des Jahres zu weiteren, aktuell noch nicht abzusehenden umfangreichen Lockdowns und temporären Geschäftsschließungen in für HUGO BOSS wichtigen Märkten kommt. Daneben besteht das wesentliche Risiko, dass eine langsamer als erwartete Verbesserung des Konsumklimas oder aber ein Aufrechterhalten der internationalen Reisebeschränkungen über den Sommer hinweg die für den Jahresverlauf erwartete sukzessive Erholung deutlich verlangsamen oder sogar gänzlich zum Erliegen bringen könnte. Der Eintritt der beschriebenen Risiken würde sich, neben entgangenen Umsatzchancen, schlussendlich auch deutlich negativ auf die Profitabilität und den Cashflow des Konzerns auswirken.

Darüber hinaus bestehen im Zusammenhang mit der Pandemie grundsätzlich lieferanten- und beschaffungsmarktbezogene Risiken. So besteht etwa die Möglichkeit, dass im Falle einer erneuten Verschärfung der Situation in für den Konzern wichtigen Beschaffungsmärkten die Produktion einzelner oder mehrerer Lieferanten zeitweise ausfällt. Dies könnte zu Verwerfungen in der Wertschöpfungskette des Konzerns und somit zu zusätzlichen Umsatzrisiken führen. Auch wenn weder im Geschäftsjahr 2020 noch zum Zeitpunkt der Aufstellung des Berichts signifikante Auswirkungen auf die Lieferkette des Konzerns zu beobachten waren, befindet sich das Unternehmen auch weiterhin in einem engen Austausch mit seinen Partnern, um bestmöglich auf eventuelle Einschränkungen vorbereitet zu sein.

HUGO BOSS hat verschiedene Task Forces und Krisenteams eingerichtet, um die unterschiedlichen Auswirkungen von COVID-19 sorgfältig zu überwachen und abzumildern, wobei der Schwerpunkt auf der Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter sowie der Geschäftskontinuität liegt. Auf Konzernebene arbeitet ein interdisziplinäres Corona-Krisenteam, das den Pandemieverlauf sehr genau beobachtet und sämtliche Maßnahmen des Konzerns zum Schutz seiner Mitarbeiter umfassend koordiniert. Zudem findet seit Beginn der Pandemie im Rahmen der Unternehmenssteuerung ein besonders enger und regelmäßiger Austausch zwischen Vorstand, Konzerncontrolling sowie dem Management der Zentralbereiche und der Konzerngesellschaften statt. → **Unternehmenssteuerung**

In Summe schätzt das Management die über die in den Aussagen des Kapitels „Prognosebericht“ zum Jahr 2021 bereits berücksichtigten finanziellen Auswirkungen hinausgehenden Risiken als grundsätzlich möglich ein. Der Einfluss auf die Ergebnisentwicklung wird dabei als hoch eingestuft. → **Prognosebericht,**

→ **Bedeutende operative Risiken**

Aus dem Klimawandel resultierende Risiken, wie eine zunehmende **Wasserknappheit**, werden für das Geschäftsjahr 2021 als unwahrscheinlich und mit einem geringen möglichen Schaden eingestuft. Zukünftig könnte dieses Risiko für HUGO BOSS jedoch an Bedeutung gewinnen. So besteht langfristig das Risiko, dass eine zunehmende Wasserknappheit zu negativen Folgen für den Anbau von Baumwolle und damit zu Einschränkungen in der Verfügbarkeit von Baumwollfasern und folglich höheren Materialkosten führen kann. Baumwolle ist das bei den Produkten des Unternehmens mit Abstand am meisten eingesetzte Material.

Um bei Eintritt von Umwelt- und Naturkatastrophen zeitnah und angemessen reagieren zu können, existiert bei HUGO BOSS ein **zentrales Notfallmanagementsystem**. Dessen Ablauforganisation bündelt die zur Bewältigung von Notfällen benötigten bereichsübergreifenden Kompetenzen und soll eine effiziente Koordination mit klaren Entscheidungswegen sicherstellen. In Summe geht das Management für das Jahr 2021 von möglichen hohen Auswirkungen der Umwelt- und Gesundheitsrisiken auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns aus.

Wettbewerbsrisiken

Das Wettbewerbsumfeld von HUGO BOSS ist grundsätzlich von hoher Dynamik gekennzeichnet. Veränderungen im Wettbewerbsumfeld können dabei den Unternehmenserfolg insbesondere mittel- bis langfristig beeinflussen. So steht HUGO BOSS einerseits mit bekannten Bekleidungsherstellern des gehobenen Premiumsegments im **direkten Wettbewerb um Kunden**, aber etwa auch um Produktionskapazitäten, Einzelhandelsstandorte in bevorzugten Lagen sowie Markenbotschafter. Darüber hinaus konkurrieren BOSS und HUGO zunehmend im äußerst **wettbewerbsintensiven Casualwear-Segment** mit einer Vielzahl globaler wie auch regionaler Marken mit starkem Casual- und Streetwear-Bezug um die Gunst vor allem jüngerer Käuferschichten. Dabei kann der intensive Wettbewerb um Kunden grundsätzlich zu **schädlichem Wettbewerbsverhalten**, wie etwa einer anhaltend hohen Rabattintensität, führen. Aggressives Wettbewerbsverhalten könnte außerdem höhere Marketingkosten nach sich ziehen, was wiederum der Profitabilität sowie der Marktposition des Unternehmens schaden kann.

Das Unternehmen ist überzeugt, dass die weitere **Steigerung der Begehrlichkeit** seiner beiden Marken BOSS und HUGO den wichtigsten Faktor für den langfristigen Erfolg des Unternehmens darstellt. Sämtliche strategischen Initiativen sind daher darauf ausgerichtet, die Markenbegehrlichkeit nachhaltig zu steigern. Dabei stellt HUGO BOSS den Kunden und dessen Bedürfnisse stets in den Mittelpunkt seines Handelns. Aus Markensicht besteht das Hauptziel des Konzerns darin, die Attraktivität und Bekanntheit von BOSS und HUGO langfristig deutlich zu erhöhen. Aus Vertriebsicht geht es dem Unternehmen vor allem darum, seine in den letzten Jahren entwickelten Omnichannel-Kapazitäten voll auszuschöpfen und sämtliche Kunden-Touchpoints zu einem **nahtlosen, konsistenten Kundenerlebnis** zu verknüpfen. Auch wenn sich HUGO BOSS im internationalen Wettbewerb grundsätzlich sehr gut aufgestellt sieht, so sind die diesbezüglich als möglich erachteten Risiken dennoch mit wesentlichen finanziellen Auswirkungen verbunden. → **Konzernstrategie**

Bedeutende strategische Risiken

Zu den bedeutenden strategischen Risiken zählt HUGO BOSS Kollektionsrisiken, Risiken für das Markenimage und Corporate Image sowie das Investitionsrisiko.

Kollektionsrisiken

Sich verändernde Mode- und Lifestyle-Trends können **Kollektionsrisiken** verursachen. Die Herausforderung in der Kollektionsentwicklung besteht vor allem darin, im Rahmen des Kreativmanagements Trends frühzeitig zu erkennen und diese im Rahmen der Entwicklungsarbeit schnellstmöglich in kommerziell erfolgreiche Kollektionen einfließen zu lassen. → **Forschung und Entwicklung**

Intensive **Analysen relevanter Zielgruppen und Märkte** sowie des Abverkaufserfolgs vergangener Kollektionen sollen dazu dienen, Kollektionsrisiken zu reduzieren. Zudem ermöglicht die **Kundennähe** im eigenen Einzelhandel sowie die Nutzung der im Rahmen des systematischen **Kundenbeziehungsmanagements (CRM)** gewonnenen Daten Veränderungen im Kaufverhalten frühzeitig zu erkennen und bei der Entwicklung zukünftiger Kollektionen entsprechend zu berücksichtigen. Im Zuge der fortschreitenden **Digitalisierung der Kollektionsentwicklung** schafft es HUGO BOSS zudem, die Entwicklungszeiten weiter zu verkürzen und so noch schneller auf globale Trends reagieren zu können.

→ **Forschung und Entwicklung**

In den letzten Jahren entwickelten sich die **Casual- und Athleisure-Segmente** des globalen Bekleidungsmarktes besser als die klassische Konfektion. Mit dem konsequenten Ausbau seines Casualwear- und Athleisurewear-Angebots möchte HUGO BOSS dieser Entwicklung gezielt Rechnung tragen. Das Unternehmen wird seine Kollektionen in diesem Bereich auch zukünftig stärken. Das Potenzial der Casualwear voll ausschöpfen zählt dabei zu den wichtigen strategischen Initiativen des Unternehmens. → **Konzernstrategie**

Potenziell negative Auswirkungen von Kollektionsrisiken werden als hoch eingestuft. Aufgrund der implementierten Maßnahmen zur Risikoreduzierung wird die Eintrittswahrscheinlichkeit aus Sicht des Managements jedoch als unwahrscheinlich erachtet.

Risiken für das Markenimage und Corporate Image

Der Eintritt von **Risiken für das Markenimage und Corporate Image** kann den wirtschaftlichen Erfolg von HUGO BOSS negativ beeinflussen. So könnten sich beispielsweise eine unzureichende Qualität der Produkte oder der Services im eigenen Einzelhandel, eine unkontrollierte Preis- und Rabattpolitik, die Nutzung markenschädigender Distributionskanäle, ein unattraktiver Marketing-Mix oder das Nichteinhalten von Gesetzen oder Sozialstandards imageschädigend auswirken.

Der **Schutz und Erhalt des Markenimages** genießt daher bei HUGO BOSS eine hohe Priorität. Die Sicherstellung eines global einheitlichen Marken- und Einkaufserlebnisses, strenge Qualitätskontrollen, eine zentral gesteuerte Preispolitik, die stetige Weiterentwicklung der Distributionsstrategie, ein aktives Compliance-Management sowie hohe Anforderungen an Arbeits- und Sozialstandards zählen auf dieses Ziel ein. Daneben sind der rechtliche Schutz der Marken sowie die Verfolgung von Produktpiraterie wichtige Bestandteile zur Sicherung des Markenimages.

Das Corporate Image des HUGO BOSS Konzerns zeigt sich in der **Wahrnehmung seiner Stakeholder**. Sämtliche Kommunikationsaktivitäten werden über die zentralen Abteilungen Corporate Communications, Investor Relations und Corporate Sustainability gesteuert. Diese befinden sich in einem ständigen Dialog mit allen wichtigen Interessengruppen. Zudem wird die Einhaltung von Gesetzen, Standards und Richtlinien sowohl konzernintern als auch bei Partnern regelmäßig kontrolliert. Das Management hält negative Einflüsse auf das Markenimage und Corporate Image für unwahrscheinlich. Die potenzielle Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns wird dabei als wesentlich eingestuft.

Investitionsrisiken

Mit den eigenen Einzelhandelsaktivitäten des Konzerns sind **Investitionsrisiken** im Zusammenhang mit der Modernisierung des Storenetzwerks, selektiven Neueröffnungen sowie der kanalübergreifenden Integration und Digitalisierung der eigenen Einzelhandelsaktivitäten verbunden. Das Risiko von Fehlinvestitionen bezieht sich dabei beispielsweise auf Investitionen in Stores, für die langfristige Mietverträge abgeschlossen werden, die jedoch im Nachhinein nicht den Renditeerwartungen des Konzerns entsprechen. Auch können sich Fehlinvestitionen bei der Entwicklung und Implementierung neuer Möbelkonzepte sowie digitaler Elemente ergeben.

Das Risiko in Verbindung mit **Wertminderungen** des planmäßig abzuschreibenden Sachanlagevermögens, der immateriellen Vermögenswerte und der Nutzungsrechte an Leasingobjekten auf Ebene der eigenen Einzelhandelsgeschäfte sowie der Geschäfts- oder Firmenwerte bildet innerhalb der Investitionsrisiken die größte Risikoposition. So verzeichnete HUGO BOSS etwa im Geschäftsjahr 2020 nicht zahlungswirksame Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte in Höhe von 110 Mio. EUR, die im direkten Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen der Pandemie auf das Einzelhandelsgeschäft des Konzerns standen. Grundsätzlich kann auch für die Zukunft nicht ausgeschlossen werden, dass eine Verschlechterung der Geschäftsaussichten sowie eine Änderung des Marktmietniveaus zu einer Wertminderung der Vermögenswerte des Konzerns führen kann. Eine solche Wertminderung hätte jedoch, analog zum Geschäftsjahr 2020, keinen zahlungswirksamen Effekt. Für das Jahr 2021 stuft der Konzern das Risiko entsprechender nicht zahlungswirksamer Wertminderungen, auch aufgrund der hohen Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem weiteren Verlauf der COVID-19-Pandemie, als grundsätzlich möglich, bei gleichzeitig potenziell hoher finanzieller Auswirkung ein. → **Konzernanhang, Textziffer 10**

Für umfangreiche Investitionsprojekte existiert daher ein spezifischer **Genehmigungsprozess**. Er umfasst neben qualitativen Analysen, beispielsweise im Hinblick auf potenzielle Standorte eigener Stores, auch die Analyse des Kapitalwerts eines jeden Projekts. Das **zentrale Investitionscontrolling** bewertet die geplanten Investitionsprojekte hinsichtlich ihres Beitrags zur Erreichung der Renditeziele des Konzerns. Zudem wird die Profitabilität bereits realisierter Projekte in regelmäßigen Abständen durch nachgelagerte Analysen überprüft. Bei negativen Zielabweichungen werden entsprechende Gegenmaßnahmen ergriffen. Das Investitionsrisiko des Konzerns wird dabei insgesamt als möglich, mit potenziell hoher finanzieller Auswirkung, eingeschätzt. → **Unternehmenssteuerung**

Bedeutende finanzielle Risiken

Der HUGO BOSS Konzern unterliegt Währungsrisiken, steuerlichen Risiken und Finanzierungsrisiken.

Währungsrisiken

Aufgrund der globalen operativen Geschäftstätigkeit sowie der konzerninternen Finanzierungstätigkeit ist HUGO BOSS **Währungsrisiken** ausgesetzt, die sich auf die Entwicklung von Konzernergebnis und Konzerneigenkapital auswirken können.

Im **operativen Geschäft** entstehen Währungsrisiken dadurch, dass Beschaffung und Verkauf der Produkte in unterschiedlichen Währungen in ungleicher Höhe erfolgen (Transaktionsrisiko). Wesentliche Zahlungsströme in Fremdwährung entstehen vor allem aus der globalen Vertriebstätigkeit des Konzerns sowie der Einkaufstätigkeit der Beschaffungseinheiten in Fremdwährungen wie dem US-Dollar. Im Finanzierungsbereich resultieren Währungsrisiken aus finanziellen Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährung sowie aus Fremdwährungsdarlehen zur Finanzierung der Konzerngesellschaften (**Transaktionsrisiko**). Zum Bilanzstichtag waren die wesentlichen Finanzierungsdarlehen über Devisentermingeschäfte gesichert. Des Weiteren bestehen Währungsrisiken im Zusammenhang mit der Umrechnung der Abschlüsse von Konzerngesellschaften außerhalb der Eurozone in die Konzernwährung Euro (**Translationsrisiko**). Das Translationsrisiko wird laufend überwacht, jedoch verzichtet der Konzern auf dessen Absicherung, da die Einflüsse auf die Konzernbilanz und die Konzern-Gewinn- und -Verlust-Rechnung nicht zahlungswirksam sind. → **Konzernanhang, Währungsumrechnung**

Währungsrisiken werden zentral durch die **Konzern-Treasury-Abteilung** gesteuert. Konzerneinheitliche Richtlinien sollen eine strikte Funktionstrennung von Handel, Abwicklung und Kontrolle sämtlicher Finanzmarkttransaktionen sicherstellen. Sie bilden zudem die Grundlage für Auswahl und Umfang der Absicherung. Primäres Ziel ist die Reduktion des Währungsexposures mittels **natürlicher Hedges**. So sollen sich Fremdwährungsexposures aus dem operativen Geschäft über den Konzern hinweg möglichst ausgleichen und die Notwendigkeit von Absicherungsmaßnahmen folglich minimiert werden. Zur Absicherung des verbleibenden Exposures können **Devisentermin- und Swapgeschäfte**

sowie **Plain-Vanilla-Optionen** herangezogen werden. So sollen die Auswirkungen von Wechselkurschwankungen aus bereits bilanzierten Exposures und aus zukünftigen Cashflows begrenzt werden.

→ **Konzernanhang, Textziffer 20**

Zukünftige Cashflows aus der **Produktionstätigkeit des Konzerns in der Türkei** sind in eine wirksame bilanzielle Sicherungsbeziehung eingebunden („Hedge Accounting“). Die in diesem Fall eingesetzten derivativen Finanzinstrumente dienen ausschließlich zur Absicherung der Grundgeschäfte. Der Handel dieser Derivate erfolgt außerbörslich. Bei Abschluss werden die Laufzeiten in der Regel an das darunterliegende Grundgeschäft angepasst. Transaktionen werden grundsätzlich mit der am besten quotierenden Bank abgeschlossen.

Der HUGO BOSS Konzern hat gemäß den **Anforderungen des IFRS 7** die Auswirkungen des Transaktionsrisikos auf Konzernergebnis und Konzerneigenkapital ermittelt. Die Ermittlung basiert auf dem bilanziellen Währungsexposure zum 31. Dezember 2020. Bestandteile dieses Exposures sind Zahlungsmittel, Forderungen und Verbindlichkeiten sowie konzerninterne Darlehen, die in Währungen gehalten werden, die nicht der funktionalen Währung der jeweiligen Konzerngesellschaft entsprechen.

Zur Quantifizierung und Steuerung der Währungsrisiken verwendet der Konzern die **Value-at-Risk-Methode** auf Basis des parametrischen Ansatzes. Der Value at Risk wird auf Basis historischer Volatilitäten und Korrelationen der Wechselkurse sowie eines Konfidenzniveaus von 95% berechnet. Die Haltedauer wird dabei stets an die Restlaufzeit des aktuellen Jahres angepasst. Zudem wird unterstellt, dass der Bestand des Fremdwährungsexposures und dessen Absicherungsquote zum Bilanzstichtag repräsentativ für den Betrachtungszeitraum sind. Obwohl der Value at Risk ein bedeutendes Konzept zur Messung von Marktpreisrisiken ist, können die Modellannahmen zu **Einschränkungen** führen. Die tatsächlichen Auswirkungen auf das Konzernergebnis können von den modelltheoretisch mittels der Value-at-Risk-Methode ermittelten Werten deutlich abweichen. Dies gilt insbesondere für das Auftreten außergewöhnlicher Ereignisse.

Aggregiert über alle betrachteten Währungen beträgt das so ermittelte **diversifizierte Portfoliorisiko** für das Konzernergebnis nach Absicherung 7 Mio. EUR (2019: 5 Mio. EUR). Nicht inkludiert sind Absicherungskosten für den Abschluss von Devisentermingeschäften. Die größten Fremdwährungspositionen resultieren aus dem bilanziellen Exposure gegenüber dem Renminbi, japanischen Yen und dem australischen Dollar. Die Sensitivität des Konzerneigenkapitals entspricht aufgrund des im Konzern implementierten Hedge Accountings nicht der des Konzernergebnisses. Bei einer Auf- bzw. Abwertung des Euros gegenüber der türkischen Lira um die Standardabweichung hätte sich das Konzerneigenkapital im Berichtsjahr um 1 Mio. EUR verringert bzw. erhöht (2019: 1 Mio. EUR).

Das Management geht davon aus, dass auch im Geschäftsjahr 2021 signifikante Änderungen in den für HUGO BOSS relevanten Wechselkursen wahrscheinlich sind. Auf Basis der Ergebnisse der Value-at-Risk-Analyse wird der Einfluss des **Transaktionsrisikos** auf das Konzernergebnis als wesentlich eingestuft. Auch für das wahrscheinlich erachtete **Translationsrisiko** ist ein wesentliches Ausmaß nicht auszuschließen. In Summe geht das Management damit von einem wesentlichen Ausmaß der Währungsrisiken aus.

Steuerliche Risiken

Als global agierender Konzern unterliegt HUGO BOSS einer Vielzahl von **steuerlichen Gesetzen und Regelungen**. Änderungen in diesem Bereich könnten zu höheren Steueraufwendungen und Steuerzahlungen führen und zudem Einfluss auf bilanzierte tatsächliche und latente Steuerforderungen und -verbindlichkeiten haben. Sämtliche steuerlichen Fragestellungen werden durch die **Konzern-Steuerabteilung** regelmäßig analysiert und beurteilt. Dabei wird auch auf die Expertise lokaler externer Sachverständiger wie Anwälte oder Steuerberater zurückgegriffen.

Steuerliche Risiken bestehen für alle offenen Veranlagungszeiträume. Für bereits bekannte steuerliche Risiken wurden Rückstellungen in ausreichender Höhe gebildet. Die Höhe dieser Rückstellungen basiert auf verschiedenen Annahmen, beispielsweise hinsichtlich der Auslegung der jeweiligen Vorschrift, aktuellen Rechtsprechungen oder der Verwaltungsauffassung, auf deren Basis die Höhe und Eintrittswahrscheinlichkeit eines eventuellen Risikos bemessen wird.

Die Konzern-Steuerabteilung beurteilt regelmäßig die Wahrscheinlichkeit der künftigen Nutzbarkeit von **latenten Steueransprüchen**, die auf nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge erfasst wurden. Die Beurteilung erfolgt dabei unter Berücksichtigung verschiedener Faktoren, wie zum Beispiel zukünftig zu versteuernder Ergebnisse in den Planperioden, erreichter Ergebnisse in der Vergangenheit sowie bereits ergriffener Maßnahmen zur Profitabilitätssteigerung. HUGO BOSS geht dabei von einem Planungshorizont von höchstens fünf Jahren aus. Die tatsächlichen Werte können dabei von den Schätzungen abweichen.

Im steuerrechtlichen Bereich können sich Risiken im Wesentlichen aus **Änderungen in der Gesetzgebung** einzelner Länder, aus der abweichenden Einschätzung bestehender Sachverhalte durch die Steuerbehörden oder aus steuerlichen Außenprüfungen ergeben. Im Zusammenhang mit dem Geschäftsmodell des Unternehmens ergeben sich zudem Risiken im Bereich der Verrechnungspreise. Der Konzern erachtet steuerrechtliche Risiken somit insgesamt als möglich und schätzt das finanzielle Ausmaß gleichzeitig als hoch ein. → **Konzernanhang, Textziffer 5**

Finanzierungsrisiken

HUGO BOSS hat seine finanzielle Flexibilität durch einen **revolvierenden Konsortialkredit** mit einem Volumen von 633 Mio. EUR mit Laufzeit bis zum 30. September 2022 gesichert. Der Konsortialkreditvertrag enthält eine marktübliche Vereinbarung zur Einhaltung der Finanzkennziffer (Covenant) der Finanzierungsstärke, die als Verhältnis von Nettoverschuldung zu operativem Gewinn (EBITDA) definiert ist. Bedingt durch die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf sein Geschäft hat HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2020 mit den finanzierenden Banken eine **Aussetzung des vertraglich vereinbarten Covenants** bis zum 30. Juni 2021 vereinbart. Die vertraglich festgelegte Obergrenze wurde zum Bilanzstichtag überschritten. Aufgrund der Aussetzung des Covenants stellt dies jedoch keinen Kündigungsgrund dar. Nach Ende der Aussetzung des Covenants ist HUGO BOSS verpflichtet, die vertraglich vereinbarte Bandbreite von 0 bis 3,5 bis zum Ende der Laufzeit einzuhalten. Bei einem Verstoß könnten die finanzierenden Banken den Konsortialkreditvertrag vorzeitig fällig stellen. Mit Blick auf die für das Geschäftsjahr 2021 erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns geht HUGO BOSS aktuell davon aus, dass die einzuhaltende Höhe des Covenants im zweiten Halbjahr 2021 deutlich unterschritten wird. → **Finanzlage, Kapitalstruktur und Finanzierung**

Bedeutende operative Risiken

Unter den bedeutenden operativen Risiken fasst HUGO BOSS lieferanten- und beschaffungsmarktbezogene Risiken sowie Qualitäts-, Logistik- und Vertriebsrisiken zusammen.

Lieferanten- und beschaffungsmarktbezogene Risiken

Es bestehen **lieferanten- und beschaffungsmarktbezogene Risiken** im Zusammenhang mit möglichen Abhängigkeiten von einzelnen Lieferanten oder Produktionsstätten, einem möglichen Anstieg der Produktkosten sowie der eventuellen Abweichung zwischen Produktion und Absatz.

HUGO BOSS legt großen Wert auf eine sorgfältige Lieferantenauswahl und den Aufbau sowie Erhalt langfristiger strategischer Beziehungen. Es besteht jedoch das Risiko, dass aufgrund lieferantenbezogener oder regionaler Ereignisse die Produktion einzelner oder mehrerer Lieferanten vorübergehend ausfällt. Eine zu große **Abhängigkeit von einzelnen Lieferanten oder Produktionsstätten** könnte dabei zu Verwerfungen in der Wertschöpfungskette des Konzerns und somit zu Umsatzrisiken führen. Es wird deshalb auf eine möglichst ausgewogene Verteilung des Beschaffungsvolumens geachtet.

In diesem Zusammenhang erfolgt eine grundsätzlich zentrale Koordination des Produktions- und Beschaffungsprozesses. Die Lieferantenbeziehungen werden dabei regelmäßig mit dem Ziel überprüft und bewertet, Risiken rechtzeitig zu identifizieren und entsprechende Maßnahmen zur Sicherstellung der Warenversorgung einleiten zu können. Auf den größten externen Lieferanten entfielen auch im Geschäftsjahr 2020 8%, auf die größte externe einzelne Produktionsstätte entfielen 5% des gesamten Beschaffungsvolumens (2019: 8% bzw. 5%). → **Beschaffung und Produktion**

Angesichts von **Erdbebenrisiken** und möglicher Risiken aufgrund **anhaltender politischer Unsicherheiten** wurden am größten eigenen Produktionsstandort in Izmir (Türkei) besonders umfangreiche Maßnahmen umgesetzt, um die Auswirkungen einer Produktionsunterbrechung auf den Absatz von HUGO BOSS zu begrenzen. Für einen Teil des Produktionsvolumens bestehen Notfallpläne, um die Produktion auf externe Zulieferer zu verlagern. Zusätzlich ist das finanzielle Risiko für den Fall eines Erdbebens teilweise über Versicherungen abgedeckt. Trotz der implementierten Maßnahmen schätzt das Management Risiken aus der Abhängigkeit von einzelnen Lieferanten oder der regionalen Verteilung des Beschaffungsvolumens insgesamt als möglich ein. Die verbundenen finanziellen Auswirkungen können dabei grundsätzlich hoch sein.

Lohnerhöhungen in der Produktion, insbesondere in wirtschaftlich aufstrebenden Regionen, sowie ein Preisanstieg bei für den Konzern relevanten Rohstoffen wie Baumwolle, Wolle oder Leder können zu **höheren Produktkosten** führen und so die Profitabilität des Konzerns grundsätzlich negativ beeinflussen. HUGO BOSS begegnet diesem Risiko mit einer margenbasierten Kollektionsplanung, Maßnahmen zur Effizienzsteigerung in den Produktions- und Beschaffungsprozessen, einer kontinuierlichen Optimierung des Materialeinsatzes sowie einer regelmäßigen Überprüfung seiner Preispolitik. Es wird davon ausgegangen, dass Risiken aus höheren Produktkosten grundsätzlich möglich sind und diese sich in hohem Ausmaß negativ auf die Ergebnisentwicklung auswirken können.

Die Prognose von Absatzmengen, die Planung von Produktionskapazitäten sowie die Allokation von Roh- und Fertigwaren im Rahmen von Beschaffungsprozessen sind mit **Dispositionsrisiken** verbunden. Ein Abweichen von der angemessenen Allokation kann einerseits zur Überdisposition und so zum Risiko einer erhöhten Kapitalbindung, andererseits zur Unterdisposition mit dem Risiko nicht realisierter Umsatzchancen führen. Zur Reduzierung dieses Risikos arbeitet der Konzern an einer stetigen Verbesserung seiner Prognosequalität und an der weiteren vertriebskanal- und marktübergreifenden Flexibilisierung der Warensteuerung. Gleichzeitig strebt HUGO BOSS danach, Einkauf und Absatz durch eine weitere Verkürzung der Kollektionsentwicklungszeiten künftig noch besser aufeinander abzustimmen und dadurch noch besser auf Markttrends und Kundenwünsche reagieren zu können. Aufgrund der allgemein hohen Volumina wird das Dispositionsrisiko grundsätzlich als möglich eingestuft. Die damit verbundenen finanziellen Auswirkungen könnten je nach Ausmaß hoch sein.

Insgesamt wird die aggregierte potenzielle Auswirkung durch die lieferanten- und beschaffungsmarktverbundenen Risiken als hoch bewertet. Die Eintrittswahrscheinlichkeit wird aggregiert als möglich eingestuft.

Qualitätsrisiken

HUGO BOSS legt bei der Beschaffung von Materialien und der Verarbeitung seiner Produkte höchsten Wert auf **Qualität**. Intensive Qualitätskontrollen auf allen Fertigungsstufen sowie das Einbeziehen von Kundenfeedback sollen zur kontinuierlichen Verbesserung des Herstellungsprozesses beitragen. Zudem werden sowohl eigene als auch Produktionsstandorte von Partnern regelmäßig auf die strikte Einhaltung der zentralen Qualitätsvorgaben überprüft. Daneben sollen Wareneingangskontrollen sowie intensive Qualitätstests am Standort Metzingen die hohen Qualitätsstandards von HUGO BOSS sicherstellen. Dennoch erachtet der Konzern ein gewisses Maß an Produktretouren aus qualitativen Gründen für möglich. Der Einfluss auf die Ergebnisentwicklung wird trotz der Bildung und regelmäßigen Überprüfung entsprechender Retourenrückstellungen als hoch eingestuft. → **Beschaffung und Produktion**

Logistikrisiken

HUGO BOSS ist **Logistikrisiken** ausgesetzt, die sich einerseits auf potenzielle Unterbrechungen beim Warentransport beziehen, etwa aufgrund einer möglichen Verknappung der See- und Luftfracht. Damit unmittelbar verbunden sind Risiken eines allgemeinen Anstiegs der Frachtkosten sowie wesentliche Unterbrechungen bei der Warenverfügbarkeit. Darüber hinaus kann auch der temporäre Ausfall oder Verlust von Lagerstandorten grundsätzlich zu entgangenen Umsatzchancen führen. Die Lagerung der Vorräte konzentriert sich auf ausgewählte, von HUGO BOSS betriebene Standorte. Dabei bilden die jeweils in unmittelbarer Nähe zum Hauptsitz in Metzingen angesiedelten Distributionszentren für Hängewaren, Liegewaren sowie das europäische Onlinegeschäft das Herzstück des konzernweiten Logistiknetzwerks. → **Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur**

Mit dem Ziel, die **Effizienz und Flexibilität seiner Logistik** stetig zu verbessern und dabei gleichzeitig Logistikrisiken weitestgehend zu minimieren, arbeitet HUGO BOSS auch künftig an der kontinuierlichen Optimierung seiner weltweiten Logistikplattform. An sämtlichen Lagerstandorten wird zudem die Einhaltung umfangreicher **Brandschutz- und Sicherheitsmaßnahmen** kontinuierlich überprüft. Das unmittelbare finanzielle Risiko eines Waren- und Anlagenverlusts in den Lägern ist zudem über Versicherungen abgedeckt. Aufgrund der implementierten Maßnahmen wird die Eintrittswahrscheinlichkeit von Logistikrisiken als unwahrscheinlich bewertet. Die verbundenen finanziellen Auswirkungen können grundsätzlich jedoch hoch sein.

Vertriebsrisiken

Im Zusammenhang mit den eigenen Einzelhandelsaktivitäten bestehen **Vertriebsrisiken** insbesondere hinsichtlich des Vorratsmanagements sowie der Lagerdauer und folglich der Werthaltigkeit der Ware. Im Großhandelsgeschäft beziehen sich die Vertriebsrisiken hauptsächlich auf eine mögliche Abhängigkeit von einzelnen Handelspartnern sowie auf Forderungsausfälle.

Ziel des zentral organisierten Vorratsmanagements ist die vorausschauende, optimale Allokation der konzernweiten Bestände bei gleichzeitiger Wahrung von Flexibilität, um auch kurzfristig auf Nachfrageerhöhungen beziehungsweise -rückgänge reagieren zu können. **Nachfragerückgänge** oder **Fehleinschätzungen hinsichtlich der Abverkaufsquoten** können sich negativ auf die Lagerumschlagshäufigkeit auswirken. HUGO BOSS strebt deshalb nach einer kontinuierlichen Verbesserung seines Vorratsmanagements. Die **Gewährung zusätzlicher Rabatte** als Gegenmaßnahme hat zwangsläufig negative Auswirkungen auf die Rohertragsmarge und letztlich die Profitabilität des Unternehmens und wird daher laufend vom Konzern-Controlling überwacht. Mit einer zentral gesteuerten Preispolitik, differenzierten Einzelhandelsformaten und darauf abgestimmten Kollektionen wird eine konstante Verbesserung der Effizienz auf den Verkaufsflächen angestrebt.

Aus einer erhöhten Lagerdauer und der damit potenziell verminderten Verwertbarkeit der Vorräte können sich Bestandsrisiken ergeben. Dem Prinzip des Nettoveräußerungswerts folgend werden entsprechend **Abschreibungen auf das Vorratsvermögen** vorgenommen und diese monatlich überprüft. Dabei werden konzerneinheitliche, systemgestützte Gängigkeits-, Reichweiten- und Nettoveräußerungswertanalysen angewandt. Zum Bilanzstichtag wurden aus Sicht des Managements Wertminderungen in ausreichender Höhe vorgenommen. → **Konzernanhang, Textziffer 12**

Zur Vermeidung eventueller **Abhängigkeiten von einzelnen Kunden** im Großhandelsgeschäft wird auf eine ausgewogene Kundenstruktur geachtet. Das Konzern-Controlling überwacht dabei kontinuierlich Kennzahlen wie den Auftragsbestand, die Umsatzerlöse und die Auslieferungsquoten und berichtet diese regelmäßig an den Vorstand. So können im Falle eintretender Risiken zeitnah Gegenmaßnahmen eingeleitet werden. → **Unternehmenssteuerung**

Im Großhandelskanal ist der Konzern einem **Forderungsausfallrisiko** aufgrund potenzieller Zahlungsfähigkeit oder Insolvenz einzelner Handelspartner sowie kumulierter Ausfälle infolge einer konjunkturellen Eintrübung in einzelnen Märkten ausgesetzt. Das **konzernweite Debitorenmanagement** folgt einheitlichen Regelungen, beispielsweise hinsichtlich der Bonitätsprüfung sowie Vergabe und Einhaltung von Kundenkreditlimits, der Überwachung der Altersstruktur von Forderungen oder der Handhabung zweifelhafter Forderungen. In Einzelfällen kann dies zu Belieferungen von Kunden ausschließlich nach Vorauszahlung oder gar zum Verzicht auf Geschäfte mit als nicht kreditwürdig eingestuften Kunden führen. Die Interne Revision überprüft regelmäßig die Einhaltung der Konzernrichtlinien. Eine Konzentration von Ausfallrisiken durch wesentliche Außenstände bei einzelnen Kunden lag zum Bilanzstichtag nicht vor. Die finanziellen Auswirkungen möglicher Forderungsausfallrisiken werden vor dem Hintergrund der beschriebenen Maßnahmen insgesamt als moderat eingeschätzt. → **Konzernanhang, Textziffer 13**

Zusammenfassend schätzt das Management die Eintrittswahrscheinlichkeit der Vertriebsrisiken als möglich ein. Die kumulierten finanziellen Auswirkungen werden hauptsächlich aufgrund potenzieller Preisnachlässe und Wertminderungen als hoch bewertet.

Bedeutende organisatorische Risiken

Zu den bedeutenden organisatorischen Risiken zählt HUGO BOSS IT-Risiken, Personalrisiken sowie Governance- und Compliance-Risiken.

IT-Risiken

Effiziente Prozesse und ein reibungsloser Geschäftsablauf sind in starkem Maße von einer leistungsstarken, konzernweit einheitlichen und sicheren IT-Infrastruktur abhängig. Schwerwiegende **Ausfälle der IT-Systeme** des Konzerns können wesentliche Geschäftsunterbrechungen zur Folge haben. Zudem können **Cyberangriffe** zu erheblichen Systemunterbrechungen, dem Verlust vertraulicher Daten und infolgedessen zu Reputationsschäden sowie Haftungsansprüchen führen. Um diese Risiken zu verringern, werden von der zentralen IT-Abteilung regelmäßig vorbeugende Systemwartungen und Sicherheitsüberprüfungen durchgeführt, mehrstufige Sicherheits- und Antivirenkonzepte implementiert und stellenbezogene Zugriffsrechte vergeben. Darüber hinaus sollen Zugangskontrollsysteme, eine tägliche Sicherung der Daten des konzernweiten ERP-Systems, eine unabhängige Energieversorgung sowie regelmäßige Onlinetrainings der Mitarbeiter die IT-Sicherheit im Konzern erhöhen. Die Interne Revision prüft regelmäßig die Sicherheit und Verlässlichkeit der IT-Systeme sowie die Wirksamkeit der implementierten Kontrollmechanismen.

HUGO BOSS geht davon aus, dass weltweite Cyberangriffe zukünftig weiter zunehmen werden, und bewertet dieses Risiko folglich als ein „**emerging risk**“. Mit dem Ziel, die Fähigkeit zur Reaktion auf potenzielle Angriffe weiter zu verbessern, will das Unternehmen auch künftig an der kontinuierlichen Verbesserung seines Programms zur Informationssicherheit arbeiten. Das Unternehmen hat in diesem Zusammenhang etwa ein sogenanntes Security-Information-and-Event-Management-System implementiert. Dieser Sicherheitsmanagementansatz soll eine ganzheitliche Sicht auf die IT-Sicherheit des Konzerns ermöglichen. Das Management geht aufgrund der implementierten Maßnahmen aktuell von einem unwahrscheinlichen Eintritt von IT-Risiken aus. Die verbundenen finanziellen Auswirkungen können grundsätzlich jedoch hoch sein.

Personalrisiken

Die Erreichung der strategischen und finanziellen Ziele des Konzerns ist in hohem Maße von seinen Mitarbeitern, ihren Fähigkeiten und ihrer Leistungsbereitschaft sowie der Bewahrung einer fairen und wertebasierten Unternehmenskultur abhängig. Personalrisiken können sich im Wesentlichen durch **Engpässe bei der Personalbeschaffung**, einen **Fachkräftemangel** sowie eine zu **hohe Fluktuation** ergeben. HUGO BOSS begegnet diesen Risiken mittels einer vorausschauenden Personalplanung, umfassender Entwicklungs- und Weiterbildungsmaßnahmen, einer kontinuierlichen Weiterentwicklung

des leistungsgerechten Vergütungssystems sowie flexibler Arbeitszeitmodelle für eine höhere Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Das Management schätzt Personalrisiken daher in Summe als unwahrscheinlich, jedoch mit gleichzeitig hoher finanzieller Auswirkung ein. → **Mitarbeiter**

Governance- und Compliance-Risiken

Sämtliche Mitarbeiter des HUGO BOSS Konzerns sind zur Einhaltung des konzernweit geltenden **Verhaltenskodex** und der ergänzenden spezifischen **Compliance-Regeln** verpflichtet. Die Konzerngesellschaften werden regelmäßigen Risikoanalysen und gegebenenfalls detaillierten Audits unterzogen. Die Einhaltung der Compliance-Regeln wird durch die zentrale Compliance-Abteilung überwacht und Verstöße an den Vorstand und den Aufsichtsrat berichtet. → **Corporate Governance und Erklärung zur Unternehmensführung**, → **Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Bekämpfung von Korruption und Bestechung**

Verstöße gegen den **Datenschutz** stellen ein erhöhtes Compliance-Risiko dar. Diesem Risiko begegnet der Konzern mit einer datenschutzkonformen Aufstellung und angemessenen technischen und organisatorischen Maßnahmen. Mittels tätigkeitsbezogener Schulungen, der Verpflichtung zur Einhaltung des Verhaltenskodex sowie einer gesonderten Vertraulichkeitsvereinbarung werden alle Mitarbeiter für datenschutzrechtliche Fragen sensibilisiert. Sämtliche internen Prozesse und Systeme zur Verarbeitung personenbezogener Daten werden fortlaufend an datenschutzrechtlichen Vorgaben gemessen und kontinuierlich verbessert. Risiken im Kontext von Governance und Compliance stuft das Management insgesamt als möglich mit gleichzeitig hoher finanzieller Auswirkung ein. → **Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Sozialbelange**

Angaben zum internen Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess nach §§ 289 Abs. 4 und 315 Abs. 4 HGB

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess und die Abschlusserstellung des HUGO BOSS Konzerns hat zum Ziel, sämtliche Geschäftsvorfälle bilanziell richtig abzubilden. So sollen die **Zuverlässigkeit der Finanzberichterstattung** und die **Übereinstimmung aller rechnungslegungsbezogenen Aktivitäten mit Gesetzen und Richtlinien** gewährleistet werden. Sämtliche Vermögenswerte und Schulden sollen im Konzernabschluss hinsichtlich Ansatz, Bewertung und Ausweis zutreffend erfasst und somit eine verlässliche Aussage über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns ermöglicht werden. Neben der Einhaltung gesetzlicher und unternehmensinterner Vorschriften bilden die Verwendung effizienter IT-Systeme, die klare Definition von Verantwortlichkeiten sowie die geeignete Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter im Finanzbereich die Grundlage eines ordnungsgemäßen, konsistenten und effizienten Rechnungslegungsprozesses.

Verwendung effizienter IT-Systeme

Kontrollen aller Geschäftsbereiche setzen die Verfügbarkeit und Bereitstellung zuverlässiger und zeitnaher Informationen voraus. Den Reportingsystemen des HUGO BOSS Konzerns kommt daher eine hohe Bedeutung zu. Die konzernweite Verwendung eines einheitlichen, SAP-basierten ERP-Systems soll dabei eine **hohe Kontrollqualität** sicherstellen.

Ziel der **konzernweiten SAP Security Policy** ist die Vermeidung unbefugter Datenzugriffe sowie die Sicherstellung der Integrität, Verfügbarkeit und Authentizität der rechnungslegungsrelevanten Inhalte. Sie enthält zudem Anforderungen an die Kontrolle der Ordnungsmäßigkeit im zentralen Finanzbereich. Systemgestützte Kontrollen und workflowbasierte Prozesse mit Vorgabe eines Vier-Augen-Prinzips, einer angemessenen Funktionstrennung sowie interner Genehmigungsverfahren ergänzen die IT-Sicherheit der rechnungslegungsrelevanten Prozesse. Hierzu gehören unter anderem die Rechnungskontrolle und -freigabe, die Beschaffungsprozesse und das durch die zentrale IT-Abteilung verantwortete SAP-Berechtigungsmanagement.

Klare Definition von Verantwortlichkeiten

Im Rahmen des standardisierten Berichtswesens erstellen die Konzerngesellschaften monatlich IFRS-basierte Einzelabschlüsse und liefern diese zusammen mit weiteren Kennzahlen und Erläuterungen an den **zentralen Finanzbereich**. Ihm obliegt auch die Vorgabe und Überwachung der Einhaltung von Berichtspflichten und -fristen. Für einen überwiegenden Teil der Berichtsinhalte existieren automatisierte und standardisierte Berichtsformate. Dabei verantwortet der Finanzbereich sowohl die Stammdatenpflege des konzerneinheitlichen Kontenplans als auch die kontinuierliche Überprüfung sämtlicher Berichtsformate im Hinblick auf Konformität mit geltenden internationalen Rechnungslegungsvorschriften. Zudem verfolgt der Finanzbereich im Rahmen der Konzernabschlusserstellung das Ziel, sämtliche Geschäftsvorfälle im Konzern einheitlich abzubilden.

Der zentrale Finanzbereich ist auch für die Erarbeitung und Aktualisierung einheitlicher **Richtlinien und Arbeitsanweisungen** für alle rechnungslegungs- und steuerbezogenen Prozesse verantwortlich. Dazu gehören im Wesentlichen die Erstellung und Aktualisierung einer Forderungswertberichtigungsrichtlinie, einer Investitionsrichtlinie, des IFRS-basierten Bilanzierungshandbuchs sowie verbindliche Vorgaben zur konzerninternen Kontenabstimmung.

Alle Konzerngesellschaften stellen rechtlich selbstständige Einheiten dar. Neben den Geschäftsführern („Managing Director“), die die operative Geschäftstätigkeit im jeweiligen Markt verantworten, sind die Finanzleiter („Finance Manager“) für alle rechnungslegungs- und steuerbezogenen Sachverhalte der jeweiligen Gesellschaft verantwortlich. Auch die kontinuierliche Überwachung der wichtigsten Steuerungsgrößen, das monatliche Reporting der Finanzkennzahlen an den zentralen Finanzbereich sowie die Erstellung einer mehrjährigen Planung für den jeweiligen Markt liegen im **Verantwortungsbereich der Finance Manager**. Als fachlicher Vorgesetzter aller Finance Manager ist der Finanzvorstand der HUGO BOSS AG weisungsbefugt und somit verantwortlich für die konzernweiten Finanz- und Rechnungslegungsprozesse.

Die Finance Manager und die Managing Directors der Konzerngesellschaften bestätigen quartalsweise die **Einhaltung definierter Grundsätze** und die **Durchführung von Managementkontrollen** im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess. Dabei ist auch über die Angemessenheit der Kontrollen zur Sicherung der Datenintegrität und des Datenschutzes sowie über etwaige Fälle von Betrug oder groben Verletzungen des internen Kontrollsystems zu berichten.

Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungssachverhalte sowie Auswirkungen neuer oder geänderter IFRS-Standards und -Interpretationen werden mit den **Konzernwirtschaftsprüfern** mindestens quartalsweise besprochen.

Die **Interne Revision** ist Teil des internen Kontrollsystems und überprüft im Rahmen ihrer Überwachungsfunktion die im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess definierten Kontrollen auf Einhaltung und Wirksamkeit. Der Jahresauditplan wird mit dem Vorstand und dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats abgestimmt. Dabei werden inhaltliche Schwerpunkte festgelegt. Ergänzende Ad-hoc-Audits sind zudem jederzeit möglich. Sämtliche Auditreports werden direkt an den Finanzvorstand und bei Bedarf an den Gesamtvorstand berichtet. Auch berichtet die Interne Revision regelmäßig an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats.

Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter

Für die am Rechnungslegungsprozess beteiligten Mitarbeiter werden in regelmäßigen Abständen **Schulungen** organisiert. Updates zu rechnungslegungsrelevanten Themen werden zudem konzernweit über den „Accounting Newsletter“ kommuniziert. In regelmäßigen Abständen kommen zudem die Finance Manager mit den Führungskräften des zentralen Finanzbereichs zum „Finance Manager Meeting“ zusammen. Im Rahmen eines „Financial College“ werden darüber hinaus die Finance-Mitarbeiter des Konzerns regelmäßig zu aktuellen Entwicklungen in der internationalen Rechnungslegung und für den Jahresabschluss relevanten Sachverhalten geschult.

Chancenbericht

Die **Identifikation und Nutzung unternehmerischer Chancen** ist ein wichtiges Element zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts. Chancen werden im HUGO BOSS Konzern als mögliche positive Abweichungen von geplanten Zielgrößen beziehungsweise von getroffenen Annahmen bei der Unternehmensplanung definiert.

Chancenmanagement

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

Kurzfristige Chancen, verstanden als potenzielle positive Abweichungen vom geplanten operativen Ergebnis für das laufende Geschäftsjahr, werden in regelmäßigen Abständen mit dem Management des jeweiligen Marktes oder der jeweiligen Region beziehungsweise mit den Zentralfunktionen diskutiert. Bei Bedarf werden geeignete Maßnahmen zu ihrer Nutzung eingeleitet. Das **langfristige Chancenmanagement** ist unmittelbar mit der Konzernstrategie 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 **bedeutenden Chancen** identifiziert, die ihren Ursprung sowohl im Unternehmensumfeld als auch in der Unternehmensstrategie sowie der operativen Umsetzung selbst haben.

Externe Chancen

Als Unternehmen der globalen Bekleidungsindustrie kann HUGO BOSS unmittelbar von **positiven gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen** und deren Auswirkungen auf das Konsumentenvertrauen und das Kaufverhalten der Kunden profitieren. So könnte eine deutlich schneller als erwartete Erholung des Konsumklimas von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie die Geschäftsentwicklung von HUGO BOSS positiv beeinflussen. Neben einem frühzeitigen Ende der globalen Lockdown-Maßnahmen würden sich vor allem eine rasche Rückkehr gesellschaftlicher Events sowie eine zügige Normalisierung des internationalen Reiseverkehrs positiv auf das Geschäft des Unternehmens auswirken. Unabhängig davon könnten **gesellschaftliche Trends**, die den Wert hochwertiger Bekleidung stärker als bisher betonen, den Absatz von HUGO BOSS auch unabhängig von der Entwicklung des Konsumklimas insgesamt unterstützen.

Regulatorische und gesetzgeberische Veränderungen können einen potenziell positiven Einfluss auf die Absatzchancen und die Profitabilität des Unternehmens haben. Eine konsequentere Verfolgung und Bestrafung von Verletzungen der Markenrechte kann beispielsweise die Umsatzentwicklung positiv beeinflussen. Zudem kann der Abbau von Zöllen die Profitabilität des Unternehmens verbessern.

Finanzielle Chancen

Günstige **Wechselkursentwicklungen** können die Ergebnisentwicklung des Konzerns potenziell positiv beeinflussen. Die Konzern-Treasury-Abteilung analysiert das Marktumfeld kontinuierlich und ist im Rahmen der Grundsätze des Finanzmanagements für die Identifikation und Nutzung diesbezüglicher Chancen verantwortlich. → **Finanzlage**

Strategische und operative Chancen

Mit einer Vielzahl strategischer Prioritäten und Initiativen hat sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt, die **Begehrlichkeit der Marken BOSS und HUGO** langfristig deutlich zu erhöhen. Dabei zielen die Marketingaktivitäten des Unternehmens in erster Linie darauf ab, die Attraktivität und Bekanntheit von BOSS und HUGO nachhaltig zu steigern und das Profil beider Marken insbesondere bei jüngeren Zielgruppen zu stärken. Mit dem Erfolg seiner Marketingaktivitäten sind nach Ansicht des Unternehmens wesentliche ökonomische Chancen verbunden, die sich unmittelbar positiv auf die Umsatzentwicklung des Unternehmens auswirken können. → **Konzernstrategie, Steigerung der Markenbegehrlichkeit**

In den letzten Jahren entwickelten sich die **Casual- und Athleisure-Segmente** des globalen Bekleidungsmarktes besser als die Formalwear. Die vor allem während der Pandemie zu beobachtende zunehmende Verlagerung des Arbeitsplatzes ins Home-Office hat den Trend hin zu einem entspannteren Kleidungsstil und das Bedürfnis vieler Konsumenten, sich sportlicher zu kleiden, weiter verstärkt. Unabhängige Studien wie der aktuelle Marktausblick von The Business of Fashion und McKinsey & Company erwarten für den Casual- und Athleisure-Bereich auch zukünftig überdurchschnittliche Wachstumsraten. Der weitere Ausbau der Casual- und Athleisure-Segmente – über alle Marken, Gender und Trageanlässe hinweg – gehört für HUGO BOSS deshalb ebenfalls zu einer seiner wichtigsten strategischen Initiativen. Dabei möchte das Unternehmen auch die Grenzen zwischen Casualwear und klassischer Formalwear künftig weiter auflösen, um der steigenden Bedeutung der Casualwear Rechnung zu tragen. Gleichzeitig will das Unternehmen damit auch sein wichtiges **Formalwear-Geschäft** weiter stärken. Die moderne Interpretation der Formalwear und der fortschreitende Ausbau der Casualisierung stellen somit ein enormes Potenzial dar, das es HUGO BOSS ermöglichen soll, im oberen Premiumsegment der globalen Bekleidungsindustrie auch weiterhin führend zu sein. → **Konzernstrategie, Vorantreiben der Casualisierung**

In vielen Schwellenländern gehen Wirtschaftsforscher von einem sich **fortsetzenden Wachstum der Mittelschicht** aus. Damit steigt die Zahl der Menschen, die aufgrund ihrer Kaufkraft Produkte im gehobenen Premiumsegment nachfragen. Durch länderspezifisch zugeschnittene Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien, von der Zusammenarbeit mit Handelspartnern bis hin zur Gründung eigener Vertriebsgesellschaften, prüft der Konzern regelmäßig entsprechende Wachstumspotenziale. HUGO BOSS ist überzeugt, dass für das Unternehmen insbesondere **auf dem chinesischen Festland bedeutendes Wachstumspotenzial** besteht. Daher bleibt das konsequente Ausschöpfen der Vertriebschancen in China eine wichtige Priorität für HUGO BOSS, auch weil die Bedeutung dieses Marktes in den kommenden Jahren voraussichtlich weiter zunehmen wird. Neben einer wachsenden Mittelschicht sollte auch eine für die kommenden Jahre erwartete strukturelle Rückkehr der lokalen Nachfrage die Bedeutung des chinesischen Markts unterstützen. Mit gezielten Markenkommunikationsaktivitäten soll folglich die Bekanntheit und Begehrlichkeit von BOSS und HUGO in China weiter gesteigert werden. Zudem sollen die weitere Expansion im stationären Einzelhandelsgeschäft sowie der Ausbau des Onlinegeschäfts dazu beitragen, die Chancen des Konzerns in diesem wichtigen Markt künftig voll auszuschöpfen. → **Konzernstrategie, Ausschöpfen des Wachstumspotenzials in China**

Die **steigende Nutzung digitaler Angebote** hat die Einkaufs- und Lebensgewohnheiten der Konsumenten in den letzten Jahren stark verändert. Mit dem weiteren Ausbau und der kontinuierlichen Verbesserung seines **eigenen Onlinestores hugoboss.com** will der Konzern die damit verbundenen Chancen nutzen und den Ansprüchen der Konsumenten an ein hochwertiges digitales Markenerlebnis bestmöglich gerecht werden. Um die Expansion seines digitalen Flagshipstores weiter zu beschleunigen, hat der Konzern im Jahr 2020 eine strategische Partnerschaft mit Global-e, einem führenden Anbieter vollumfänglicher, länderübergreifender E-Commerce-Lösungen, geschlossen. Dies ermöglichte es HUGO BOSS, im Jahr 2020 insgesamt 32 weitere Onlinemärkte zu erschließen und die Präsenz seines Onlinestores hugoboss.com folglich auf insgesamt 47 Länder auszuweiten. Mittelfristig strebt der Konzern danach, seinen Onlinestore in nahezu jedem Land rund um den Globus verfügbar zu machen. Auch die **Ausweitung des Konzessionsmodells** innerhalb des Onlinegeschäfts bietet entsprechende

Chancen. Darüber hinaus will HUGO BOSS auch künftig die **kommerzielle Nutzung von Social Media** weiter vorantreiben, die bereits heute eine zunehmende Dynamik erfährt. → **Konzernstrategie, Ausbau des Onlinegeschäfts**

Mit der **Stärkung wesentlicher operativer Prozesse** möchte HUGO BOSS die Effizienz und Flexibilität entlang der gesamten Wertschöpfungskette sicherstellen. Eine wesentliche Chance sieht das Unternehmen dabei in der weiteren **Optimierung seiner Beschaffungsaktivitäten** mit dem Ziel, Abläufe zu optimieren und Kosteneinsparungen zu realisieren, ohne dabei Kompromisse bei der Produktqualität einzugehen. Dabei spielt auch die Verringerung der Komplexität der BOSS und HUGO Kollektionen eine wichtige Rolle. Darüber hinaus möchte das Unternehmen das Potenzial zur **Digitalisierung des Geschäftsmodells** künftig über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg voll ausschöpfen. Das Unternehmen ist davon überzeugt, den Kundennutzen sowie die unternehmerische Effizienz und Flexibilität dadurch nachhaltig steigern zu können. Eine wesentliche Chance sieht der Konzern dabei in der zunehmend digitalen Entwicklung seiner Produkte. So sollen Kosten gesenkt und Entwicklungszeiten deutlich verringert werden, was eine schnellere Reaktion auf Markttrends ermöglicht. Auch vertriebsseitig möchte der Konzern im Rahmen der Digitalisierung entsprechende Chancen verwirklichen. Dabei will HUGO BOSS vor allem seine in den letzten Jahren entwickelten **Omnichannel-Kapazitäten** voll ausschöpfen. Im Vordergrund steht dabei die Verknüpfung aller Kunden-Touchpoints zu einem nahtlosen, konsistenten Kundenerlebnis. → **Konzernstrategie, Vorantreiben der Digitalisierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette**

In den vergangenen Jahren hat der Stellenwert von Umwelt- und Klimaschutz auch auf Verbraucherseite stetig zugenommen. Neben qualitativ hochwertigen und innovativen Produkten wird seitens der Kunden zunehmend die Einhaltung anspruchsvoller sozialer und ökologischer Standards gefordert. Das Unternehmen ist der festen Überzeugung, dass sich der **globale Trend zu mehr Nachhaltigkeit** in den kommenden Jahren weiter fortsetzen wird. Mit seinen vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten zählt HUGO BOSS bereits heute unmittelbar auf die Steigerung der Kundenzufriedenheit ein. Nachhaltiges Handeln bietet dem Unternehmen auch künftig ökonomische Chancen sowohl in Bezug auf unmittelbare Umsatzsteigerungen als auch Kostensenkungen. Zudem sieht HUGO BOSS die Möglichkeit, die generelle Reputation des Unternehmens und seiner Marken weiter zu steigern. → **Nachhaltigkeit**

Organisatorische Chancen

HUGO BOSS möchte eine **Unternehmenskultur** fördern, die es ermöglicht, Entscheidungsprozesse zu beschleunigen und das unternehmerische Denken der Mitarbeiter zu fördern. Damit gehen Chancen einher, sich schneller und umfassender als bislang an Veränderungen im operativen Umfeld anzupassen und den Kundennutzen nachhaltig zu steigern.

Als international agierendes Unternehmen ist **Vielfalt (Diversity)** bei HUGO BOSS ein elementarer Bestandteil der Unternehmenskultur. Um der Wichtigkeit des Themas Rechnung zu tragen, hat HUGO BOSS zahlreiche Initiativen implementiert, um allen Mitarbeitern ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld und Chancengleichheit zu garantieren. Unter anderem wurde eine internationale Task Force gegründet, in der ausgewählte Themen wie Inklusion oder Vielfalt in Führungspositionen weiter vorangetrieben werden. HUGO BOSS ist davon überzeugt, dass die Intensivierung seiner Tätigkeiten im Bereich Diversity positiv zur Zufriedenheit der Mitarbeiter und zu ihrer Bindung an das Unternehmen beitragen wird.

HUGO BOSS richtet seine **Personalarbeit** an dem Ziel aus, die Rahmenbedingungen im Unternehmen so zu gestalten, dass sich die Mitarbeiter stetig weiterentwickeln und ihr volles Potenzial entfalten können. Dazu setzt der Konzern insbesondere an den Erkenntnissen an, die er aus der jährlichen Mitarbeiterbefragung gewinnt. Weitere Erfolge in der strategischen Personalarbeit können sich zukünftig unmittelbar positiv auf die Umsatz- und Ertragslage auswirken. → **Mitarbeiter**

GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDS ZUR WIRTSCHAFTLICHEN LAGE UND VORAUSSICHTLICHEN ENTWICKLUNG DES KONZERNS

Nach einem äußerst erfreulichen Start in das Geschäftsjahr 2020 führte die **globale Ausbreitung von COVID-19** zu einer insgesamt erheblichen Beeinträchtigung des Geschäfts von HUGO BOSS. So lasteten weitreichende temporäre Storeschließungen infolge weltweiter Lockdowns, eine deutliche Einschränkung des öffentlichen Lebens inklusive umfangreicher Social-Distancing-Maßnahmen sowie internationale Reisebeschränkungen spürbar auf der Entwicklung von Umsatz, EBIT und Free Cashflow. Die Auswirkungen der Pandemie waren dabei besonders in Europa, der mit Abstand größten Region des Konzerns, und Amerika spürbar. In Asien kompensierte die zügige Erholung des Geschäfts auf dem chinesischen Festland hingegen einen Teil der Rückgänge in den übrigen Märkten der Region.

→ **Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf, → Ertragslage**

Ungeachtet der insgesamt spürbar negativen Auswirkungen der Pandemie auf sein Geschäft erzielte HUGO BOSS auch im Jahr 2020 deutliche Fortschritte bei seinen **strategischen Wachstumstreibern China und Online**, deren Umsätze zügig zu zweistelligem Wachstum zurückkehrten beziehungsweise deren Wachstumsdynamik sich im Jahr 2020 weiter beschleunigte. Aus Markensicht stand vor allem die kontinuierliche **Steigerung der Begehrlichkeit von BOSS und HUGO** im Mittelpunkt sämtlicher Initiativen. Dank einer Vielzahl digitaler Events, exklusiver Kollaborationen mit Marken und Botschaftern sowie eines starken Fokus auf die Casualwear konnte die Attraktivität der beiden Marken weiter gesteigert werden. Gleichzeitig ist es HUGO BOSS im Jahr 2020 gelungen, seine **operativen Prozesse noch effizienter und flexibler** zu gestalten – vor allem dank des konsequenten Ausschöpfens der Potenziale der Digitalisierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette. → **Konzernstrategie**

Insgesamt ging der **Konzernumsatz** im Jahr 2020 währungsbereinigt um 31 % auf 1.946 Mio. EUR zurück. Neben den temporären Geschäftsschließungen während der Lockdowns lasteten vor allem die vielerorts umfangreichen Einschränkungen des öffentlichen Lebens sowie die weitreichenden Reisebeschränkungen auf der Umsatzentwicklung. Der deutliche Umsatzrückgang und eine geringere Rohertragsmarge infolge verstärkter Rabattaktivitäten wirkten sich negativ auf die Ergebnisentwicklung aus. Ohne Berücksichtigung der im Zusammenhang mit der Pandemie erfassten Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte belief sich das **operative Ergebnis (EBIT)** folglich auf minus 126 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: plus 355 Mio. EUR). Gleichzeitig ist es HUGO BOSS gelungen, durch die erfolgreiche Umsetzung umfangreicher Maßnahmen zur Cashflow-Sicherung im Gesamtvolumen von mehr als 600 Mio. EUR deutliche Kosteneinsparungen zu erzielen und die finanzielle Stabilität und Flexibilität des Unternehmens während der Pandemie jederzeit sicherzustellen. Auf Jahressicht konnte somit ein positiver **Free Cashflow** in Höhe von 164 Mio. EUR erzielt werden (2019: 457 Mio. EUR). → **Ertragslage, → Finanzlage**

Angesichts der anhaltend hohen Unsicherheiten in Bezug auf den weiteren Verlauf der Pandemie und der mit großen Risiken behafteten Annahmen zur weiteren Entwicklung der Weltwirtschaft und Branche sieht sich HUGO BOSS zum aktuellen Zeitpunkt nicht in der Lage einen präzisen **Ausblick für das Geschäftsjahr 2021** abzugeben. Auch wenn zu erwarten ist, dass die Auswirkungen der Pandemie vor allem in der ersten Jahreshälfte auf dem Geschäft von HUGO BOSS lasten werden, so ist das Unternehmen zuversichtlich, dass sich das globale Einzelhandelsumfeld im Laufe des Jahres 2021 sukzessive verbessern wird. Dies sollte auch eine Erholung des Geschäfts von HUGO BOSS, insbesondere im zweiten Halbjahr, positiv unterstützen. In diesem Zusammenhang rechnet das Unternehmen für das Geschäftsjahr 2021 zum jetzigen Zeitpunkt damit, dass der **Konzernumsatz** deutlich über dem

Niveau des Jahres 2020 liegen wird. Gleichzeitig erwartet das Unternehmen einen starken Anstieg seines **EBIT**. Darüber hinaus wird HUGO BOSS auch im laufenden Jahr weiterhin konsequent an der Umsetzung seiner strategischen Initiativen arbeiten. Zudem beabsichtigt das Unternehmen, im zweiten Halbjahr 2021 einen Investorentag zu veranstalten. In diesem Zusammenhang wird der Konzern seine strategischen Ambitionen detailliert darlegen. → **Prognosebericht**, → **Konzernstrategie**

Mit Blick auf das insgesamt äußerst herausfordernde Geschäftsjahr 2020 und angesichts der anhaltend hohen Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem weiteren Verlauf der Pandemie beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat, der Hauptversammlung 2021 vorzuschlagen, lediglich die **gesetzliche Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie** zu zahlen. Dadurch will das Unternehmen seine Innenfinanzierungskraft weiter stärken. Ungeachtet dessen bleibt HUGO BOSS jedoch zuversichtlich, auf der Grundlage einer allgemeinen Erholung seines Geschäfts und dank seines stark cashflow-generierenden Geschäftsmodells auch zukünftig einen deutlich positiven Free Cashflow zu generieren. Dies wiederum sollte es dem Unternehmen ermöglichen, zu einer attraktiven Dividendenpolitik zurückzukehren. Vor dem Hintergrund seiner **gesunden Bilanzstruktur** und der **starken Free-Cashflow-Generierung** befindet sich der Konzern zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Berichts in einer weiterhin soliden wirtschaftlichen Lage. → **Prognosebericht**

Metzingen, 5. März 2021

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Yves Müller
Dr. Heiko Schäfer
Oliver Timm
Ingo Wilts

4	An unsere Aktionäre
23	Zusammengefasster Lagebericht
118	Corporate Governance
146	Konzernabschluss
218	Weitere Angaben

KAPITEL 3 / 118 – 145

CORPORATE GOVERNANCE

119	Corporate Governance und Erklärung zur Unternehmensführung
129	Vergütungsbericht
143	Rechtliche Angaben

CORPORATE GOVERNANCE UND ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- **Gute Corporate Governance als wesentlicher Faktor für langfristigen Unternehmenserfolg**
- **Enger und kontinuierlicher Austausch zwischen Vorstand und Aufsichtsrat**
- **Vorstand und Aufsichtsrat geben Entsprechenserklärung ab**

Vorstand und Aufsichtsrat sind der Überzeugung, dass gute **Corporate Governance** ein wesentlicher Faktor für langfristigen Unternehmenserfolg ist. Gute Corporate Governance ist Teil des Selbstverständnisses von HUGO BOSS und ein Anspruch, der sämtliche Unternehmensbereiche umfasst. Vorstand und Aufsichtsrat sehen sich in der Verpflichtung, durch eine verantwortungsvolle, transparente und langfristig ausgerichtete Unternehmensführung für den Fortbestand des Unternehmens und eine nachhaltige Wertschöpfung zu sorgen. Dabei möchte HUGO BOSS dem Vertrauen, das die Mitarbeiter, die Aktionäre, die Geschäftspartner und die Öffentlichkeit dem Unternehmen entgegenbringen, gerecht werden und es weiter stärken.

Vorstand und Aufsichtsrat haben sich im Geschäftsjahr 2020 ausführlich mit der Erfüllung der Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) befasst. Als Ergebnis wurde die **Entsprechenserklärung vom Dezember 2020** abgegeben. Sie ist auf Seite 127 f. dieses Berichts enthalten und, ebenso wie frühere Entsprechenserklärungen, auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht. Bis auf die dort genannten Ausnahmen befolgt HUGO BOSS die Empfehlungen des DCGK in der Fassung vom 7. Februar 2017, bekannt gemacht im Bundesanzeiger am 24. April 2017 sowie in der Fassung vom 16. Dezember 2019, bekannt gemacht im Bundesanzeiger am 20. März 2020.

Die **Erklärung zur Unternehmensführung** (gemäß § 289f HGB) enthält unter anderem die Entsprechenserklärung, Angaben zu den Unternehmensführungspraktiken sowie die Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat. Sie ist auch unter ezu.hugoboss.com abrufbar.

Unternehmensführungspraktiken

Als international agierender Konzern ist sich HUGO BOSS seiner unternehmerischen Verantwortung gegenüber Mitarbeitern, Gesellschaft und Umwelt bewusst. Dabei wird **verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln** als Voraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit und langfristigen Erfolg anerkannt. So stellt HUGO BOSS nicht nur höchste Ansprüche an die Qualität der eigenen Produkte, sondern berücksichtigt auch soziale und ökologische Faktoren bei allen Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette. Dabei gliedert sich die unternehmerische Verantwortung in die sechs Handlungsfelder We, Umwelt, Mitarbeiter, Partner, Produkt und Gesellschaft. HUGO BOSS orientiert sich hierbei stets an den jeweils gültigen rechtlichen Rahmenbedingungen sowie an internen Richtlinien. → **Nachhaltigkeit**

Corporate Compliance

Die HUGO BOSS AG und die Konzernunternehmen sind in einer Vielzahl von Ländern und damit in unterschiedlichen Rechtsordnungen tätig. **Corporate Compliance** ist bei HUGO BOSS eine wesentliche Leitungsaufgabe des Vorstands und umfasst Maßnahmen zur Einhaltung gesetzlicher und sonstiger rechtlicher Vorgaben, unternehmensinterner Richtlinien sowie Kodizes. Darin eingeschlossen sind unter anderem Datenschutz-, Kartell- und Korruptionsvorschriften sowie die Regelungen des Kapitalmarktrechts. HUGO BOSS erwartet von allen Mitarbeitern ein rechtlich jederzeit einwandfreies Verhalten im unternehmerischen Alltag.

Der **Compliance Officer** berichtet direkt an den Finanzvorstand in seiner Rolle als Chief Compliance Officer und unterstützt den Vorstand bei der Überwachung eines effektiven Compliance-Managements. Zusammen mit den Compliance-Verantwortlichen in den Konzerngesellschaften sorgt er dafür, dass das Compliance-Programm konzernweit umgesetzt und kontinuierlich weiterentwickelt wird. Der Prüfungsausschuss wird regelmäßig über die Aktivitäten der Compliance-Abteilung informiert.

HUGO BOSS hat konzernweit gültige Verhaltensgrundsätze in einem **Verhaltenskodex** sowie in weiterführenden Konzernrichtlinien zusammengefasst und so die Grundlage für ein rechtlich einwandfreies Verhalten seiner Mitarbeiter geschaffen. Schwerpunkte sind dabei Regelungen zum Verhalten im Wettbewerb, zur Vermeidung von Interessenkonflikten, zum korrekten Umgang mit Unternehmensinformationen, zum Datenschutz, zur Wahrung fairer Arbeitsbedingungen und eines respektvollen Umgangs sowie zur Vermeidung von Korruption. Die Mitarbeiter werden fortlaufend mit den Regelungen des Code of Conduct und der Konzernrichtlinien vertraut gemacht. Dazu bietet HUGO BOSS neben **Präsenzschulungen** ein **E-Learning-Programm** an, das von allen Mitarbeitern des Konzerns mit PC-Zugang regelmäßig absolviert werden muss. Bewusstes Fehlverhalten und nachhaltige Verstöße gegen den Verhaltenskodex werden von HUGO BOSS zu keiner Zeit toleriert.

Zur Unterstützung und Beratung bei Fragen hinsichtlich des rechtlich korrekten Verhaltens steht Mitarbeitern neben ihren Vorgesetzten auch die interne Compliance-Abteilung zur Verfügung. Als ergänzenden Berichtsweg hat HUGO BOSS zudem ein konzernweites **Ombudsmannsystem** eingerichtet. Darüber können sich Mitarbeiter, Lieferanten und Handelspartner bei Hinweisen auf Wirtschaftsstraftaten, Kartellrechtsverletzungen oder Verstöße gegen Compliance-Richtlinien vertrauensvoll und wenn gewünscht auch anonym an einen externen Ombudsmann wenden. Die Kontaktdaten des Ombudsmanns sind für alle Mitarbeiter im unternehmenseigenen Intranet einsehbar und finden sich auch auf der Unternehmenswebsite.

Kapitalmarktkommunikation

HUGO BOSS berichtet regelmäßig, umfassend und unmittelbar über seine Geschäftslage, operative und finanzielle Entwicklungen sowie wesentliche Änderungen im Konzern. Im Rahmen der **Investor-Relations-Aktivitäten** findet ein regelmäßiger Austausch mit institutionellen Investoren, Finanzanalysten und Privataktionären statt. Anlässlich der Veröffentlichung der Jahres- und Quartalergebnisse werden Telefonkonferenzen für Finanzanalysten und institutionelle Investoren durchgeführt. Auf einem regelmäßig stattfindenden Investorentag werden die Konzernstrategie und relevante Entwicklungen im Detail erörtert. Neben speziellen Informationsveranstaltungen, auf denen sich das Unternehmen Privatanlegern vorstellt, bietet die jährliche Hauptversammlung die Möglichkeit, sich umfassend über die Entwicklung des Unternehmens zu informieren. Alle wesentlichen Informationen wie etwa Presse- und Stimmrechtsmitteilungen, Finanzberichte, der Finanzkalender sowie Präsentationen von Roadshows und Konferenzen werden auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht. → group.hugoboss.com

Zusammenarbeit, Zusammensetzung und Tätigkeit von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Führungsstruktur von HUGO BOSS ergibt sich in erster Linie aus den gesellschaftsrechtlichen Rahmenbedingungen. Als deutsche Aktiengesellschaft hat die HUGO BOSS AG eine **duale Führungs- und Kontrollstruktur**. Dem Vorstand obliegt die Verantwortung für die Strategie und Steuerung des Konzerns. Der Aufsichtsrat berät den Vorstand und überwacht dessen Geschäftsführung.

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 relevanten Sachverhalte hinsichtlich der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, der Risikoentwicklung und der

Compliance. Ziel- und Planungsabweichungen werden dem Aufsichtsrat und seinen Ausschüssen im Detail erläutert. Zudem werden die strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung des Konzerns mit dem Aufsichtsrat abgestimmt und erörtert.

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 2020 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 des Konzernabschlusses auf Seite 214 aufgeführt. Kein Vorstandsmitglied nimmt mehr als drei Aufsichtsratsmandate in konzernexternen börsennotierten Gesellschaften wahr. Entsprechendes gilt für Aufsichtsratsmitglieder, die in anderen börsennotierten Gesellschaften dem Vorstand angehören. → **Konzernanhang, Textziffer 27**

Der Vorstand

Der Vorstand der HUGO BOSS AG setzt sich aus dem Sprecher des Vorstands sowie den gleichberechtigten Vorständen mit ihren jeweiligen Vorstandsressorts zusammen. Die Rolle des Vorstandsvorsitzenden bleibt für den Zeitraum vom Ausscheiden von Mark Langer am 15. Juli 2020 bis zum Eintritt von dessen Nachfolger Daniel Grieder, der voraussichtlich am 1. Juni 2021 erfolgt, unbesetzt. Dem Vorstand gehörten zum Geschäftsjahresende 2020 drei Mitglieder an.

Die Steuerung des HUGO BOSS Konzerns erfolgt durch den Vorstand der HUGO BOSS AG als Muttergesellschaft. In dieser sind alle Leitungsfunktionen gebündelt. Zu den **zentralen Aufgaben des Vorstands** gehören die Festlegung der Unternehmensstrategie, die Unternehmensfinanzierung, das Risikomanagement (inklusive Einrichtung und Überwachung des Risikomanagementsystems), das Treffen von kollektionsbezogenen Entscheidungen, die Produktbeschaffung und die Steuerung des Vertriebsnetzes. Darüber hinaus ist der Vorstand für die Aufstellung der Jahres-, Konzern- und Zwischenabschlüsse zuständig und repräsentiert das Unternehmen gegenüber Medienvertretern und dem Kapitalmarkt.

Die **Geschäftsordnung** des Vorstands regelt die innere Ordnung des Vorstands, insbesondere die Aufgabenverteilung unter den Vorstandsmitgliedern sowie das Verfahren der Beschlussfassung. Ferner legt die Geschäftsordnung den Katalog der Informations- und Berichtspflichten fest und die Angelegenheiten, die der Zustimmung des Aufsichtsrats bedürfen. Die Geschäftsordnung des Vorstands ist auf der Unternehmenswebsite abrufbar. → group.hugoboss.com

Bei der Zusammensetzung des Vorstands achtet der Aufsichtsrat auf Vielfalt (**Diversitätskonzept für den Vorstand**). Eine vielfältige Zusammensetzung des Vorstands soll den Erfolg des Unternehmens nachhaltig gewährleisten. Der Aufsichtsrat berücksichtigt bei der Zusammensetzung des Vorstands unter anderem folgende Gesichtspunkte:

- Vorstandsmitglieder sollen über langjährige Führungserfahrung verfügen.
- Vorstandsmitglieder sollen über internationale Erfahrung (Erfahrung außerhalb der Bundesrepublik Deutschland aufgrund aktueller oder früherer Tätigkeiten und/oder anderer Staatsbürgerschaft als die der Bundesrepublik Deutschland) verfügen.
- Im Vorstand in seiner Gesamtheit sollen möglichst unterschiedliche Ausbildungs- und Berufserfahrungen vertreten sein.

- Über die rechtlich geforderten Qualifikationen hinaus sollen im Vorstand in seiner Gesamtheit insbesondere Kenntnisse von Marken-/Branding-Themen, Supply-Chain-Themen und des Vertriebs vertreten sein.
- Im Interesse einer langfristigen Nachfolgeplanung soll der Vorstand in seiner Gesamtheit über eine ausgewogene Altersstruktur verfügen.
- Der Aufsichtsrat verfolgt das Ziel, dass dem Vorstand bis spätestens zum 31. Dezember 2021 eine Frau angehören soll.
- Vorstandsmitglieder sollen bei ihrer Bestellung in der Regel nicht älter als 60 Jahre sein.

Entscheidungen über die konkrete Zusammensetzung des Vorstands trifft der Aufsichtsrat im Unternehmensinteresse und unter Berücksichtigung aller Umstände des einzelnen Falls. Mit Ausnahme der Zielgröße für den Frauenanteil im Vorstand wurden die zuvor genannten Besetzungsziele während des gesamten Berichtszeitraums erreicht.

Gemäß § 111 Abs. 5 AktG hat der Aufsichtsrat für den **Frauenanteil im Vorstand** die Zielgröße von einer Frau sowie die Erreichung dieser Zielgröße bis zum 31. Dezember 2021 festgelegt.

Der DCGK sieht vor, dass der Vorstand bei der Besetzung von Führungsfunktionen im Unternehmen auf **Vielfalt (Diversity)** achtet 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 geachtet und wird dies auch künftig tun. HUGO BOSS fühlt sich jedoch auch weiterhin dem Grundgedanken verpflichtet, Stellenbesetzungen allein aufgrund der Qualifikation der Bewerberinnen und Bewerber vorzunehmen, auch wenn dies zu einer Verringerung des Frauenanteils führen könnte. Gemäß § 76 Abs. 4 AktG hat der Vorstand konkret das Ziel festgelegt, bis zum 31. Dezember 2021 einen Frauenanteil von mindestens 30% in der ersten Führungsebene und von mindestens 35% in der zweiten Führungsebene zu erreichen. Zum 31. Dezember 2020 belief sich der Frauenanteil in der ersten Führungsebene auf 25% und lag damit auf dem Niveau des Vorjahres (31. Dezember 2019: 25%). Das Ziel für die zweite Führungsebene wurde zum 31. Dezember 2020 mit einem Frauenanteil von 43% erneut deutlich übertroffen (31. Dezember 2019: 48%). → **Mitarbeiter**

Der Aufsichtsrat verantwortet gemeinsam mit dem Vorstand die **langfristige Nachfolgeplanung** für den Vorstand. Dabei werden neben den Anforderungen des Aktiengesetzes und des DCGK die vom Aufsichtsrat festgelegte Zielgröße für den Anteil von Frauen im Vorstand, sowie die Kriterien entsprechend dem vom Aufsichtsrat für die Zusammensetzung des Vorstands beschlossenen Diversitätskonzept berücksichtigt. Unter Berücksichtigung der konkreten Qualifikationsanforderungen und der genannten Kriterien erarbeitet der Personalausschuss des Aufsichtsrats ein Idealprofil, auf dessen Basis der Personalausschuss eine engere Auswahl von verfügbaren Kandidaten erstellt. Mit diesen Kandidaten werden Gespräche geführt. Anschließend wird dem Aufsichtsrat eine Empfehlung zur Beschlussfassung unterbreitet. Bei Bedarf wird der Aufsichtsrat bei der Entwicklung der Anforderungsprofile und der Auswahl der Kandidaten von externen Beratern unterstützt.

Der Aufsichtsrat

HUGO BOSS misst den **Kompetenzen** und der **Unabhängigkeit** der Aufsichtsratsmitglieder sowie der **Vielfalt** bei der Zusammensetzung des Aufsichtsrats eine hohe Bedeutung bei. Die Mitglieder des Aufsichtsrats von HUGO BOSS verfügen über die erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und die fachliche Erfahrung zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung ihrer Aufgaben.

Entsprechend der Empfehlung in C.1 des DCGK hat der Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 7. Dezember 2017 ein **Aufsichtsratskompetenzprofil** beschlossen sowie konkrete Ziele für seine Zusammensetzung festgelegt. Danach sollen dem Aufsichtsrat mindestens zwei internationale Mitglieder angehören. Dem Aufsichtsrat gehörten im Geschäftsjahr 2020 sowohl vor als auch nach der Neuwahl vier Mitglieder an, die eine andere als die deutsche Staatsangehörigkeit besitzen. Zudem verfügen weitere Aufsichtsratsmitglieder, die die deutsche Staatsbürgerschaft haben, über internationale Berufserfahrung. Ferner dürfen bei keinem der Mitglieder potenzielle Interessenkonflikte vorliegen. Im Geschäftsjahr 2020 ist es zu keinen Interessenkonflikten von Aufsichtsratsmitgliedern gekommen. 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. Außerdem soll kein Mitglied des Aufsichtsrats bei seiner Wahl älter als 69 Jahre sein. Eine Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer zum Aufsichtsrat hat der Aufsichtsrat dagegen nicht festgelegt. HUGO BOSS ist der Ansicht, dass eine von vornherein festgelegte Zugehörigkeitsdauer nicht sachgerecht ist, da das Unternehmen auch von der Expertise langjähriger Aufsichtsratsmitglieder profitieren kann.

Zudem hat sich der Aufsichtsrat ein konkretes Ziel hinsichtlich der Anzahl der im Sinne des DCGK **unabhängigen Mitglieder** des Aufsichtsrats gesetzt. Danach sollen von den zwölf Mitgliedern des Aufsichtsrats unter Berücksichtigung der sechs Arbeitnehmervertreter insgesamt mindestens neun Mitglieder unabhängig sein. Zusätzlich zu den sechs Arbeitnehmervertretern sind die vier Anteilseignervertreter Iris Eppler-Righi, Christina Rosenberg, Robin J. Stalker und Hermann Waldemer als unabhängig im Sinne der Empfehlung in C.6 des DCGK anzusehen.

Die weiteren nachfolgenden Besetzungsziele, mithilfe derer insgesamt eine Diversität im Aufsichtsrat angestrebt wird (**Diversitätskonzept für den Aufsichtsrat**), wurden ebenfalls durch den Aufsichtsrat verabschiedet:

- Dem Aufsichtsrat sollen mindestens zwei internationale Mitglieder (Erfahrungen außerhalb der Bundesrepublik Deutschland aufgrund aktueller oder früherer Tätigkeiten und/oder andere Staatsbürgerschaft als die der Bundesrepublik Deutschland) angehören.
- Dem Aufsichtsrat soll mindestens je ein Mitglied mit Kenntnissen von Marken-/Branding-Themen, in Supply-Chain-Themen und/oder Kenntnissen des nationalen oder internationalen Vertriebs angehören.
- Dem Aufsichtsrat sollen mindestens zwei Mitglieder mit Erfahrung und/oder Tätigkeit als Führungskraft eines anderen Unternehmens angehören.
- Dem Aufsichtsrat sollen mindestens vier Mitglieder angehören, die über vertiefte Kenntnisse und Erfahrungen aus dem Unternehmen selbst verfügen.
- Dem Aufsichtsrat sollen neben den Arbeitnehmervertretern mindestens drei Mitglieder angehören, die unabhängig sind, und zwei, die über Sachverstand auf den Gebieten der Rechnungslegung oder Abschlussprüfung verfügen.

Die Besetzungsziele wurden während des gesamten Berichtszeitraums entweder erreicht oder übertroffen.

Dem Aufsichtsrat gehören aktuell fünf Frauen an. Die **Geschlechterquote** nach § 96 Abs. 2 AktG wird bei HUGO BOSS durch die Anteilseignerseite und die Arbeitnehmerseite jeweils getrennt erfüllt. Mit drei Vertreterinnen auf der Arbeitnehmerseite sowie zwei Vertreterinnen auf der Anteilseignerseite ist die Geschlechterquote jeweils auf beiden Seiten erfüllt.

Der Aufsichtsrat überprüft regelmäßig die Effizienz seiner Tätigkeit. Im Geschäftsjahr 2020 wurde die Einschätzung der Aufsichtsratsmitglieder wie bereits in den Jahren zuvor anhand eines umfangreichen Fragebogens eingeholt. Die von unternehmensexterner Seite durchgeführte Auswertung der ausgefüllten Fragebögen und der darin enthaltenen Verbesserungsvorschläge wurde in der Aufsichtsratssitzung vom 3. Dezember 2020 eingehend analysiert und diskutiert. Der Aufsichtsrat kam dabei zu einem insgesamt positiven Ergebnis.

Der Aufsichtsrat hat sich eine **Geschäftsordnung** gegeben, die neben Aufgaben und Zuständigkeiten unter anderem auch die Einberufung, Vorbereitung und Leitung der Sitzungen sowie die Beschlussfassung regelt. Die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats ist auf der Unternehmenswebsite abrufbar.

→ group.hugoboss.com

Der Aufsichtsrat hat fünf **Ausschüsse** gebildet, die im Namen und in Vertretung des Gesamtaufwichtsrats die ihnen übertragenen Aufgaben erfüllen, soweit es nach Gesetz, Satzung und/oder Geschäftsordnung zulässig ist. Für den Prüfungsausschuss, den Personalausschuss und den Arbeitsausschuss sieht die Geschäftsordnung eine paritätische Besetzung mit Anteilseignervertretern und Arbeitnehmervertretern vor.

1. Prüfungsausschuss

Der paritätisch besetzte Prüfungsausschuss besteht aus sechs vom Aufsichtsrat aus seiner Mitte gewählten Mitgliedern. Gemäß DCGK soll der Vorsitzende des Prüfungsausschusses unabhängig sein. Der Prüfungsausschuss befasst sich mit der Überwachung des Rechnungslegungsprozesses, der Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems und des internen Revisionssystems sowie der Abschlussprüfung. Er hat insbesondere folgende Aufgaben:

- Vorprüfung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses, des zusammengefassten Lageberichts der HUGO BOSS AG und des Konzerns sowie des Vorschlags für die Gewinnverwendung; Erörterung des Prüfungsberichts mit dem Abschlussprüfer; Vorbereitung der Entscheidung des Aufsichtsrats über die Billigung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses.
- Prüfung (und Erörterung mit dem Vorstand) der Quartalsabschlüsse (Zwischenberichte und Quartalsmitteilungen).
- Vorbereitung des Vorschlags des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung zur Wahl eines Abschlussprüfers, insbesondere Prüfung von dessen Unabhängigkeit und der von ihm zusätzlich erbrachten Leistungen.
- Nach Beratung mit dem Vorstand: Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer (mit Honorarvereinbarung) für den Jahres- und Konzernabschluss aufgrund der Beschlussfassung der Hauptversammlung, einschließlich der Festlegung von Prüfungsschwerpunkten und Vereinbarung von Berichtspflichten des Prüfers gegenüber dem Aufsichtsrat.
- Prüfung der Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien (Compliance).

Der Aufsichtsrat hat sich von der Unabhängigkeit der die Kapitalseite vertretenden Mitglieder des Prüfungsausschusses sowie des Prüfungsausschussvorsitzenden Robin J. Stalker überzeugt.

Zum 31. Dezember 2020 gehören dem Prüfungsausschuss folgende Mitglieder an: Robin J. Stalker (Vorsitz), Gaetano Marzotto, Sinan Piskin, Martin Sambeth, Antonio Simina, Hermann Waldemer.

2. Personalausschuss

Dem paritätisch besetzten Personalausschuss gehören der Aufsichtsratsvorsitzende sowie fünf weitere vom Aufsichtsrat aus seiner Mitte gewählte Mitglieder an. Der Personalausschuss entscheidet über die dienstvertraglichen und sonstigen vertraglichen Angelegenheiten des Vorstands (einschließlich früherer Mitglieder des Vorstands sowie der Hinterbliebenen von Vorstandsmitgliedern), soweit nicht die Vergütung von Vorstandsmitgliedern betroffen ist. Entscheidungen über die Vergütung von Vorstandsmitgliedern (einschließlich früherer Mitglieder des Vorstands sowie der Hinterbliebenen von Vorstandsmitgliedern) sind ebenso wie die regelmäßige Beratung und Überprüfung des Vergütungssystems Sache des Aufsichtsratsplenums, sollen jedoch durch die Erarbeitung von Vorschlägen vom Personalausschuss vorbereitet werden. Der Personalausschuss trifft weiterhin Entscheidungen nach § 114 AktG (Verträge mit Aufsichtsratsmitgliedern) und § 115 AktG (Kreditgewährung an Aufsichtsratsmitglieder) sowie über die zustimmungspflichtigen Angelegenheiten leitender Angestellter (einschließlich Kreditgewährung an leitende Angestellte i. S. v. § 89 Abs. 2 AktG). Er vertritt die Gesellschaft, soweit gesetzlich zulässig, gegenüber den Mitgliedern des Vorstands (einschließlich gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und gegenüber Hinterbliebenen von Vorstandsmitgliedern).

Zum 31. Dezember 2020 gehören dem Personalausschuss folgende Mitglieder an: Hermann Waldemer (Vorsitz), Anita Kessel, Luca Marzotto, Sinan Piskin, Christina Rosenberg, Antonio Simina.

3. Arbeitsausschuss

Der paritätisch besetzte Arbeitsausschuss besteht aus dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats sowie fünf weiteren vom Aufsichtsrat aus seiner Mitte gewählten Mitgliedern. Diese unterstützen und beraten den Vorsitzenden des Aufsichtsrats. Dem Arbeitsausschuss obliegt im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften in enger Zusammenarbeit mit dem Vorstand die Vorbereitung der Sitzungen des Aufsichtsrats. Vom Arbeitsausschuss werden zwischen den Aufsichtsratssitzungen insbesondere die Überwachungsaufgaben wahrgenommen. Die Überwachungspflicht der einzelnen Aufsichtsratsmitglieder bleibt davon unberührt. Der Arbeitsausschuss entscheidet über zustimmungspflichtige Geschäfte, soweit der Aufsichtsrat seine Zustimmungskompetenz auf den Arbeitsausschuss übertragen hat. Soweit rechtlich zulässig, ist der Arbeitsausschuss berechtigt, in Eilfällen anstelle des Gesamtaufichtsrats Entscheidungen zu treffen. In solchen Fällen hat der Arbeitsausschuss den Aufsichtsrat unverzüglich schriftlich und in der nächsten Aufsichtsratssitzung eingehend mündlich über die Entscheidung, die Gründe und die Notwendigkeit der Ausschussentscheidung zu informieren.

Zum 31. Dezember 2020 gehören dem Arbeitsausschuss folgende Mitglieder an: Hermann Waldemer (Vorsitz), Iris Eppele-Righi, Katharina Herzog, Luca Marzotto, Tanja Nitschke, Sinan Piskin.

4. Nominierungsausschuss

Der Nominierungsausschuss besteht aus zwei Mitgliedern, die von den Anteilseignervertretern im Aufsichtsrat aus ihrer Mitte gewählt werden, und ist damit gemäß der Empfehlung in D.5 des DCGK ausschließlich mit Vertretern der Anteilseigner besetzt. Er hat die Aufgabe, geeignete Kandidaten für die Wahl von Anteilseignervertretern im Aufsichtsrat zu identifizieren und diese dem Aufsichtsrat für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung vorzuschlagen.

Zum 31. Dezember 2020 gehören dem Nominierungsausschuss folgende Mitglieder an: Hermann Waldemer (Vorsitz), Gaetano Marzotto.

5. Vermittlungsausschuss

Der Vermittlungsausschuss besteht aus dem Aufsichtsratsvorsitzenden, seinem Stellvertreter sowie aus je einem von Arbeitnehmer- und Anteilseignervertretern im Aufsichtsrat mit der Mehrheit der abgegebenen Stimmen gewählten Mitglied. Er ist ausschließlich zu dem Zweck gebildet, die in § 27 Abs. 3 und § 31 Abs. 3 Satz 1 Mitbestimmungsgesetz genannten Aufgaben wahrzunehmen. Danach hat der Vermittlungsausschuss Vorschläge für die Bestellung von Vorstandsmitgliedern zu machen, wenn ein vorangegangener Vorschlag nicht die gesetzlich erforderliche Mehrheit gefunden hat.

Zum 31. Dezember 2020 gehören dem Vermittlungsausschuss folgende Mitglieder an: Hermann Waldemer (Vorsitz), Anita Kessel, Gaetano Marzotto, Sinan Piskin.

Risikomanagement und Risikocontrolling

HUGO BOSS sieht einen verantwortungsbewussten Umgang mit Risiken als wesentlichen Bestandteil guter Corporate Governance. Das im wertorientierten Konzernmanagement verankerte **Risikomanagementsystem** versetzt das Unternehmen in die Lage, Risiken frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und Risikopositionen durch entsprechende Maßnahmen zu steuern. Der Sicherstellung eines angemessenen, wirksamen Risikomanagements und Risikocontrollings kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Die Systeme werden kontinuierlich weiterentwickelt und den sich ändernden Rahmenbedingungen angepasst. Naturgemäß können diese jedoch keinen vollumfänglichen Schutz gegen Verluste aus geschäftlichen Vorgängen oder gar betrügerische Handlungen bieten. → **Risikobericht**

Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Die Rechnungslegung der HUGO BOSS AG basiert auf den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Der vom Aufsichtsrat eingerichtete Prüfungsausschuss 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 Peter Werling unterzeichnet den Bestätigungsvermerk seit dem 31. Dezember 2019, Herr Tobias Störzinger seit dem 31. Dezember 2020. Für das abgelaufene 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. Auch hat der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat zu informieren beziehungsweise im Prüfungsbericht zu vermerken, 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 ein und überzeugte sich von der Unabhängigkeit des Prüfers. Die Erklärung bezog sich dabei auch auf die Vergabe von Aufträgen für nicht prüfungsbezogene Dienstleistungen an den Abschlussprüfer.

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 des Aufsichtsrats. → **Vergütungsbericht**

Entsprechenserklärung

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG haben im Dezember 2020 folgende Erklärung gemäß § 161 AktG abgegeben:

„Entsprechenserklärung

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

HUGO BOSS AG, Metzingen, Wertpapier-Kenn-Nummer A1PHFF, Internationale Wertpapier-Kenn-Nummer DE000A1PHFF7

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG erklären hiermit gemäß § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG, dass seit der Entsprechenserklärung vom Dezember 2019 den Empfehlungen der Regierungskommission „Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 7. Februar 2017 – bekannt gemacht im Bundesanzeiger am 24. April 2017 – („DCGK 2017“) mit folgenden Ausnahmen entsprochen wurde:

- Abweichend von der Empfehlung in Ziffer 4.2.2 Satz 6 DCGK 2017 richten sich die Gesamtbezüge der Vorstandsmitglieder nach den gesetzlichen Kriterien, ohne dabei gezielt das Verhältnis der Vergütung zur 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 2017 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 die 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 der Empfehlung in Ziffer 5.4.1 Satz 3 DCGK 2017 hat der Aufsichtsrat keine Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer zum Aufsichtsrat festgelegt. Das Unternehmen kann auch von der Expertise langjähriger Aufsichtsratsmitglieder profitieren. Eine von vornherein festgelegte Zugehörigkeitsdauer ist daher nach Ansicht der HUGO BOSS AG nicht sachgerecht.
- Abweichend von der Empfehlung in Ziffer 5.4.6 Satz 4 DCGK 2017 war die erfolgsorientierte Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder nicht auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet. Diese Vergütung war von der Hauptversammlung beschlossen worden. Die Hauptversammlung der HUGO BOSS AG hat jedoch am 27. Mai 2020 eine Änderung der Vergütung des Aufsichtsrats in § 12 der Satzung beschlossen. Das neue Vergütungssystem sieht ausschließlich eine feste und somit keine erfolgsorientierte Vergütung mehr vor und entspricht damit der Empfehlung des DCGK 2017. Es wurde Ende Juli 2020 wirksam.

- Abweichend von der Empfehlung in Ziffer 5.4.6 Satz 5 DCGK 2017 wird die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder weder im Anhang noch im Lagebericht individualisiert ausgewiesen. Die gezahlten Aufsichtsratsvergütungen werden im Anhang in der Summe dargestellt. Ein betragsmäßiger Individualausweis bringt nach Ansicht der HUGO BOSS AG keine kapitalmarktrelevante Zusatzinformation. Darüber hinaus erübrigt sich mit dem neu beschlossenen Vergütungssystem eine gesonderte individuelle Ausweisung, da sich die individuelle Vergütung anhand der ausschließlich festen Vergütung ohne Weiteres errechnen lässt.

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG erklären außerdem, dass den Empfehlungen des DCGK in der Fassung vom 16. Dezember 2019 – bekannt gemacht im Bundesanzeiger am 20. März 2020 – („DCGK 2020“) mit folgenden Ausnahmen entsprochen wurde und wird:

- Abweichend von der Empfehlung in B.3 des DCGK 2020 wurde Herr Daniel Grieder mit Beschluss des Aufsichtsrats für fünf anstatt der empfohlenen drei Jahre bestellt. Die Abweichung von der Empfehlung hält der Aufsichtsrat für sachgerecht, da der von Herrn Grieder angestrebte Business Plan eine Laufzeit von fünf Jahren hat.
- Abweichend von der Empfehlung in G.4 des DCKG 2020 richten sich die Gesamtbezüge der Vorstandsmitglieder nach den gesetzlichen Kriterien, ohne dabei gezielt das Verhältnis der Vorstandsvergütung zur Vergütung des oberen Führungskreises und der Belegschaft insgesamt und dieses auch in der zeitlichen Entwicklung zu berücksichtigen. Nach Ansicht des Aufsichtsrats stellen die gesetzlichen Kriterien, nämlich die Aufgaben und Leistungen, die Lage der Gesellschaft und die übliche Vergütung die wichtigeren Kriterien dar.
- Abweichend von der Empfehlung in G.11 Satz 2 des DCKG 2020 sehen die aktuell bestehenden Anstellungsverträge mit den Mitgliedern des Vorstands keine Möglichkeit vor, eine variable Vergütung in begründeten Fällen einzubehalten oder zurückzufordern. Es ist jedoch geplant, der Hauptversammlung 2021 – die für den 11. Mai 2021 geplant ist – ein Vergütungssystem vorzulegen, dass diese Möglichkeit für alle Vorstandsanstellungsverträge vorsieht. Die bestehenden Anstellungsverträge sollen bei Billigung des Systems entsprechend angepasst werden, so dass in diesem Fall in Zukunft der Empfehlung entsprochen wird.

Metzingen, Dezember 2020“

VERGÜTUNGSBERICHT

- **Bericht beschreibt Grundzüge des Vergütungssystems von Vorstand und Aufsichtsrat**
- **Erläuterung von Struktur, Zusammensetzung und Höhe des Vergütungssystems**
- **Vergütungsbericht richtet sich nach den Empfehlungen des DCGK**

Der Vergütungsbericht ist Bestandteil des geprüften zusammengefassten Lageberichts. Er beschreibt die Grundzüge des Vergütungssystems von Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG. Zudem werden die Struktur, Zusammensetzung sowie die Höhe des Vergütungssystems erläutert. Dabei richtet sich der Bericht nach den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 16. Dezember 2019 und beinhaltet Angaben nach den Erfordernissen des Deutschen Rechnungslegungs Standards (DRS) 17, des deutschen Handelsgesetzbuches (HGB) sowie der International Financial Reporting Standards (IFRS). Die Angaben nach IAS 24 und IFRS 2 sind im Konzernanhang enthalten.

Vergütung des Vorstands

Entscheidungen über die Vergütung von Vorstandsmitgliedern (einschließlich früherer Mitglieder des Vorstands sowie von Hinterbliebenen von Vorstandsmitgliedern) sind ebenso wie die regelmäßige Beratung und Überprüfung des Vergütungssystems Sache des Aufsichtsratsplenums, sollen jedoch durch entsprechende Vorschläge vom Personalausschuss vorbereitet werden. Die vom Aufsichtsrat und vom Personalausschuss im Berichtsjahr behandelten Personalangelegenheiten und Vergütungsthemen werden im Bericht des Aufsichtsrats erläutert. → **Bericht des Aufsichtsrats**

Durch die Berücksichtigung von Vergütungskomponenten mit mehrjähriger Bemessungsgrundlage ist die Vergütungsstruktur auf die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens 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. Zur Beurteilung der Üblichkeit der Gesamtvergütung werden Vergütungsinformationen von vergleichbaren nationalen und internationalen börsennotierten Unternehmen herangezogen, die in der Fashion- und Lifestyle-Branche tätig sind. Bei der Zusammenstellung des Vergleichsumfelds berücksichtigt der Aufsichtsrat neben der Branchenzugehörigkeit auch die Marktstellung sowie die Größe und die globale Ausrichtung der Unternehmen.

Grundzüge des Vergütungssystems für den Vorstand

Das Vergütungssystem des Vorstands ist darauf ausgerichtet, die Steigerung des Unternehmenswerts zu sichern. So sollen entsprechende Zielsetzungen im Bereich der langfristigen variablen Vergütung die nachhaltige und langfristige Entwicklung des Unternehmens fördern. Gleichzeitig stellt die Entwicklung von Umsatz, operativem Ergebnis (EBIT) und Trade Net Working Capital im Verhältnis zum Umsatz entscheidende Zielkomponenten der kurzfristigen variablen Vergütung dar, mit dem Ziel, besser auf kurzfristige Entwicklungen reagieren zu können. Ebenso wurde bei der Gestaltung Wert darauf gelegt, dass überdurchschnittliche Leistungen entsprechend honoriert werden, im Fall von unterdurchschnittlichen Leistungen hingegen gegebenenfalls keine variable Vergütung zur Auszahlung kommt.

Die Vergütungsstruktur sieht als Kernbestandteile neben erfolgsunabhängigen (fixen) Vergütungskomponenten auch erfolgsabhängige (variable) Vergütungskomponenten in Form eines Short-Term-Incentive-Programms (STI) sowie eines Long-Term-Incentive-Programms (LTI) vor. Dabei beträgt der durchschnittliche Anteil der fixen Vergütungsbestandteile an der gesamten Zielvergütung 36 %, der durchschnittliche Anteil der Vergütung aus dem STI 25 % und der Anteil der Vergütung aus dem LTI 39 %, wobei für diese Angaben beim STI und beim LTI jeweils eine Zielerreichung von 100 % unterstellt wird.

Vergütungsstruktur des Vorstands

Gesamtbezüge			
Variable Vergütung			
Grundvergütung ~36 %	Kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung ~25 %	Erfolgsabhängige Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung ~39 %	Sach- und Nebenleistungen
Jährliche Festvergütung	Basierend auf Umsatz (30 %), EBIT (40 %) und Trade Net Working Capital im Verhältnis zum Umsatz (30 %)	Long-Term-Incentive Programm (LTI), basierend auf RTSR (33 %), ROCE (33 %), Mitarbeiterzufriedenheit (17 %), und Leistung im Bereich Nachhaltigkeit (17 %)	Beispielsweise Altersversorgung, Dienstwagen

Schematische Darstellung - prozentualer Anteil bezogen auf die Zielwerte von Grundvergütung und variabler Vergütung.
Die prozentuale Verteilung kann in Einzelfällen leicht abweichen.

Erfolgsunabhängige (fixe) Vergütungskomponenten

Die fixen Vergütungsbestandteile umfassen eine feste Grundvergütung, Nebenleistungen und einen Beitrag zur Altersversorgung. Die feste Grundvergütung wird monatlich als Gehalt ausgezahlt. Zudem erhalten die Mitglieder des Vorstands Nebenleistungen in geringem Umfang, die sie, soweit ihnen aus der privaten Nutzung ein geldwerter Vorteil erwächst, entsprechend den geltenden steuerlichen Regelungen individuell versteuern. Die Nebenleistungen umfassen im Wesentlichen die private Nutzung des Dienstwagens, Zuschüsse zu Kranken- und Pflegeversicherungen, den Abschluss von und Beiträge zu Unfall- und D&O-Versicherungen sowie in geringem Umfang sonstige zur Erfüllung der Vorstandsaufgaben zweckmäßige 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 1,5-fache der festen jährlichen Vergütung.

Vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie hat HUGO BOSS umfangreiche Maßnahmen umgesetzt, mit dem Ziel, die finanzielle Stabilität und Flexibilität des Unternehmens zu erhalten. Auch der Vorstand hat sich an den Maßnahmen zur Sicherung des Cashflows beteiligt und für die Monate April und Mai 2020 freiwillig auf 40 % seiner Grundvergütung verzichtet.

Erfolgsabhängige (variable) Vergütungskomponenten

Kurzfristige variable Vergütung – Short-Term-Incentive-Programm (STI)

Als kurzfristige erfolgsabhängige Vergütungskomponente knüpft das STI an die Entwicklung bestimmter quantitativer Zielgrößen innerhalb eines Jahres an. In Übereinstimmung mit dem Steuerungssystem des Konzerns und dem Ziel der langfristigen Maximierung des Free Cashflows hat der Aufsichtsrat folgende Kennzahlen als Zielgrößen bestimmt:

- Umsatz (die im Konzernabschluss ausgewiesenen Umsatzerlöse unter Verwendung der im Budget zugrunde gelegten Wechselkurse)
- EBIT (Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern)
- Trade Net Working Capital (Summe von Roh- und Fertigwaren sowie Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) im Verhältnis zu den Umsatzerlösen → **Unternehmenssteuerung**

Die Ziele für Umsatz und Trade Net Working Capital werden mit jeweils 30 % gewichtet. Das EBIT fließt mit einer Gewichtung von 40 % in die Zielerreichung des STI ein.

Der Aufsichtsrat ist der Überzeugung, dass die Zielkomponenten die operative und strategische Entwicklung des Unternehmens fördern. Aus diesem Grund gelten die oben genannten Zielkomponenten auch für das Geschäftsjahr 2021.

Für den Jahresbonus eines Geschäftsjahres werden die zu erreichenden Ziele zu Beginn des Geschäftsjahres bis spätestens 31. März in einer Zielvereinbarung zwischen Vorstand und Aufsichtsrat festgelegt. Sämtliche Ziele können für das jeweilige Geschäftsjahr im Rahmen der Zielauswertung durch andere Unternehmensziele ersetzt oder in ihrer Gewichtung anders angesetzt werden. So kann selbst nach Abschluss einer Leistungsperiode und bei Beginn der nächsten Leistungsperiode auf kurzfristige Entwicklungen reagiert werden. Der Aufsichtsrat hat damit die Möglichkeit, die Vergütung des Vorstands regelmäßig so auszurichten, dass sie sich unmittelbar an der Strategie des Unternehmens und dem Erfolg ihrer Umsetzung orientiert. Dabei soll zwischen Vorstand und Aufsichtsrat Einvernehmen über die Ziele und ihre Gewichtung erzielt werden. Nur wenn dies nicht gelingt, entscheidet der Aufsichtsrat nach pflichtgemäßem Ermessen.

Werden die vereinbarten Ziele im Durchschnitt vollständig erreicht, bekommt das jeweilige Vorstandsmitglied den vertraglich bestimmten Betrag zu 100 % ausgezahlt. Zielerreichungen, die über dem für das einzelne Ziel vereinbarten Maximalziel von 150 % bzw. unter dem Minimalziel von 75 % liegen, werden für die Durchschnittsberechnung nicht berücksichtigt. Erreicht die durchschnittliche Zielerreichung 150 % oder mehr, wird ein Höchstbetrag (Cap) von 150 % ausgezahlt. Liegt der durchschnittliche Grad der Zielerreichung dagegen unterhalb von 75 %, wird kein Jahresbonus ausgezahlt. Zwischen dem Mindestziel und dem Maximalziel wird die Zielerreichung jeweils durch lineare Interpolation ermittelt. Der Jahresbonus ist innerhalb einer Woche nach Billigung des Konzernabschlusses für das jeweilige Geschäftsjahr durch den Aufsichtsrat zur Auszahlung fällig. Im Falle der 100%igen Zielerreichung für das STI 2020 käme ein Betrag von insgesamt 1.330 TEUR zur Auszahlung (Yves Müller 454 TEUR, Dr. Heiko Schäfer 396 TEUR und Ingo Wilts 480 TEUR).

Die Zielgewichtung, die Zielwerte, die Ist-Werte sowie der Grad der Zielerreichung für die einzelnen Zielkomponenten für das Geschäftsjahr 2020 sind in der nachstehenden Tabelle zusammengefasst.

Zielerreichung Zielkomponenten STI (in Mio. EUR)

Zielkomponente	Zielgewichtung	Zielwert 2020 (bezogen auf 100% Ziel- erreichung)	Performance- Korridor (Ober-/ Untergrenze) 2020	Ist-Wert 2020	Zielerreichung 2020
Umsatz ¹	30%	1.959	1.859 bis 2.059	1.980	111%
EBIT	40%	-213	-243 bis -183	-236	81%
Trade Net Working Capital im Verhältnis zum Umsatz	30%	28,1%	29,1% bis 27,1%	28,7%	83%
Summe	100%				91%

¹ Unter Verwendung der im Budget zugrunde gelegten Wechselkurse.

Für das Geschäftsjahr 2020 liegt der durchschnittliche Grad der Zielerreichung bei 91 %. Der Aufsichtsrat hatte in seiner Sitzung vom 3. März 2020 die STI-Zielwerte für das Geschäftsjahr 2020 so festgesetzt, dass die finalen Zielwerte die tatsächlichen negativen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf das Geschäft von HUGO BOSS berücksichtigen. Nach Abschluss des Geschäftsjahres 2020 erfolgte entsprechend die finale Berechnung der Zielwerte sowie der Zielerreichung für Umsatz, EBIT und Trade Net Working Capital für das Geschäftsjahr 2020 unter Berücksichtigung der finanziellen Auswirkungen der Pandemie. Damit soll sichergestellt sein, dass sich auch die kurzfristige variable Vergütung für das Jahr 2020 ausschließlich an der zugrundeliegenden Geschäftsentwicklung des Unternehmens orientiert.

Langfristige variable Vergütung – Long-Term-Incentive-Programm (LTI)

Das LTI-Programm sieht vor, dass die Vorstandsmitglieder bei Planbeginn bzw. bei Beginn ihrer Tätigkeit eine definierte Anzahl („Initial Grant“) von virtuellen Aktien („Tranchen“) erhalten. Der Initial Grant bestimmt sich nach der Höhe eines in dem jeweiligen Anstellungsvertrag oder durch Zusatzvereinbarung festgelegten Betrags („LTI-Budget“). Der Initial Grant errechnet sich, indem das LTI-Budget durch den Aktienkurs der letzten drei Monate vor dem Zeitpunkt der Gewährung des Initial Grant dividiert wird. Jede Tranche hat eine dreijährige Performancelaufzeit. An den Ablauf der Performancelaufzeit einer Tranche schließt sich eine einjährige Wartezeit an. Nach Ablauf der Performancelaufzeit wird die endgültige Anzahl der virtuellen Aktien („Final Grant“) in Abhängigkeit vom Erreichen bestimmter Zielkomponenten ermittelt. Der endgültige Auszahlungsanspruch ergibt sich aus der Multiplikation des Final Grant mit dem Aktienkurs der Gesellschaft während der letzten drei Monate der Wartezeit.

Für die Tranchen 2017 bis 2019, 2018 bis 2020, 2019 bis 2021 und 2020 bis 2022 hat der Aufsichtsrat die nachfolgenden Zielkomponenten festgelegt:

- Relative Aktienrendite der HUGO BOSS Aktie (Relative Total Shareholder Return (RTSR))
- Kapitalverzinsung (Return on Capital Employed (ROCE))
- Mitarbeiterzufriedenheit
- Leistung des Unternehmens im Bereich der Nachhaltigkeit

Der Aufsichtsrat ist der Überzeugung, dass diese Zielkomponenten die nachhaltige und langfristige Entwicklung des Unternehmens fördern. Aus diesem Grund gelten die oben genannten Zielkomponenten auch für das Geschäftsjahr 2021.

Die Zielkomponente Relative Total Shareholder Return bemisst sich dabei aktuell an der Wertsteigerung des Unternehmens, bestehend aus Aktienkursentwicklung und fiktiv reinvestierten Dividenden, im Vergleich zum MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Performance Index. Die Kapitalverzinsung stellt auf die Entwicklung der Rentabilitätskennzahl ROCE (Return on Capital Employed) im Vergleich zum Budget ab. Für die Tranchen 2019 bis 2021 und 2020 bis 2022 wird der Grad der Mitarbeiterzufriedenheit im Rahmen einer jährlich durch ein unabhängiges Institut durchgeführten Mitarbeiterbefragung am „Employee Trust Index“ gemessen. Für die Tranchen 2017 bis 2019 und 2018 bis 2020 wird der Grad der Mitarbeiterzufriedenheit zusätzlich zum „Employee Trust Index“ auch mit den Top-100-Unternehmen Deutschlands verglichen. Die Nachhaltigkeitsleistung ermittelt sich durch das Abschneiden des Unternehmens in den Dow Jones Sustainability Indizes (DJSI), in denen die Nachhaltigkeitsleistung von börsennotierten Unternehmen durch einen unabhängigen Indexanbieter beurteilt wird. Die Ziele für die Performancekriterien RTSR und ROCE fließen zu jeweils einem Drittel, die Ziele für Mitarbeiterzufriedenheit und Nachhaltigkeit zu jeweils einem Sechstel in das LTI-Programm ein.

Für jede Zielkomponente werden bestimmte Ziel-, Mindest- und Maximalwerte festgelegt, die für die Berechnung des Auszahlungsanspruchs herangezogen werden. Die Ziele werden spätestens zum 31. März des ersten Jahres der Performancelaufzeit in einer Zielvereinbarung zwischen dem Vorstand und dem Aufsichtsrat festgelegt. Dabei soll zwischen Vorstand und Aufsichtsrat Einvernehmen erzielt werden. Nur wenn dies nicht gelingt, entscheidet der Aufsichtsrat nach pflichtgemäßem Ermessen.

Für Zwecke der Berechnung des Final Grant wird für jede Zielkomponente eine Zielerreichung von jeweils mindestens 50% und höchstens 200% berücksichtigt. An den Ablauf der Performancelaufzeit schließt sich eine einjährige Wartezeit an. Der Auszahlungsanspruch richtet sich nach dem Aktienkurs der Gesellschaft während der letzten drei Monate der Wartezeit und ist in seiner Höhe für jedes Vorstandsmitglied auf 250% des individuellen LTI-Budgets beschränkt (Cap). Unter bestimmten Umständen (insbesondere bei Beendigung der Anstellungsverträge aus wichtigem Grund oder bei Niederlegung des Vorstandsmandats vor Ablauf der Laufzeit einer Tranche) können Ansprüche der Vorstandsmitglieder aus dem LTI-Programm verfallen.

Das individuelle LTI-Budget bezogen auf das Geschäftsjahr 2017 beträgt für Yves Müller 54 TEUR und für Ingo Wilts 569 TEUR. Bei Yves Müller ermittelt sich das LTI-Budget zeitanteilig ab Beginn der Vorstandstätigkeit in 2017. Das individuelle LTI-Budget bezogen auf das Geschäftsjahr 2017 betrug für Mark Langer 900 TEUR und für Bernd Hake 592 TEUR.

Das individuelle LTI-Budget bezogen auf das Geschäftsjahr 2018 beträgt für Yves Müller 654 TEUR und für Ingo Wilts 638 TEUR. Das individuelle LTI-Budget bezogen auf das Geschäftsjahr 2018 betrug für Mark Langer 900 TEUR und für Bernd Hake 683 TEUR.

Das individuelle LTI-Budget bezogen auf das Geschäftsjahr 2019 beträgt für Yves Müller 700 TEUR und für Ingo Wilts 711 TEUR. Das individuelle LTI-Budget bezogen auf das Geschäftsjahr 2019 betrug für Mark Langer 980 TEUR und für Bernd Hake 716 TEUR.

Das individuelle LTI-Budget bezogen auf das Geschäftsjahr 2020 beträgt für Yves Müller 700 TEUR, für Dr. Heiko Schäfer 675 TEUR und für Ingo Wilts 730 TEUR. Bei Dr. Heiko Schäfer ermittelt sich das LTI-Budget zeitanteilig ab Beginn der Vorstandstätigkeit im Jahr 2020. Das individuelle LTI-Budget bezogen auf das Geschäftsjahr 2020 betrug für Mark Langer 990 TEUR.

Aktienbasierte Vergütungskomponente für das Geschäftsjahr 2020 (aktive Vorstände zum 31. Dezember 2020)

	Yves Müller Sprecher des Vorstands	Ingo Wilts Mitglied des Vorstands	Dr. Heiko Schäfer Mitglied des Vorstands	Summe
Beizulegende Zeitwerte des Performance-Share-Plans (LTI 2020–2022) zum Zeitpunkt der Gewährung (in TEUR)	645	673	358	1.676
Anzahl virtueller Aktien zum Gewährungszeitpunkt (LTI 2020–2022)	17.015	17.744	16.125	50.884
Gesamtaufwand aktienbasierte Vergütung (in TEUR)	104	66	75	246
Rückstellung				1.515

Aktienbasierte Vergütungskomponente für das Geschäftsjahr 2019 (aktive Vorstände zum 31. Dezember 2019)

	Mark Langer Vorstands- vorsitzender	Yves Müller Mitglied des Vorstands	Ingo Wilts Mitglied des Vorstands	Summe
Beizulegende Zeitwerte des Performance-Share-Plans (LTI 2019–2021) zum Zeitpunkt der Gewährung (in TEUR)	776	554	563	1.893
Anzahl virtueller Aktien zum Gewährungszeitpunkt (LTI 2019–2021)	16.073	11.481	11.666	39.220
Gesamtaufwand aktienbasierte Vergütung (in TEUR)	216	132	152	500
Rückstellung				2.222

Die Zielgewichtung, die Zielwerte, die Ist-Werte sowie der Grad der Zielerreichung für die einzelnen Zielkomponenten für die LTI-Tranche 2017–2019 sind in der nachstehenden Tabelle zusammengefasst.

Finale Zielerreichung Zielkomponenten LTI (LTI 2017–2019)

Zielkomponente	Zielgewichtung	Zielwert 2020 (bezogen auf 100% Ziel- erreichung)	Performance- Korridor (Ober-/ Untergrenze)	Ist-Wert	Zielerreichung
RTSR	33%	2,50%	–10% bis 15%	–26,4%	0%
ROCE	33%	42%	30% bis 57,5%	40%	92%
Mitarbeiterzufriedenheit	17%	94	88 bis 98	77,4	0%
Leistung des Unternehmens im Bereich der Nachhaltigkeit	17%	105	92,5 bis 117,5	118,5	200%
Summe	100%				64%

Die Zielgewichtung, die Zielwerte, die Ist-Werte sowie der Grad der Zielerreichung (auf vorläufiger Basis) für die einzelnen Zielkomponenten für die LTI-Tranche 2018–2020 sind in der nachstehenden Tabelle zusammengefasst.

Zielerreichung Zielkomponenten LTI (LTI 2018–2020) auf vorläufiger Basis

Zielkomponente	Zielgewichtung	Zielwert 2020 (bezogen auf 100 % Ziel- erreichung)	Performance- Korridor (Ober-/ Untergrenze)	Ist-Wert	Zielerreichung
RTSR	33%	2,50%	–10 % bis 15%	–43,6%	0%
ROCE	33%	42%	30 % bis 55%	37,4%	81%
Mitarbeiterzufriedenheit	17%	90	80 bis 100	81,3	57%
Leistung des Unternehmens im Bereich der Nachhaltigkeit	17%	105	92,5 bis 117,5	122,3	200%
Summe	100%				70%

Erfolgsabhängige Sondervergütung für Yves Müller

Nach dem Ausscheiden von Mark Langer im Juli 2020 hat Yves Müller, zusätzlich zu seiner Rolle als Finanzvorstand, auch die Position des Sprechers des Vorstands und damit die Verantwortung für einen Teil der ehemaligen Aufgaben von Mark Langer (Ressorts Unternehmensstrategie, Kommunikation sowie Konzerneigener Einzelhandel, Großhandel) bis zum Eintritt von Daniel Grieder als Vorstandsvorsitzenden (voraussichtlich am 1. Juni 2021) übernommen. Vor diesem Hintergrund hat der Aufsichtsrat beschlossen, einen erfolgsabhängigen, im alleinigen Ermessen des Aufsichtsrats stehenden Bonus von bis zu 600 TEUR für die zusätzlichen Aufgaben und Verantwortungen zu gewähren. Ein Teilbetrag von 200 TEUR wurde bereits zusammen mit dem Gehalt für den Monat September 2020 ausbezahlt.

Alters- und Hinterbliebenenversorgung

Alle Mitglieder des Vorstands haben einzelvertraglich geregelte Pensionszusagen erhalten.

Allen aktiven Vorständen wurden beitragsorientierte Pensionszusagen gewährt. Als Basis für die Ermittlung der pensionsfähigen Bezüge ist das Grundgehalt gemäß Anstellungsvertrag definiert. Diese Form der Pensionszusage findet auch bei zukünftigen Neuberufungen in den Vorstand Anwendung.

Bei der Konzeption der beitragsorientierten Versorgungsregelung für die aktiven Vorstandsmitglieder wurde der Aufsichtsrat durch einen unabhängigen Vergütungsexperten begleitet.

Dem ehemaligen Vorstandsvorsitzenden Mark Langer wurde eine Pensionszusage in Form einer leistungsorientierten Zusage gewährt. Deren Höhe ist abhängig von der Dauer der Vorstandsbestellung.

Beitragsorientierte Pensionszusagen

Für die aktiven Vorstandsmitglieder zahlt HUGO BOSS jährlich einen Versorgungsbeitrag in einen auf das Leben des Vorstandsmitglieds abgeschlossenen Rückdeckungsversicherungsvertrag ein. Der Beitrag entspricht 40 % der pensionsfähigen Bezüge, deren Ermittlungsbasis das Grundgehalt gemäß Anstellungsvertrag ist.

Die Höhe der Altersleistung entspricht dabei dem über die individuelle Rückdeckungsversicherung angesparten Betrag. Dieser ergibt sich aus den gesamten jährlich abgeführten Versorgungsbeträgen zuzüglich einer jährlichen Verzinsung in Abhängigkeit vom jeweiligen Versicherungstarif. Ein Anspruch auf Altersleistung entsteht mit oder nach Vollendung einer festen Altersgrenze von 65 Jahren oder für den Fall, dass das Vorstandsmitglied vor Erreichen der Altersgrenze aufgrund von Krankheit oder Unfall dauernd arbeitsunfähig geworden ist und aus dem Unternehmen ausscheidet. Im Todesfall des Vorstandsmitglieds haben dessen Ehegatte bzw. sein nach dem Lebenspartnerschaftsgesetz eingetragener Lebenspartner und die Waisen Anspruch auf eine Hinterbliebenenrente.

Scheidet das Vorstandsmitglied vor Eintritt des Pensionsfalls aus dem Unternehmen aus, bleiben die Anwartschaften auf Versorgungsleistungen bei einer versorgungsfähigen Dienstzeit von mehr als drei Jahren erhalten. Die Höhe der Anwartschaften entspricht bei Ausscheiden vor Erreichen der festen Altersgrenze den Leistungen aus der zum Zeitpunkt des Ausscheidens beitragsfrei gestellten Rückdeckungsversicherung.

Laufende Rentenzahlungen werden jährlich um mindestens 1 % angepasst.

Leistungsorientierte Pensionszusagen für den ehemaligen Vorstandsvorsitzenden Mark Langer

Für den ehemaligen Vorstandsvorsitzenden Mark Langer besteht eine Pensionszusage durch die Gesellschaft in Form einer leistungsorientierten Pensionszusage. Die Höhe des späteren Ruhegelds ist dabei auf 60 % der rentenfähigen Bezüge begrenzt. Ruhegelder werden im Falle seines Todes in Form einer Witwen- und Waisenrente an die Hinterbliebenen gezahlt.

Für das Ausscheiden vor Eintritt des Pensionsfalls aus dem Unternehmen war die Unverfallbarkeit seiner Anwartschaft auf Versorgungsleistung entsprechend den gesetzlichen Regelungen vereinbart. Eine gemäß den gesetzlichen Bestimmungen vorgesehene zeitanteilige Kürzung des Pensionsanspruchs unterblieb jedoch. Für Pensionszwecke wird Mark Langer so gestellt, als hätte das Dienstverhältnis – wie ursprünglich vorgesehen – bis zum 31. Dezember 2021 angedauert.

Laufende Rentenzahlungen werden jährlich um mindestens 1 % angepasst.

Zusatzversorgung

Darüber hinaus bietet HUGO BOSS den Mitgliedern des Vorstands die Möglichkeit, durch Gehalts-umwandlungen 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 Beiträge aus Gehalts-umwandlungen sind in der Angabe der Gesamtbezüge enthalten. Rückstellungen und Planvermögen werden in gleicher Höhe angesetzt.

Versorgungszusagen (in TEUR)

	Yves Müller Sprecher des Vorstands		Ingo Wilts Mitglied des Vorstands		Dr. Heiko Schäfer Mitglied des Vorstands (seit 16. März 2020)	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Dienstzeitaufwand nach IFRS	315	260	280	280	215	0
Pensionsrückstellung nach IFRS	0	0	0	0	0	0

	Mark Langer Vorstandsvorsitzender (bis 15. Juli 2020)		Bernd Hake Mitglied des Vorstands (bis 2. Juli 2019)		Summe	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Dienstzeitaufwand nach IFRS	706	549	0	120	1.516	1.209
Pensionsrückstellung nach IFRS	3.735	6.750	0	0	3.735	6.750

Leistungen im Fall der vorzeitigen Beendigung der Tätigkeit

Für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Anstellungsvertrags (ohne dass ein wichtiger Grund für die Kündigung des Anstellungsvertrags durch die Gesellschaft vorliegt) erhält das jeweilige Vorstandsmitglied eine Abfindung in Höhe der Gesamtbezüge (einschließlich Nebenleistungen) für die Dauer der ursprünglichen Restlaufzeit, höchstens jedoch für die Dauer von 15 Monaten, gerechnet ab Beendigung des Anstellungsvertrages (Abfindungs-Cap). Die Höhe der Gesamtbezüge bestimmt sich für diese Zwecke nach der Gesamtvergütung, die für das letzte volle Geschäftsjahr bezogen wurde, und ggf. nach der voraussichtlichen Gesamtvergütung für das laufende Geschäftsjahr.

Für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Anstellungsvertrags aus einem von dem jeweiligen Vorstandsmitglied zu vertretenden wichtigen Grund sehen die Anstellungsverträge keine Abfindungszahlung vor. Für den Fall der regulären Beendigung enthalten die Dienstverträge – mit Ausnahme von Pensionsregelungen – keine Regelungen.

Die Anstellungsverträge mit den Vorstandsmitgliedern enthalten jeweils eine Bestimmung, die dem jeweiligen Vorstandsmitglied bei einem „Change of Control“ (Erwerb von mehr als 30 % der Stimmrechte an der HUGO BOSS AG) ein außerordentliches Kündigungsrecht einräumt und für den Fall, dass es zu einer Kündigung kommt, eine Abfindungszahlung an das jeweilige Vorstandsmitglied vorsieht. Die Höhe der Abfindung entspricht grundsätzlich der für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Anstellungsvertrages zu entrichtenden Abfindung und unterliegt demselben Abfindungs-Cap. Im Übrigen bestehen keine Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft für den Fall eines Übernahmeangebots mit Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern.

Gesamtvergütung der Mitglieder des Vorstands für das Geschäftsjahr 2020 nach DRS 17

Gesamtvergütung (in TEUR)

	Yves Müller Sprecher des Vorstands		Ingo Wilts Mitglied des Vorstands		Dr. Heiko Schäfer Mitglied des Vorstands (seit 16. März 2020)	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Grundvergütung	641	650	653	700	509	0
Nebenleistungen	13	14	12	9	5	0
Summe	654	664	665	709	515	0
Sondervergütung	200	0	0	0	0	0
STI	411	0	434	0	386	0
Mehrjährige variable Vergütung	645	554	673	563	358	0
Davon LTI 2020–2022	645	0	673	0	358	0
Davon LTI 2019–2021	0	554	0	563	0	0
Gesamtvergütung	1.910	1.218	1.773	1.272	1.259	0

	Mark Langer Vorstandsvorsitzender (bis 15. Juli 2020)		Bernd Hake Mitglied des Vorstands (bis 2. Juli 2019)		Gesamtvergütung	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Grundvergütung	444	920	0	317	2.248	2.587
Nebenleistungen	16	28	0	8	46	59
Summe	460	948	0	325	2.294	2.646
Sondervergütung	0	0	0	0	200	0
STI	0	0	0	0	1.232	0
Mehrjährige variable Vergütung	0	776	0	0	1.676	1.893
Davon LTI 2020–2022	0	0	0	0	1.676	0
Davon LTI 2019–2021	0	776	0	0	0	1.893
Gesamtvergütung	460	1.724	0	325	5.402	4.539

Gewährte Zuwendungen für das Geschäftsjahr 2020 nach DCGK

Gewährte Zuwendungen (in TEUR)

	Yves Müller Sprecher des Vorstands				Ingo Wilts Mitglied des Vorstands			
	2020	2020 (Min)	2020 (Max)	2019	2020	2020 (Min)	2020 (Max)	2019
Festvergütung	641	641	641	650	653	653	653	700
Nebenleistungen	13	13	13	14	12	12	12	9
Summe	654	654	654	664	665	665	665	709
Sondervergütung	200	200	200	0	0	0	0	0
Einjährige Vergütung (STI)	411	0	681	450	434	0	720	461
Mehrfährige variable Vergütung	645	0	1.750	554	673	0	1.825	563
Davon LTI 2020–2022	645	0	1.750	0	673	0	1.825	0
Davon LTI 2019–2021	0	0	0	554	0	0	0	563
Sonstiges	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe	1.910	854	3.286	1.668	1.773	665	3.210	1.733
Versorgungsaufwand	315	315	315	260	280	280	280	280
Gesamtvergütung	2.225	1.169	3.601	1.928	2.053	945	3.490	2.013

	Dr. Heiko Schäfer Mitglied des Vorstands (seit 16. März 2020)				Mark Langer Vorstandsvorsitzender (bis 15. Juli 2020)			
	2020	2020 (Min)	2020 (Max)	2019	2020	2020 (Min)	2020 (Max)	2019
Festvergütung	509	509	509	0	444	444	444	920
Nebenleistungen	5	5	5	0	16	16	16	28
Summe	515	515	515	0	460	460	460	948
Sondervergütung	0	0	0	0	0	0	0	0
Einjährige Vergütung (STI)	386	0	594	0	656	0	1.081	700
Mehrfährige variable Vergütung	358	0	1.688	0	913	0	2.475	776
Davon LTI 2020–2022	358	0	1.688	0	913	0	2.475	0
Davon LTI 2019–2021	0	0	0	0	0	0	0	776
Sonstiges	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe	1.259	515	2.796	0	2.025	460	4.016	2.424
Versorgungsaufwand	215	215	215	0	706	706	706	549
Gesamtvergütung	1.474	730	3.011	0	2.731	1.166	4.722	2.973

	Bernd Hake Mitglied des Vorstands (bis 2. Juli 2019)			
	2020	2020 (Min)	2020 (Max)	2019
Festvergütung	0	0	0	317
Nebenleistungen	0	0	0	8
Summe	0	0	0	325
Sondervergütung	0	0	0	0
Einjährige Vergütung (STI)	0	0	0	467
Mehrfährige variable Vergütung	0	0	0	557
Davon LTI 2020–2022	0	0	0	0
Davon LTI 2019–2021	0	0	0	557
Sonstiges	0	0	0	0
Summe	0	0	0	1.349
Versorgungsaufwand	0	0	0	120
Gesamtvergütung	0	0	0	1.469

Zufluss für das Geschäftsjahr 2020 nach DCGK

Zufluss (in TEUR)

	Yves Müller Sprecher des Vorstands		Ingo Wilts Mitglied des Vorstands		Dr. Heiko Schäfer Mitglied des Vorstands (seit 16. März 2020)	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Festvergütung	641	650	653	700	509	0
Nebenleistungen	13	14	12	9	5	0
Summe	654	664	665	709	515	0
Sondervergütung	200	0	0	0	0	0
Einjährige variable Vergütung (STI)	411	0	434	0	386	0
Mehrjährige variable Vergütung	12	0	161	131	0	0
Davon LTI 2017–2019	12	0	161	131	0	0
Sonstiges	0	0	0	0	0	0
Summe	1.277	664	1.261	840	901	0
Versorgungsaufwand	315	260	280	280	215	0
Gesamtvergütung	1.592	924	1.541	1.120	1.117	0

	Mark Langer Vorstandsvorsitzender (bis 15. Juli 2020)		Bernd Hake Mitglied des Vorstands (bis 2. Juli 2019)		Summe	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Festvergütung	444	920	0	317	2.248	2.587
Nebenleistungen	16	28	0	8	46	59
Summe	460	948	0	325	2.294	2.646
Sondervergütung	0	0	0	0	200	0
Einjährige variable Vergütung (STI)	0	0	0	0	1.232	0
Mehrjährige variable Vergütung	0	357	0	218	173	706
Davon LTI 2017–2019	0	357	0	218	173	706
Sonstiges	0	0	0	0	0	0
Summe	460	1.305	0	543	3.899	3.352
Versorgungsaufwand	706	549	0	120	1.516	1.209
Gesamtvergütung	1.166	1.854	0	663	5.415	4.561

Sonstige Vergütungsbestandteile

Zum 31. Dezember 2020 sind keine Vorauszahlungen an den Vorstand geleistet worden.

Gesamtvergütung der ehemaligen Mitglieder des Vorstands

Bernd Hake ist zum 2. Juli 2019 aus dem Vorstand ausgeschieden. Sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 29. Februar 2020. Bis zu diesem Zeitpunkt erhielt Bernd Hake seine vertraglich vereinbarte Festvergütung in Höhe von 433 TEUR. Eine Trennungsvereinbarung vom September 2019 sieht darüber hinaus in Übereinstimmung mit dem Dienstvertrag und dem vereinbarten Abfindungs-Cap Zahlungen in Höhe von 3.080 TEUR vor, die zum 29. Februar 2020 fällig wurden. Diese setzen sich zusammen aus einer Abfindung in Höhe von 846 TEUR für das Festgehalt für den Zeitraum von März 2020 bis Mai 2021 sowie einer Zahlung in Höhe von 1.192 TEUR für die kurzfristige variable Vergütung (STI) für den Zeitraum Januar 2019 bis Mai 2021 sowie Zahlungen in Höhe von 664 TEUR für die anteilig verdiente langfristige variable Vergütung (LTI) für die Tranchen 2018 bis 2020, 2019 bis 2021 und 2020 bis 2022 sowie Abfindungen jeweils für den Zeitraum von März 2020 bis Mai 2021 in Höhe von 338 TEUR für Versorgungsbeiträge und in Höhe von 40 TEUR für den Dienstwagen und andere Nebenleistungen.

Die Ansprüche aus den LTI-Tranchen für die Jahre 2016 bis 2018 und 2017 bis 2019 kamen im März 2020 bzw. kommen 2021 nach Ablauf der einjährigen Wartezeit zur Auszahlung. Der endgültige Auszahlungsanspruch ergibt sich in Abhängigkeit von der finalen Zielerreichung der Zielkomponenten und dem Aktienkurs der Gesellschaft während der letzten drei Monate der Wartezeit.

Mark Langer ist zum 15. Juli 2020 aus dem Vorstand ausgeschieden. Sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 31. Dezember 2020. Bis zu diesem Zeitpunkt erhielt Mark Langer seine vertraglich vereinbarte Festvergütung in Höhe von 935 TEUR. Eine Trennungsvereinbarung vom April 2020 sieht darüber hinaus in Übereinstimmung mit dem Dienstvertrag und dem vereinbarten Abfindungs-Cap Zahlungen in Höhe von 978 TEUR vor, die zum 31. Dezember 2020 fällig wurden. Diese setzen sich zusammen aus einer Abfindung in Höhe von 950 TEUR für das Festgehalt für den Zeitraum von Januar 2021 bis Dezember 2021 sowie einer Zahlung in Höhe von 28 TEUR für den Dienstwagen und andere Nebenleistungen.

Für die Abgeltung der Ansprüche aus den STI für die Jahre 2020 und 2021 erhält Mark Langer eine Zahlung auf Basis der tatsächlichen Zielerreichung für das jeweilige Geschäftsjahr. Für den STI 2020 beläuft sich die Zahlung auf Basis der tatsächlichen Zielerreichung von 91 % auf 656 TEUR. Die Zahlung für den STI 2021 geht von einer Zielvergütung von 750 TEUR aus, wird jedoch anhand der tatsächlichen Zielerreichung für das Jahr 2021 final bestimmt und beträgt maximal 750 TEUR. Die Zahlungen erfolgen zeitgleich mit der Auszahlung des STI 2020 und 2021 der anderen Vorstandsmitglieder.

Die Ansprüche aus den LTI-Tranchen für die Jahre 2017 bis 2019 und 2018 bis 2020 kommen im März 2021 bzw. 2022 nach Ablauf der einjährigen Wartezeit zur Auszahlung. Der endgültige Auszahlungsanspruch ergibt sich in Abhängigkeit von der finalen Zielerreichung der Zielkomponenten. Für den LTI 2017–2019 beträgt der Auszahlungsanspruch 255 TEUR.

Die Ansprüche aus den LTI-Tranchen für die Jahre 2019 bis 2021 und 2020 bis 2022 sind jeweils auszahlbar, sobald die Zielerreichung für das Jahr 2021 feststeht. Die endgültigen Auszahlungsansprüche ergeben sich in Abhängigkeit von der durchschnittlichen Zielerreichung der Zielkomponenten für die Jahre 2019, 2020 und 2021 bzw. für die Jahre 2020 und 2021.

Vergütung des Aufsichtsrats

Die von der Hauptversammlung festgelegte Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder ist in § 12 der Satzung der HUGO BOSS AG geregelt. Das Vergütungssystem wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 27. Mai 2020 mit Wirkung zum 30. Juli 2020 angepasst. Bis zu diesem Zeitpunkt wurden die Aufsichtsratsmitglieder nach der zuvor geltenden Vergütungsregelung des § 12 der Satzung der HUGO BOSS AG vergütet. Nach dieser Regelung war die Vergütung der Aufsichtsräte in einen fixen und einen variablen Bestandteil aufgeteilt. Der variable Bestandteil bemaß sich nach der Höhe des Ergebnisses je Aktie im Konzernabschluss. Die Position des Aufsichtsratsvorsitzenden und die seines Stellvertreters sowie die Mitgliedschaft in den Ausschüssen wurden bei der Berechnung der Vergütung berücksichtigt.

Nach dem neu beschlossenen Vergütungssystem entfällt fortan der variable Bestandteil, so dass die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder mit Wirkung zum 30. Juli 2020 ausschließlich fixe Bestandteile beinhaltet. Dabei setzt sich die Vergütung aus zwei Komponenten zusammen: einer Festvergütung, abhängig von der Position des jeweiligen Aufsichtsratsmitglieds, sowie einer zusätzlichen Vergütung für die jeweilige Ausschusstätigkeit. So erhält jedes ordentliche Mitglied des Aufsichtsrats eine Vergütung in Höhe von 80 TEUR. Der Vorsitzende erhält das 2,5-Fache und der stellvertretende Vorsitzende das 1,75-Fache dieser Summe.

Vergütung für Aufsichtsratsstätigkeit (ab dem 30. Juli 2020)

Mitgliedschaft	Stellvertretender Vorsitzender	Vorsitzender
80.000 EUR	140.000 EUR	200.000 EUR
Grundbetrag	1,75-Fache des Grundbetrags	2,5-Fache des Grundbetrags

Darüber hinaus wird die Mitgliedschaft im Arbeitsausschuss, im Prüfungsausschuss sowie im Personalausschuss mit zusätzlich je 30 TEUR, der Vorsitz in einem dieser Ausschüsse mit zusätzlich je 60 TEUR vergütet. Die Mitgliedschaft im Nominierungsausschuss wird mit zusätzlich 20 TEUR vergütet. Für den Vorsitz und die Mitgliedschaft im Vermittlungsausschuss wird keine Vergütung gewährt. Maximal werden jedoch lediglich die drei höchstdotierten Ämter in den Ausschüssen zusätzlich vergütet, so dass sich etwa die Mitgliedschaft im Nominierungsausschuss neben zwei bestehenden Ausschussmitgliedschaften und einem Ausschussvorsitz in einem der anderen Ausschüsse nicht auf die Vergütung auswirken würde. Diese Regelung führt zur Festsetzung einer individuellen Maximalvergütung für jedes einzelne Mitglied des Aufsichtsrats entsprechend den von dem jeweiligen Mitglied bekleideten Positionen in den Ausschüssen.

Vergütung für Ausschusstätigkeit (ab dem 30. Juli 2020)

	Arbeitsausschuss	Prüfungsausschuss	Personalausschuss	Nominierungsausschuss
Mitgliedschaft	30.000 EUR	30.000 EUR	30.000 EUR	20.000 EUR
Vorsitzender	60.000 EUR	60.000 EUR	60.000 EUR	–

Über die zuvor beschriebene Vergütung hinaus wird keine weitere Vergütung gewährt. Das neue System sieht zudem weder einen variablen Vergütungsbestandteil noch Sitzungsgelder vor.

Die Vergütung wird unverändert 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 2019 Gesamtbezüge in Höhe von 1.205 TEUR. Darin enthalten ist ein variabler Anteil in Höhe von 450 TEUR. Für das Jahr 2020 betragen die Gesamtbezüge voraussichtlich 1.204 TEUR.

RECHTLICHE ANGABEN

- **Erklärung zur Unternehmensführung auf Unternehmenswebsite veröffentlicht**
- **Übernahmerechtliche Angaben erfolgen nach §§ 289a Abs. 1, 315a Abs. 1 HGB**
- **Es existieren Beteiligungen am Kapital, die 10 % der Stimmrechte überschreiten**

Erklärung zur Unternehmensführung

Die **Erklärung zur Unternehmensführung** (gemäß § 289f HGB) als Teil des zusammengefassten Lageberichts ist auf der Unternehmenswebsite unter ezu.hugoboss.com veröffentlicht. Sie ist zudem auf den Seiten 119 bis 128 dieses Geschäftsberichts aufgeführt.

Übernahmerechtliche Angaben

Nachfolgend sind die nach §§ 289a Abs. 1, 315a Abs. 1 HGB erforderlichen **übernahmerechtlichen Angaben** als Bestandteil des geprüften, zusammengefassten Lageberichts aufgeführt und erläutert. Aus Sicht des Vorstands besteht darüber hinaus kein weitergehender Erläuterungsbedarf im Sinne des § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG.

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das gezeichnete Kapital der HUGO BOSS AG setzt sich aus 70.400.000 nennwertlosen, auf den Namen lautenden Stammaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von 1,00 EUR je Stammaktie zusammen. Die Aktien sind voll eingezahlt. Mit allen Aktien sind die gleichen Rechte und Pflichten verbunden. Die Rechte und Pflichten der Aktionäre ergeben sich im Einzelnen aus den Regelungen des AktG, insbesondere aus den §§ 12, 53a ff., 118 ff. und 186 AktG.

Beschränkungen, die die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen

Jede Aktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme und ist maßgebend für den Anteil der Aktionäre am Gewinn der Gesellschaft. Hiervon ausgenommen sind von der Gesellschaft gehaltene eigene Aktien, aus denen der Gesellschaft keine Rechte zustehen. In den Fällen des § 136 AktG ist das Stimmrecht aus den betroffenen Aktien kraft Gesetzes ausgeschlossen.

Beteiligungen am Kapital, die 10 % der Stimmrechte überschreiten

Auf Grundlage der der Gesellschaft bis zum 31. Dezember 2020 zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 33, 34 WpHG bestehen folgende direkte oder indirekte Beteiligungen am Kapital der Gesellschaft, die 10 % der Stimmrechte erreichen oder überschreiten:

Nach den Stimmrechtsmitteilungen vom 13. Februar 2020 der PFC S.r.l., Vicenza, Italien und der Zignago Holding S.p.A., Fossalta di Portogruaro, Italien, halten diese Gesellschaften gemeinsam 15,45 % der Stimmrechte. Laut der Mitteilung besteht zwischen den Gesellschaften eine Vereinbarung, die dazu führt, dass die von den Gesellschaften gehaltenen Stimmrechte der jeweils anderen Gesellschaft zugerechnet werden. Konkret hält die PFC S.r.l. unmittelbar 5,77 % der Stimmrechte gemäß § 33 WpHG, während die Zignago Holding S.p.A. 9,03 % der Stimmrechte direkt gemäß § 33 WpHG hält. Darüber hinaus halten die Gesellschaften 0,65 % der Stimmrechte über Instrumente gemäß § 38 Abs. 1 Nr. 2 WpHG. In Summe überschreitet die gemeinsame Beteiligungen somit 15 % der Stimmrechte. Darüber hinaus werden nach der Stimmrechtsmitteilung vom 3. Juli 2020 Michael Ashley 0,78 % der Stimmrechte gemäß § 34 WpHG zugerechnet. Zudem hält er weitere 9,25 % der Stimmrechte über Instrumente gemäß § 38 Abs. 1 Nr. 2 WpHG. In Summe überschreitet diese Beteiligung somit 10 % der Stimmrechte. Der HUGO BOSS AG sind keine weiteren direkten oder indirekten Beteiligungen am Kapital, die 10 % der Stimmrechte erreichen oder überschreiten, gemeldet worden.

Sämtliche **Meldungen zu Veränderungen bei Stimmrechtsanteilen** sind auf der Unternehmenswebsite unter kapitalmarktnachrichten.hugoboss.com einsehbar. Darüber hinaus können die im Geschäftsjahr 2020 mitgeteilten meldepflichtigen Beteiligungen dem Jahresabschluss der HUGO BOSS AG für das Geschäftsjahr 2020 entnommen werden.

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, existieren nicht.

Stimmrechtskontrolle bei Beteiligung von Arbeitnehmern am Kapital

Es besteht keine Stimmrechtskontrolle für den Fall, dass Arbeitnehmer am Kapital der HUGO BOSS AG beteiligt sind und ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben.

Ernennung und Abberufung des Vorstands

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. Sie werden vom Aufsichtsrat für höchstens fünf Jahre bestellt.

Satzungsänderungen

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.

Befugnisse des Vorstands hinsichtlich Aktienausgabe und -rückkauf

Der Vorstand der HUGO BOSS AG kann mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis 15. Mai 2024 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 einmalig oder mehrmals erhöhen (genehmigtes Kapital). Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Bezugsrecht der Aktionäre bis maximal 10% 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 im 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.

Der Vorstand ist aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 27. Mai 2020 ermächtigt, bis zum 26. Mai 2025 eigene Aktien der Gesellschaft bis zu einem Anteil von insgesamt höchstens 10% des am 27. Mai 2020 ausstehenden Grundkapitals oder, falls dieser Wert geringer ist, des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals zu erwerben. Die Ermächtigung kann unmittelbar durch die HUGO BOSS AG oder durch ein von der HUGO BOSS AG abhängiges oder in ihrem Mehrheitsbesitz stehendes Unternehmen oder durch beauftragte Dritte ausgeübt werden und erlaubt den

Erwerb eigener Aktien im ganzen Umfang oder in Teilbeträgen sowie den einmaligen oder mehrmaligen Erwerb. Der Erwerb darf über die Börse oder mittels eines an sämtliche Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebots oder mittels einer an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten oder durch Ausgabe von Andienungsrechten an die Aktionäre erfolgen. Die Ermächtigung sieht auch vor, dass die Aktien unter Einschränkung des Gleichbehandlungsgrundsatzes und eines eventuellen Andienungsrechts der Aktionäre erworben werden können.

Nach dieser Ermächtigung zurückerworbene eigene Aktien können über die Börse oder mittels Angebots an alle Aktionäre (auch unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre) wieder veräußert werden. Mit Zustimmung des Aufsichtsrats können sie auch eingezogen und unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre 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. Ferner ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats und unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre eigenen Aktien aktuellen oder ehemaligen Mitarbeitern oder Organmitgliedern der HUGO BOSS AG oder verbundenen Unternehmen anzubieten, sowie zur Erfüllung von Wandlungs- und Optionsrechten bzw. Wandlungspflichten der HUGO BOSS AG oder mit ihr verbundenen Unternehmen zu verwenden und die Aktien zur Durchführung einer sogenannten Aktiendividende einzusetzen. Darüber hinaus kann bei einem Angebot zum Erwerb eigener Aktien an alle Aktionäre das Bezugsrecht für Spitzenbeträge ausgeschlossen werden. Der Vorstand ist ferner aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 27. Mai 2020 ermächtigt, eigene Aktien auch unter Einsatz von Eigenkapitalderivaten zu erwerben.

„Change of Control“-Regelungen

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.

Entschädigungsvereinbarungen

Die Anstellungsverträge der Vorstände enthalten 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 jeweiligen Vorstandsmitglied vorsieht. → **Vergütungsbericht**

4	An unsere Aktionäre
23	Zusammengefasster Lagebericht
118	Corporate Governance
146	Konzernabschluss
218	Weitere Angaben

KAPITEL 4 / 146 – 217

KONZERN- ABSCHLUSS

147	Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung
148	Konzerngesamtergebnisrechnung
149	Konzernbilanz
150	Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung
151	Konzernkapitalflussrechnung
152	Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2020
167	Erläuterungen zur Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung
174	Erläuterungen zur Konzernbilanz
206	Sonstige Erläuterungen
212	Vorstand
213	Aufsichtsrat
214	Weitere Angaben zu den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern
215	Offenlegung
216	Anteilsbesitz der HUGO BOSS AG

KONZERN-GEWINN-UND- VERLUST-RECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung (in TEUR)

	Anhang	2020	2019
Umsatzerlöse	(1)	1.945.843	2.884.056
Umsatzkosten	(1)	– 758.641	– 1.008.619
Rohertrag		1.187.202	1.875.437
In % vom Umsatz		61,0	65,0
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	(2)	– 1.137.977	– 1.234.587
Verwaltungsaufwendungen	(3)	– 284.843	– 296.354
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit		– 235.618	344.496
Zinsergebnis		– 26.168	– 31.465
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		2.281	1.609
Zinsen und ähnliche Aufwendungen		– 28.449	– 33.074
Übrige Finanzposten		– 11.450	– 7.438
Finanzergebnis	(4)	– 37.618	– 38.903
Ergebnis vor Ertragsteuern		– 273.236	305.593
Ertragsteuern	(5)	54.054	– 100.350
Konzernergebnis		– 219.182	205.243
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens		– 219.593	205.113
Nicht beherrschende Anteile		412	130
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	(6)	– 3,18	2,97
Dividende je Aktie (EUR)²	(16)	0,04	0,04

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

² 2020: Dividendenvorschlag.

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020

Konzerngesamtergebnisrechnung (in TEUR)

	2020	2019
Konzernergebnis	-219.182	205.243
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-4.071	-12.706
Posten, die anschließend in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-18.707	12.016
Netto (-Verluste)/-Gewinne aus Marktbewertung von Sicherungsgeschäften	-3.153	1.934
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	-25.931	1.244
Gesamtergebnis	-245.113	206.487
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	-245.054	206.357
Nicht beherrschende Anteile	-58	130
Gesamtergebnis	-245.113	206.487

KONZERNBILANZ

zum 31. Dezember 2020

Konzernbilanz (in TEUR)

Aktiva	Anhang	2020	2019
Sachanlagen	(8)	407.543	516.767
Immaterielle Vermögenswerte ¹	(8)	170.272	176.507
Nutzungsrechte an Leasingobjekten ¹	(9)	744.439	898.367
Aktive latente Steuern	(5)	171.212	97.924
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	(11), (22)	21.476	21.518
Sonstige langfristige Vermögenswerte	(11)	628	2.120
Langfristige Vermögenswerte		1.515.570	1.713.203
Vorräte	(12)	618.458	626.514
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(13)	172.001	216.222
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	(5)	18.484	33.359
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	(11), (22)	20.717	32.341
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	(11)	99.985	123.200
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	(14)	125.277	132.626
Kurzfristige Vermögenswerte		1.054.922	1.164.262
Gesamt		2.570.492	2.877.465
Passiva			
Gezeichnetes Kapital	(15)	70.400	70.400
Eigene Aktien	(15)	-42.363	-42.363
Kapitalrücklage		399	399
Gewinnrücklagen		706.391	932.817
Kumuliertes übriges Eigenkapital		18.984	40.374
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		753.811	1.001.627
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital		6.126	41
Konzerneigenkapital		759.937	1.001.668
Langfristige Rückstellungen	(17), (18), (19)	91.216	86.819
Langfristige Finanzverbindlichkeiten ¹	(20), (22)	196.053	106.039
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	(9)	649.400	789.472
Passive latente Steuern	(5)	12.541	11.264
Sonstige langfristige Schulden ¹	(21)	1.617	389
Langfristige Schulden		950.827	993.983
Kurzfristige Rückstellungen	(17)	117.858	91.746
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten ¹	(20), (22)	84.585	117.745
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	(9)	212.876	167.703
Ertragsteuerschulden	(5)	41.525	65.683
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten		299.237	314.646
Sonstige kurzfristige Schulden ¹	(21)	103.647	124.291
Kurzfristige Schulden		859.728	881.814
Gesamt		2.570.492	2.877.465

¹ Die dargestellten Beträge weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

KONZERNEIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020

Eigenkapitalveränderungsrechnung (in TEUR)

	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen		Kumuliertes übriges Eigenkapital		Konzerneigenkapital		
				Gesetzliche Rücklage	Sonstige Gewinnrücklagen	Unterschiede aus der Währungs-umrechnung	Marktbewertung Sicherungs-geschäfte	Auf die Anteils-eigner des Mutter-unternehmens entfallendes Eigenkapital	Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital
Anhang	(15)	(15)								
1. Januar 2019 (wie bisher berichtet)	70.400	-42.363	399	6.641	919.496	27.178	-754	980.997	-302	980.695
Änderung der Rechnungslegungsmethode (IFRS 16)					969			969		969
1. Januar 2019 angepasst	70.400	-42.363	399	6.641	920.465	27.178	-754	981.966	-302	981.664
Konzernergebnis					205.112			205.112	130	205.243
Sonstiges Ergebnis					-12.706	12.016	1.935	1.244		1.244
Gesamtergebnis					192.406	12.016	1.935	206.357	130	206.487
Dividendenzahlung					-186.344			-186.344		-186.344
Akquisition nicht beherrschender Anteile					-353			-353	213	-140
31. Dezember 2019	70.400	-42.363	399	6.641	926.175	39.194	1.180	1.001.627	41	1.001.668
1. Januar 2020	70.400	-42.363	399	6.641	926.175	39.194	1.180	1.001.627	41	1.001.668
Konzernergebnis					-219.593			-219.593	412	-219.182
Sonstiges Ergebnis					-4.071	-18.237	-3.153	-25.461	-470	-25.931
Gesamtergebnis					-223.664	-18.237	-3.153	-245.054	-58	-245.113
Dividendenzahlung					-2.761			-2.761		-2.761
Veränderung Konsolidierungsmethode									6.143	6.143
31. Dezember 2020	70.400	-42.363	399	6.641	699.750	20.957	-1.973	753.811	6.126	759.937

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020

Kapitalflussrechnung (in TEUR)

	Anhang	2020	2019
	(23)		
Konzernergebnis		-219.182	205.243
Abschreibungen/Zuschreibungen	(8)	465.327	362.463
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto		20.635	-3.687
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge		-984	1.093
Ertragsteueraufwand/-ertrag	(5)	-54.054	100.350
Zinserträge und -aufwendungen	(4)	26.167	31.465
Veränderung der Vorräte		-5.410	3.514
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva		64.983	8.666
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva		-44.233	37.767
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen		-1.651	-1.192
Veränderung Pensionsrückstellungen	(19)	-7.527	-11.838
Veränderung übrige Rückstellungen		27.454	-5.218
Gezahlte Ertragsteuern		-31.613	-76.909
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit		239.912	651.717
Investitionen in Sachanlagen	(8)	-58.469	-157.633
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	(8)	-19.611	-33.680
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten		1.961	0
Erwerb von Gruppen von Vermögenswerten		0	-3.872
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten		370	435
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit		-75.749	-194.750
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	(16)	-2.761	-186.344
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	(22)	-56.632	-107
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	(22)	104.793	0
Tilgung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	(22)	0	-35.000
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten		-187.466	-227.394
Gezahlte Zinsen		-27.512	-24.926
Erhaltene Zinsen		2.284	1.623
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit		-167.294	-472.148
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		-4.218	1.089
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		-7.349	-14.092
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode		132.626	146.717
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	(14)	125.277	132.625

KONZERNANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2020

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 „HUGO BOSS“ oder „der Konzern“) sind die Entwicklung, die Vermarktung und der Vertrieb hochwertiger Mode und Accessoires im gehobenen Premiumsegment des Damen- und Herrenbereichs.

Der Konzernabschluss der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2020 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 ergänzenden Vorschriften nach § 315e Abs. 1 HGB erstellt.

Der Konzernabschluss und der zusammengefasste Lagebericht der HUGO BOSS AG, Metzingen, wurden durch Beschluss vom 5. März 2021 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 nicht genau zur angegebenen Summe addieren.

Auswirkungen von COVID-19

Im Geschäftsjahr 2020 führte die globale Ausbreitung von COVID-19 zu einer insgesamt erheblichen Beeinträchtigung des Geschäfts von HUGO BOSS. So lasteten weitreichende temporäre Store-schließungen infolge weltweiter Lockdowns, eine deutliche Einschränkung des öffentlichen Lebens inklusive umfangreicher Social-Distancing-Maßnahmen sowie internationale Reisebeschränkungen spürbar auf der Entwicklung von Umsatz, operativem Ergebnis (EBIT) und Free Cashflow.

Der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2020 wird auf dem Grundsatz der Unternehmensfortführung erstellt und die Bilanzpositionen dementsprechend im Sinne der Fortführung der Geschäftstätigkeit bewertet. Bereits zu einem frühen Zeitpunkt der Pandemie hat HUGO BOSS umfangreiche Maßnahmen zur Sicherung der finanziellen Stabilität eingeleitet und diese im Jahresverlauf erfolgreich umgesetzt. Die Maßnahmen zielten vor allem auf eine Reduzierung der operativen Aufwendungen, die Aufschiebung nicht geschäftskritischer Investitionen, eine Verringerung des Bestandszuflusses sowie die Aussetzung der Dividende für das Geschäftsjahr 2019, mit Ausnahme der gesetzlichen Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie, ab. Darüber hinaus hat sich der Konzern im Jahr 2020 weitere Kreditzusagen gesichert sowie die Option zur Erhöhung seines revolvingierenden Konsortialkredits erfolgreich ausgeübt und so seine finanzielle Flexibilität im Jahresverlauf zusätzlich gestärkt. Im Hinblick auf die vereinbarten Regelungen im Konsortialkreditvertrag bezüglich der Einhaltung der Finanzkennziffer (Covenant) wurde mit den finanzierenden Banken eine Aussetzung bis zum 30. Juni 2021 vereinbart. Aufgrund der erwarteten Umsatz-, Ergebnis- und Free Cash Flow Entwicklung des Konzerns in 2021 geht das Management davon aus, dass die vertraglich vereinbarte Obergrenze ab dem zweiten Halbjahr 2021 deutlich unterschritten wird. Vor dem Hintergrund seiner gesunden Bilanzstruktur und der auch für die Zukunft erwarteten starken Free Cashflow Entwicklung sowie ausreichend verfügbaren freien Kreditlinien befindet sich der Konzern nach Auffassung des Managements weiterhin in einer soliden wirtschaftlichen Lage.

Im Rahmen der Erstellung des Konzernabschlusses wurden Schätzungen und zugrundeliegende Annahmen mit wesentlichen Auswirkungen im Kontext der COVID-19 Pandemie insbesondere in Bezug auf folgende Aspekte vorgenommen:

- IFRS 16 Leasingverhältnisse – Bilanzierung von Mietzugeständnissen aufgrund von COVID-19
- Überprüfung der Werthaltigkeit von Vermögenswerten mit bestimmter und unbestimmter Nutzungsdauer einschließlich Geschäfts- oder Firmenwert
- Bewertung der Vorratsbestände
- Einbringlichkeit von Forderungen – insbesondere solche aus Lieferungen und Leistungen
- Einschätzung über die Werthaltigkeit von Ertragsteueransprüchen

Die vorgenommenen Schätzungen und zugrundeliegenden Annahmen können den einzelnen Anhangskapiteln entnommen werden.

Obwohl bei der Erstellung von Schätzungen und Annahmen, die die wirtschaftlichen Folgen von COVID-19 betreffen, mit großer Sorgfalt vorgegangen wurde, können die tatsächlichen Ergebnisse abweichen, insbesondere unter Berücksichtigung der bestehenden Unsicherheiten im Zusammenhang mit COVID-19. So sind die getroffenen Schätzungen und Annahmen davon abhängig, inwiefern die weitere Entwicklung der Pandemie – etwa hinsichtlich erneuter Infektionswellen und Lockdowns oder aber möglicher Virusmutationen – die Weltwirtschaft im Jahresverlauf beeinflussen wird. Darüber hinaus sind etwaige Fortschritte bei der medizinischen Behandlung von COVID-19, die globale Verfügbarkeit und Wirksamkeit des Impfstoffs, eine etwaige Verbesserung des Konsumklimas oder aber mögliche Spannungen am Finanzmarkt und deren jeweilige Auswirkung auf die zu erwartende wirtschaftliche Erholung derzeit äußerst schwer vorherzusehen.

Dieser Konzernabschluss enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Diese unterliegen Risiken und Unsicherheiten und können erheblich von der tatsächlichen Geschäftsentwicklung abweichen. Insbesondere werden sie von Faktoren beeinflusst, über die HUGO BOSS keine Kontrolle hat und die nur mit hoher Unsicherheit abgeschätzt werden können. Zu diesen Faktoren gehören u. a. zukünftige Marktbedingungen und wirtschaftliche Entwicklungen, das Vorgehen anderer Marktteilnehmer sowie rechtliche und politische Entscheidungen.

Rechnungslegungsgrundsätze

Aus der erstmaligen Anwendung der nachfolgenden Neuerungen und Änderungen der Standards und Interpretationen des IASB für das Geschäftsjahr 2020 ergeben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Hierunter fallen:

- Änderungen an IFRS 3: Definition eines Geschäftsbetriebs
- Änderungen an IFRS 9, IAS 39 und IFRS 7: Reform der Referenzzinssätze Phase 1
- Änderungen an IAS 1 und IAS 8: Definition der Wesentlichkeit
- Änderungen der Verweise auf das Rahmenkonzept in IFRS-Standards

Wesentliche Auswirkungen auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Geschäftsjahres 2020 ergaben sich aus der erstmaligen Anwendung der nachfolgenden Neuerungen und Änderungen der Standards und Interpretationen des IASB:

- Änderungen an IFRS 16: Mietzugeständnisse im Zusammenhang mit COVID-19

Am 28. Mai 2020 hat das IASB „COVID-19-Related Rent Concessions – Amendment to IFRS 16“ veröffentlicht. Die Änderungen gewähren Leasingnehmern befristete Erleichterungen bei der Anwendung der Regelungen in IFRS 16 zur Bilanzierung von Änderungen des Leasingvertrags (lease modifications) aufgrund von Mietzugeständnissen infolge der COVID-19-Pandemie. Als praktischen Behelf kann sich ein Leasingnehmer dafür entscheiden, die Beurteilung, ob ein pandemiebedingtes Mietzugeständnis eines Leasinggebers eine Änderung des Leasingvertrags darstellt, auszusetzen. Hierbei wird keine Anpassung des Nutzungsrechts vorgenommen. Die Kürzung der Mietzahlung wird erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Ein Leasingnehmer, bilanziert hingegen jede qualifizierte Änderung der Leasingzahlungen, die sich aus dem Mietzugeständnis im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie ergibt, auf dieselbe Weise, wie er die Änderung nach IFRS 16 bilanzieren würde, wenn sie keine Mietanpassung wäre. Die Auswirkungen werden in Anhangsziffer 9 beschrieben.

Konsolidierungsgrundsätze

Der Konsolidierungskreis umfasst die HUGO BOSS AG sowie alle Tochtergesellschaften 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 Tochtergesellschaften besitzt, an den positiven und negativen variablen Rückflüssen aus dem Tochtergesellschaften partizipiert und diese Rückflüsse durch seine Entscheidungsgewalt beeinflussen kann. Die Einbeziehung in den Konsolidierungskreis endet, sobald die Beherrschung durch das Mutterunternehmen nicht mehr besteht.

Tochtergesellschaften, 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 Tochtergesellschaften werden zum beizulegenden Zeitwert oder, soweit dieser nicht verlässlich ermittelbar ist, zu fortgeführten 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.

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

Konsolidierungskreis

Der HUGO BOSS Konzernabschluss umfasst im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2020 die HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, und die von ihr beherrschten Gesellschaften. Im Folgenden sind die wesentlichen in den Konzernabschluss einbezogenen Konzerngesellschaften dargestellt:

GRAMOLERA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft Objekt Ticino mbH	Metzingen, Deutschland ²
HUGO BOSS (Schweiz) AG	Zug, Schweiz
HUGO BOSS Australia Pty. Ltd.	Preston, Australien
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 ²
HUGO BOSS Canada, Inc.	Toronto, Kanada
HUGO BOSS China Retail Co. Ltd.	Shanghai, China
HUGO BOSS Fashions, Inc.	Wilmington, DE, USA
HUGO BOSS France SAS	Paris, Frankreich
HUGO BOSS International B.V.	Amsterdam, Niederlande
HUGO BOSS International Markets AG	Zug, Schweiz
HUGO BOSS Internationale Beteiligungs-GmbH	Metzingen, Deutschland ²
HUGO BOSS Japan K.K.	Tokio, Japan
HUGO BOSS Mexico S.A. de C.V.	Mexiko-Stadt, Mexiko
HUGO BOSS Retail, Inc.	New York, NY, USA
HUGO BOSS Rus LLC	Moskau, Russland
HUGO BOSS Textile Industry Ltd.	Izmir, Türkei
HUGO BOSS Ticino S.A.	Coldrerio, Schweiz
HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG	Metzingen, Deutschland ²
HUGO BOSS UK Ltd.	London, Großbritannien
HUGO BOSS Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG	Metzingen, Deutschland ²
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Dieselstrasse KG	Metzingen, Deutschland ²
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Metzingen KG	Grünwald, Deutschland ^{1,2}

¹ Beteiligungen mit einem Kapitalanteil von 94% und einem Stimmrechtsanteil von 15%.

² Tochterunternehmen, das von der Befreiung gemäß §§ 264 Abs. 3 bzw. 264b HGB Gebrauch macht.

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2020 erhöhte sich die Anzahl der konsolidierten Gesellschaften gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2019 um zwei auf 63.

Im Geschäftsjahr 2020 hat die HUGO BOSS Middle East FZ-LLC, V.A.E. im Rahmen einer Änderung des Joint-Venture-Vertrages die ausschlaggebenden Stimmrechte zur Erlangung der Entscheidungsgewalt an der HUGO BOSS AL FUTTAIM UAE TRADING L.L.C., Dubai, V. A. E. erhalten. Aufgrund dieser Vertragsänderung und der Kontrollenerlangung durch HUGO BOSS erfolgt die Einbeziehung in den Konzernabschluss zum 1. Januar 2020 im Rahmen der Vollkonsolidierung anstatt wie bisher nach der Equity-Methode. HUGO BOSS Middle East FZ-LLC, V. A. E. hält weiterhin 49% der Kapitalanteile.

Zudem wurde gemeinsam mit dem Joint-Venture-Partner Salam Studio & Stores im Geschäftsjahr 2020 die Salam Stores HUGO BOSS WLL, Qatar, V. A. E. gegründet. Aufgrund vertraglicher Vereinbarungen hält die HUGO BOSS International B.V. eine wirtschaftliche Mehrheitsbeteiligung an der Salam Stores HUGO BOSS WLL, Qatar, V.A.E., wodurch die Gesellschaft in den Konzernabschluss 2020 miteinbezogen wurde.

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

GRETANA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt D 19 KG

Grünwald, Deutschland¹

¹ Beteiligung mit einem Kapitalanteil von 100% und einem Stimmrechtsanteil von 15%.

Ermessen bei der Konsolidierung von strukturierten Unternehmen übt HUGO BOSS insofern aus, als Leasingobjektgesellschaften dann in den Konzernabschluss miteinbezogen werden, wenn die Bestimmungsmacht über die maßgeblichen Tätigkeiten der betreffenden Gesellschaft gegeben ist und HUGO BOSS damit die Höhe der variablen Rückflüsse bestimmen kann.

Unternehmenszusammenschlüsse

Erlangt ein Unternehmen die Beherrschung über ein anderes Unternehmen, liegt ein Unternehmenszusammenschluss im Sinne des IFRS 3 vor. 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

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.

Konzerninterne Geschäftsvorfälle

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.

Bestimmung der funktionalen Währung

Die Berichtswährung des Konzerns entspricht der funktionalen Währung des Mutterunternehmens, der HUGO BOSS AG und damit dem Euro. 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 in die Konzernwährung Euro umgerechnet. Die Umrechnung erfolgt nach der modifizierten Stichtagskursmethode gemäß IAS 21, nach der Vermögenswerte und Schulden jeweils mit den Wechselkursen zum Bilanzstichtag, die Posten der Gewinn-und-Verlust-Rechnung mit den Durchschnittskursen der Berichtsperiode umgerechnet werden. Der Unterschiedsbetrag aus der Umrechnung der Gewinn-und-Verlust-Rechnung zu Monatsdurchschnittskursen 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-Verlust-Rechnung umgegliedert.

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

Land	Währung	Durchschnittskurs		Stichtagskurs	
		2020	2019	2020	2019
Australien	AUD	1,6171	1,6143	1,5896	1,5995
China	CNY	7,9568	7,7880	8,0225	7,8205
Großbritannien	GBP	0,9064	0,8476	0,8990	0,8508
Hongkong	HKD	9,4302	8,6659	9,5142	8,7473
Japan	JPY	126,2703	121,2561	126,4900	121,9400
Schweiz	CHF	1,0819	1,0931	1,0802	1,0854
Türkei	TRY	9,3956	6,4814	9,1164	6,6621
USA	USD	1,2165	1,1103	1,2271	1,1234

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

Umsatzerlöse werden nach den Vorschriften des IFRS 15 erfasst: HUGO BOSS realisiert Umsatzerlöse, wenn die Verfügungsgewalt über die verkauften Waren und Erzeugnisse auf den Käufer übergegangen ist. Im Großhandelskanal ist dies der Fall, sobald die Lieferung an den Großhändler erfolgt ist und sämtliche Verpflichtungen, die die Annahme der Ware durch den Großhändler betreffen könnten, erfüllt sind. Im stationären Einzelhandel geht die Verfügungsgewalt auf den Kunden mit der Bezahlung der Ware über. Umsatzerlöse werden zum Zeitpunkt der Transaktion mit dem Kunden erfasst. Über den Onlinekanal werden Umsatzerlöse bei der Annahme der Ware durch den Kunden realisiert. Ab diesem Zeitpunkt wird die Verfügungsgewalt über die verkauften Waren und Erzeugnissen auf den Kunden übertragen. Es werden keine standardisierten Zahlungsbedingungen, sondern individualisierte Zahlungsbedingungen pro Land verwendet.

Ansprüche aus Retourenvereinbarungen und Rückgaberechten werden bei der Umsatzrealisierung sowohl in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung als auch in der Bilanz brutto erfasst. In der Gewinn-und-Verlust-Rechnung werden die Erlöse um den geschätzten retournierten Umsatz gemindert und der beim Versand der Ware aufwandswirksam erfasste Warenabgang um die geschätzten Retouren korrigiert. In der Bilanz wird ein sonstiger nicht finanzieller Vermögenswert entsprechend der Höhe der Anschaffungskosten, für die eine Rücklieferung erwartet wird, aktiviert. Zusätzlich werden hierbei anfallende Kosten und sich bei der Verwertung der retournierten Waren ergebende Verluste berücksichtigt. Darüber hinaus wird in Höhe des geschätzten retournierten Umsatzes eine Rückstellung gebildet.

Zuschüsse für Möbeleinrichtung an die Händler werden in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung als Erlösschmälerungen erfasst.

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-Verlust-Rechnung 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 selbsterstellter 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

Der Berechnung der Ertragsteuern 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.

Forderungen und Rückstellungen für laufende Ertragsteuern werden bilanziert, soweit deren Realisierung als wahrscheinlich eingeschätzt wird.

Aktive und passive latente Steuern werden gemäß IAS 12 für sämtliche temporäre Differenzen zwischen den Wertansätzen in den Steuerbilanzen der Einzelgesellschaften und den Wertansätzen im Konzernabschluss nach IFRS sowie auf bestimmte Konsolidierungsvorgänge gebildet.

Die aktiven latenten Steuern umfassen auch Steuerminderungsansprüche, die sich aus der erwarteten Nutzung bestehender Verlustvorträge in Folgejahren ergeben und deren Verrechnung mit ausreichender Wahrscheinlichkeit gewährleistet ist. Aktive und passive latente Steuern werden saldiert dargestellt, soweit sich die aktiven und passiven latenten Steuern auf das gleiche Steuersubjekt beziehen. 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.

Ertragsteuern werden in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung erfasst, mit Ausnahme von denen, die sich auf Sachverhalte beziehen, die direkt im Eigenkapital verrechnet sind.

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. Die zugrunde gelegten Nutzungsdauern entsprechen den erwarteten Nutzungsdauern im Konzern. Das Sachanlagevermögen wird grundsätzlich linear abgeschrieben.

Bauten und Einbauten auf fremden Grundstücken werden entsprechend der Laufzeit der Mietverträge beziehungsweise einer niedrigeren Nutzungsdauer abgeschrieben.

Die Nutzungsdauern und Abschreibungsmethoden für Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte werden periodisch überprüft, um zu gewährleisten, dass die Abschreibungsmethode und der Abschreibungszeitraum mit dem erwarteten wirtschaftlichen Nutzenverlauf aus den jeweiligen Gegenständen im Einklang stehen.

Immaterielle Vermögenswerte

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, selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte werden zu Herstellungskosten bewertet. Die Herstellungskosten umfassen dabei alle direkt dem Herstellungsprozess zurechenbaren Kosten sowie angemessene Teile der fertigungsbezogenen Gemeinkosten. Immaterielle Vermögenswerte werden, soweit es sich um Vermögenswerte mit begrenzten Nutzungsdauern handelt, linear über die Nutzungsdauer planmäßig abgeschrieben.

Zu den immateriellen Vermögensgegenständen gehören Software und Lizenzen, Markenrechte, zurück-erworbene Rechte („reacquired rights“). Immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer werden einmal jährlich auf Werthaltigkeit geprüft. Ist die Werthaltigkeit nicht mehr gegeben, wird eine Wertminderung vorgenommen.

Wertminderungen von nichtfinanziellen Vermögenswerten

Bei nichtfinanziellen Vermögenswerten (Sachanlagevermögen, immateriellen Vermögenswerten, Nutzungsrechten aus Leasingverträgen 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 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 Kosten der Veräußerung 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 Kosten der Veräußerung 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 dem betreffenden Vermögenswert zugeordnet werden kann.

Übersteigt der Buchwert eines Vermögenswerts oder einer CGU inklusive der Nutzungsrechte aus Leasingverträgen den jeweiligen erzielbaren Betrag, erfolgt eine Prüfung der Vermögenswerte inklusive der Nutzungsrechte auf Werthaltigkeit und dann gegebenenfalls eine 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.

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 und 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.

Leasingverhältnisse

Gemäß IFRS 16 liegt ein Leasingverhältnis vor, wenn dem Leasingnehmer vom Leasinggeber vertraglich das Recht zur Nutzung eines identifizierten Vermögenswertes für einen festgelegten Zeitraum gegen Entgelt übertragen wird.

Nach IFRS 16 weist der Leasingnehmer eine Leasingverbindlichkeit in Höhe des Barwerts der künftigen Leasingzahlungen sowie ein entsprechendes Nutzungsrecht (Right-of-Use-Asset) in der Bilanz aus. Die Leasingzahlungen setzen sich zusammen aus der Summe aller fixen Leasingzahlungen abzüglich Anreizzahlungen für den Vertragsabschluss, variablen Leasingzahlungen, die an einen Index oder (Zins-) Satz gekoppelt sind, und Beträgen, die voraussichtlich im Rahmen von Restwertgarantien entrichtet werden müssen. Mietverlängerungsoptionen sind einzubeziehen, sofern ihre Ausübung hinreichend sicher ist. Auch vertraglich vereinbarte Entschädigungszahlungen bei vorzeitiger Vertragsbeendigung seitens des Leasingnehmers müssen erfasst werden, wenn nicht mit hinreichender Sicherheit von einer Fortsetzung des Vertrages ausgegangen werden kann.

Die Leasingverbindlichkeit wird über die Laufzeit mittels Effektivzinsmethode aufgezinst und unter Berücksichtigung der geleisteten Leasingzahlungen finanzmathematisch fortgeschrieben.

Das parallel anzusetzende Nutzungsrecht ist grundsätzlich mit dem Wert der Leasingverbindlichkeit zu aktivieren. Zudem sind bereits geleistete Leasingzahlungen und direkt zurechenbare Kosten mit einzubeziehen. Vom Leasinggeber erhaltene Zahlungen, die mit dem Leasing in Verbindung stehen, sind abzuziehen (inklusive Key Money). Wiederherstellungsverpflichtungen aus Leasingverhältnissen sind bei der Bewertung des Nutzungsrechts ebenfalls zu berücksichtigen. Für die Verpflichtung ist eine Rückstellung zu passivieren. Das Nutzungsrecht wird planmäßig über die Laufzeit des Leasingvertrages abgeschrieben.

Die Abschreibungen des aktivierten Nutzungsrechts werden in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung in den jeweiligen Funktionsbereichen erfasst und der Zinsaufwand aus der Aufzinsung der erfassten Leasingverbindlichkeit im Finanzergebnis.

Finanzinstrumente

Ein Finanzinstrument 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 und finanzielle Verbindlichkeiten werden, soweit für den HUGO BOSS Konzern derzeit relevant, in folgende Kategorien eingeteilt:

FVTPL (Fair Value through Profit & Loss)	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten.
AC (Amortised Cost)	Finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, die mittels der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden.
FVOCI (Fair Value through Other Comprehensive Income)	Erfolgsneutral im sonstigen Ergebnis zum beizulegenden Zeitwert bewertete Vermögenswerte und Verbindlichkeiten.

Die Designation der finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten in die oben genannten Bewertungskategorien erfolgt bei ihrem erstmaligen Ansatz.

Finanzielle Vermögenswerte

Die initiale Klassifizierung der finanziellen Vermögenswerte erfolgt nach IFRS 9 durch einen zweistufigen Test, bei dem die jeweiligen Zahlungsstrombedingungen sowie das Geschäftsmodell zur Verwaltung finanzieller Vermögenswerte untersucht werden. Dieser Test findet auf Ebene des Finanzinstrumentes statt.

Die finanziellen Vermögenswerte werden bei der erstmaligen Erfassung zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Dabei werden gegebenenfalls dem Erwerb direkt zurechenbare Transaktionskosten berücksichtigt.

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 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.

HUGO BOSS berechnet und erfasst bei Wesentlichkeit für alle Finanzinstrumente, die nicht der Kategorie FVTPL zuzuordnen sind, eine Wertberichtigung nach dem „Expected Loss Model“ unter IFRS 9. Der „Expected Credit Loss“ (ECL) wird grundsätzlich in einem zweistufigen Verfahren ermittelt. Für Portfolios,

bei denen seit Erfassung keine signifikante Erhöhung des Kreditrisikos stattgefunden hat, werden lediglich jene Ausfälle berücksichtigt, die innerhalb eines Jahres wahrscheinlich sind (12-Monats-ECL). Für Portfolios, bei denen seit Erfassung eine signifikante Erhöhung des Kreditrisikos stattgefunden hat, werden jedoch sämtliche über die Laufzeit erwarteten Ausfälle berücksichtigt (Gesamtlaufzeit-ECL).

Der Konzern verwendet zur Beurteilung, ob sich das Kreditrisiko eines finanziellen Vermögenswertes verändert hat, alle angemessenen und verlässlichen Informationen, die ohne übermäßige Kosten bzw. Aufwand verfügbar sind.

Der Kategorie FVTPL („fair value through profit or loss“) werden finanzielle Vermögenswerte zugeordnet, wenn sie die entsprechenden Voraussetzungen des SPPI-Tests sowie der Prüfung des Geschäftsmodells zur Verwaltung der finanziellen Vermögenswerte nach IFRS 9 erfüllen. Hierunter fallen derivative Finanzinstrumente, die nicht in eine wirksame Sicherungsbeziehung gemäß IFRS 9 eingebunden sind. Gewinne oder Verluste finanzieller Vermögenswerte werden stets erfolgswirksam erfasst.

Finanzielle Vermögenswerte, die der Kategorie AC („amortised cost“) 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.

HUGO BOSS kategorisiert eine Forderung als ausgefallen, wenn ein Schuldner vertragliche Zahlungen, die mehr als 90 Tage überfällig sind, nicht leistet. Sofern Forderungen abgeschrieben bzw. ausgebucht wurden, führt der Konzern weiterhin Beitreibungsmaßnahmen durch, um den Einzug einer fälligen Forderung zu erwirken. In bestimmten Fällen kann ein Finanzinstrument auch unabhängig davon als ausgefallen bzw. teilweise ausgefallen betrachtet werden, wenn interne oder externe Informationen darauf hinweisen, dass eine vollständige Vereinnahmung ausstehender Zahlungen als unwahrscheinlich anzusehen ist. Hierbei werden individuelle Abschreibungssätze zwischen 1 % und 100 % verwendet. Ein finanzieller Vermögenswert wird ausgebucht, wenn keine angemessene Aussicht auf Rückzahlung der vertraglichen Zahlungsströme besteht.

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 bewertet. Dabei werden gegebenenfalls direkt zurechenbare Transaktionskosten berücksichtigt.

Der Kategorie FVTPL („fair value through profit or loss“) 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 sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten 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.

Sicherungsinstrumente

Derivative Finanzinstrumente werden 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 IFRS 9 zur Qualifizierung der Geschäfte als Sicherungsgeschäfte erfüllt.

Nach IFRS 9 sind grundsätzlich alle derzeit im Konzern gehaltenen derivativen Finanzinstrumente der Kategorie FVTPL („fair value through profit or loss“) zuzuordnen und zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren, sofern sie nicht in eine wirksame Sicherungsbeziehung eingebunden sind. 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 IFRS 9 (Cashflow-Hedges) sind, führen die Zeitwertschwankungen nicht zu Auswirkungen auf das Periodenergebnis während der Laufzeit des Derivats. Die Zeitwertschwankungen werden erfolgsneutral in der entsprechenden Rücklagenposition erfasst. Der angesammelte Wert im Eigenkapital wird bei Fälligkeit des gesicherten Zahlungsstroms als Gewinn oder Verlust im Periodenergebnis berücksichtigt.

Zuwendungen der öffentlichen Hand

Zuwendungen der öffentlichen Hand werden erfasst, wenn das Unternehmen mit hinreichender Sicherheit die mit der Zuwendung verbundenen Bedingungen erfüllt und die Zuwendungen gewährt werden. Die Unterstützungen müssen in den Perioden erfolgswirksam erfasst werden, in denen das Unternehmen die unterstützungsfähigen Aufwendungen ansetzt.

Sind Aufwendungen oder Verluste bereits schon angefallen oder dienen die Zuwendungen zur sofortigen finanziellen Unterstützung unabhängig von speziellen Aufwendungen, so sind die Zuwendungen in der Periode erfolgswirksam zu erfassen, in der der entsprechende Anspruch besteht. Die entsprechenden Beträge werden aufwandsmindernd in den jeweiligen Funktionsbereichen erfasst.

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 mit einer Laufzeit von über einem Jahr werden mit risikoadäquaten Zinssätzen abgezinst, sofern der Zinseffekt wesentlich ist. In diesen Fällen entspricht der Rückstellungsbetrag dem Barwert der zur Erfüllung der Verpflichtung voraussichtlich notwendigen Ausgaben.

Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen

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.

Pensionsrückstellungen

Die Bewertung der Pensionsrückstellungen bezieht sich auf die Verpflichtung des Konzerns für leistungsorientierte und beitragsorientierte Pläne. Nach IAS 19 wird für leistungsorientierte Altersvorsorgepläne das Anwartschaftsbarwertverfahren vorgeschrieben, das unter Berücksichtigung von zukünftigen Entgelt- und Rentenanpassungen errechnet wurde. Dem Anwartschaftsbarwert am Jahresende wurde das in Rückdeckungsversicherungen 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 in den jeweiligen Funktionskosten ausgewiesen. Die Beiträge aus beitragsorientierten Altersvorsorgeplänen werden bei ihrer Fälligkeit als Aufwand in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung erfasst.

Anteilsbasierte Vergütungsprogramme

Anteilsbasierte Vergütungsprogramme werden im Einklang mit IFRS 2 bilanziert. Bei dem mit Wirkung zum 1. Januar 2016 ausgegebenen Long-Term-Incentive-Programm (LTI) für Vorstände und bezugsberechtigte Führungskräfte handelt es sich um eine anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich („cash-settled share-based payment transaction“). Die aus dem LTI resultierenden Aufwendungen respektive Verbindlichkeiten zur Abgeltung dieser Leistungen werden über den erwarteten Erdienungszeitraum erfasst. Dieser Betrag wird zu jedem Bilanzstichtag neu bemessen und mittels eines Optionspreismodells bewertet. Änderungen des beizulegenden Zeitwerts werden erfolgswirksam erfasst. Der entstandene Aufwand wird in den Personalaufwendungen der jeweiligen Funktionsbereiche ausgewiesen, die Verbindlichkeit als Rückstellung für Personalaufwendungen.

Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen

Eventualschulden werden im Abschluss 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.

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 Ermessensausübungen werden getroffen, um ein tatsächliches Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns zu vermitteln. Die angewendeten wesentlichen Ermessensausübungen und Schätzungen werden in den jeweiligen Anhangsangaben beschrieben.

Unternehmenserwerbe/Erwerbe von sonstigen Geschäftseinheiten

Übernahmen im Geschäftsjahr 2020

Mit Wirkung zum 1. Januar 2020 hat die HUGO BOSS Middle East FZ-LLC, V.A.E. im Rahmen einer Vertragsänderung des Joint-Venture-Vertrages die ausschlaggebenden Stimmrechte zur Erlangung der Entscheidungsgewalt an der HUGO BOSS AL FUTTAIM UAE TRADING L.L.C., Dubai, V. A. E. erhalten. Für die Ermittlung des Geschäfts- oder Firmenwertes ist mangels übertragener Gegenleistung auf den beizulegenden Zeitwert der Anteile der Beteiligung zum Zeitpunkt der Kontrollerlangung abzustellen. Der Buchwerte der Anteile der Beteiligung ist zunächst auf deren beizulegenden Zeitwert im Zeitpunkt der Kontrollerlangung ergebniswirksam anzupassen. Aus der Gegenüberstellung des beizulegenden Zeitwerts der Beteiligung und dem anteiligen neu bewerteten Eigenkapital ergibt sich ein Goodwill in Höhe von 4.873 TEUR. Der sich daraus ergebende Ertrag wurde in den Vertriebsaufwendungen erfasst. Insgesamt wurde ein Ertrag in Höhe von 5.894 TEUR aus der Anpassung der Anteile der Beteiligung und der Gegenüberstellung mit dem anteiligen neu bewerteten Eigenkapital erfasst.

(in TEUR)	2020
Übertragene Gegenleistung	
Vereinbarter Kaufpreis	0
Beizulegender Zeitwert der Anteile der Beteiligung	10.775
Buchwerte der Minderheitsanteile der Beteiligung	6.142
Summe beizulegende Zeitwerte	16.917
Beizulegende Zeitwerte der übernommenen Vermögenswerte und Schulden	
Nutzungsrechte an Leasingobjekten	17.498
Sachanlagen	4.448
Vorräte	7.766
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.961
Sonstige Vermögenswerte	3.214
Summe Vermögenswerte	34.887
Finanzverbindlichkeiten	18.541
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.153
Sonstige Verbindlichkeiten	3.149
Summe Verbindlichkeiten	22.843
Geschäfts- oder Firmenwert	4.873

Der Geschäfts- oder Firmenwert entfällt auf das Segment Europa. Von einer steuerlichen Nutzung des Geschäfts- oder Firmenwerts ist voraussichtlich nicht auszugehen.

Der Joint-Venture-Vertrag beinhaltet Kaufoptionen („Call-Options“), die zum Erwerb von bis zu 100% der Stimmrechte berechtigen, die unter gewissen Voraussetzungen und nur bei einer Gesetzesänderung zugunsten ausländischer Investoren gezogen werden können.

Der durch den Erwerb im Geschäftsjahr 2020 zusätzlich generierte Konzernumsatz betrug 28.025 TEUR. Die Auswirkung auf das Konzernergebnis war hingegen unwesentlich.

Im Zuge der Gesellschaftsgründung der Salam Stores HUGO BOSS WLL, Qatar, V. A. E. hat der Joint-Venture-Partner zwei Stores und damit verbundene Anlagewerte in den HUGO BOSS Konzern eingebracht.

Übernahmen im Geschäftsjahr 2019

Es wurden keine Übernahmen im Geschäftsjahr 2019 durchgeführt.

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung

1 | Umsatzerlöse und Umsatzkosten

Umsatzerlöse

(in TEUR)

	2020	2019
Eigener Einzelhandel	1.278.581	1.869.105
Stationärer Einzelhandel	1.057.215	1.718.024
Eigener Onlinehandel	221.366	151.080
Großhandel	603.088	931.243
Lizenzen	64.174	83.708
Gesamt	1.945.843	2.884.056

Umsatzkosten

(in TEUR)

	2020	2019
Umsatzkosten gesamt	758.641	1.008.619
Anschaffungskosten für bezogene Waren	664.027	898.954
Davon Materialaufwand	568.616	886.318
Herstellungskosten für Eigenfertigung	94.614	109.665

Der in den Umsatzkosten enthaltene Materialaufwand umfasst Eingangsfracht- und Zollkosten in Höhe von 95.255 TEUR (2019: 119.620 TEUR).

2 | Vertriebs- und Marketingaufwendungen

(in TEUR)

	2020	2019
Aufwendungen für eigenen Einzelhandel, Vertriebs- und Marketingorganisation	896.556	963.693
Marketingaufwendungen	158.737	179.600
Davon Aufwendungen	162.095	184.467
Davon Erträge aus der Weiterberechnung von Marketingaufwendungen	-3.358	-4.867
Aufwendungen für Logistik	82.684	91.294
Gesamt	1.137.977	1.234.587
Davon sonstige Steuern	2.746	2.505

Die Aufwendungen für den eigenen Einzelhandel sowie die Vertriebs- und Marketingorganisation umfassen im Wesentlichen Personalaufwendungen für den Groß- und Einzelhandelsvertrieb sowie Abschreibungen der Nutzungsrechte an Leasingobjekten nach IFRS 16. Zudem sind umsatzabhängige Provisionen, Ausgangsfracht- und Zollkosten, Kreditkartengebühren sowie Wertminderungen auf Vermögenswerte der Einzelhandelsgeschäfte enthalten. Darüber hinaus beinhaltet diese Position Verluste aus der Ausbuchung sowie Wertminderungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 10.759 TEUR (2019: 5.766 TEUR).

Die Aufwendungen für Logistik beinhalten im Wesentlichen Personalaufwendungen für die Lagerlogistik sowie Abschreibungen der Nutzungsrechte an Leasingobjekten.

3 | Verwaltungsaufwendungen

(in TEUR)

	2020	2019
Verwaltungsaufwand	226.509	231.112
Forschungs- und Entwicklungskosten	58.334	65.242
Davon Personalaufwand	44.574	47.256
Davon Abschreibungen	2.567	2.626
Davon sonstiger betrieblicher Aufwand	11.193	15.360
Gesamt	284.843	296.354
Davon sonstige Steuern	4.151	4.188

Der Verwaltungsaufwand besteht überwiegend aus dem Personalaufwand des Funktionsbereichs, Instandhaltungskosten, IT-Betriebskosten, Rechts- und Beratungskosten sowie den Abschreibungen der Nutzungsrechte an Leasingobjekten.

Aufwendungen für Forschung und Entwicklung fallen schwerpunktmäßig im Rahmen der Kollektions-erstellung an.

In den Verwaltungsaufwendungen sind sonstige Erträge in Höhe von 13.711 TEUR (2019: 15.832 TEUR) enthalten. Diese setzen sich unter anderem aus aktivierten Eigenleistungen sowie aus Kantinenerlösen zusammen. Zusätzlich ist ein Ertrag in Höhe von 3.919 TEUR (2019: 6.938 TEUR) aus der Auflösung von Rückstellungen entstanden.

4 | Finanzergebnis

(in TEUR)

	2020	2019
Zinsen und ähnliche Erträge	2.281	1.609
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-28.449	-33.074
Zinsergebnis	-26.168	-31.465
Kursgewinne/-verluste aus Forderungen/Verbindlichkeiten	-16.113	3.202
Ergebnis aus Absicherungsgeschäften	8.659	-10.305
Sonstige Finanzaufwendungen/-erträge	-3.996	-335
Übrige Finanzposten	-11.450	-7.438
Finanzergebnis	-37.618	-38.903

In den Zinserträgen sind Erträge aus Bankguthaben in Höhe von 1.741 TEUR (2019: 1.033 TEUR) und sonstige Zinserträge in Höhe von 540 TEUR (2019: 576 TEUR) enthalten.

In den Zinsaufwendungen sind Aufwendungen aus Finanzschulden in Höhe von 6.781 TEUR (2019: 2.853 TEUR) sowie sonstige Zinsaufwendungen in Höhe von 21.668 TEUR (2019: 30.221 TEUR) enthalten. Diese Posten enthalten im Wesentlichen Zinsaufwendungen aus der Aufzinsung von zukünftigen Mindestleasingverpflichtungen von 20.615 TEUR (2019: 22.222 TEUR). Des Weiteren sind hier neben Darlehenszinsen im Wesentlichen der Nettozinsbetrag aus den Pensionsrückstellungen, Zinsen auf nichtfinanzielle Verbindlichkeiten (wie zum Beispiel Steuerschulden aus Betriebsprüfungen) sowie Zinsaufwendungen aus der Bewertung zum Barwert der sonstigen langfristigen Rückstellungen in Höhe von 1.053 TEUR (2019: 7.999 TEUR) enthalten.

Die Kursgewinne und -verluste aus Forderungen und Verbindlichkeiten enthalten Wechselkursgewinne in Höhe von 22.273 TEUR (2019: 23.931 TEUR) sowie Wechselkursverluste in Höhe von 38.386 TEUR (2019: 20.729 TEUR). Das Ergebnis aus Absicherungsgeschäften beinhaltet Effekte aus der Fair-Value-Bewertung und dem Abgang von Devisentermin- und Devisenswapgeschäften.

5 | Ertragsteuern

(in TEUR)

	2020	2019
Laufende Steuern	21.330	105.159
Latente Steuern	-75.384	-4.809
Gesamt	-54.054	100.350

Als Ertragsteuern werden die Körperschaftsteuer zuzüglich des Solidaritätszuschlags und die Gewerbesteuer der inländischen Konzerngesellschaften sowie die vergleichbaren Ertragsteuern der ausländischen Konzerngesellschaften ausgewiesen.

Für die HUGO BOSS AG ermittelt sich ein inländischer Ertragsteuersatz von 29,5% (2019: 29,5%). Die Steuersätze im Ausland liegen zwischen 0% und 34%.

Im Geschäftsjahr 2020 enthalten die laufenden Ertragsteuern periodenfremde Aufwendungen in Höhe von 2.755 TEUR (2019: 24.396 TEUR) sowie periodenfremde Erträge in Höhe von 2.131 TEUR (2019: 5.337 TEUR) und anrechenbare Quellensteuer von 4.431 TEUR (2019: 1.697 TEUR). In den periodenfremden Aufwendungen des Vorjahres sind Rückstellungen für die Risiken aus der steuerlichen Außenprüfung der HUGO BOSS AG für die Jahre 2012 bis 2015 enthalten.

Die folgende Tabelle zeigt eine Überleitungsrechnung vom erwarteten Ertragsteueraufwand, der sich theoretisch bei Anwendung des aktuellen inländischen Ertragsteuersatzes von 29,5% (2019: 29,5%) auf Konzernebene ergeben würde, zum tatsächlich ausgewiesenen Ertragsteueraufwand im Konzern. Der verwendete inländische Ertragsteuersatz berücksichtigt den Körperschaftsteuersatz (inkl. Solidaritätszuschlag) von 15,8% (2019: 15,8%) sowie einen Gewerbesteuersatz von 13,7% (2019: 13,7%).

(in TEUR)

	2020	2019
Ergebnis vor Ertragsteuern	-273.236	305.593
Erwarteter Ertragsteueraufwand	-80.741	90.303
Steuereffekte aus permanenten Abweichungen	5.076	11.089
Steuersatzbedingte Abweichungen	13.109	-19.385
Davon Auswirkungen Steuersatzänderungen	389	1.832
Davon Anpassung des Steuerbetrags an den abweichenden nationalen Steuersatz	12.720	-21.217
Steuererstattungen/Steuernachzahlungen	5.055	20.757
Latente Steuereffekte aus Vorjahren	-1.431	2
Veränderung Wertberichtigung auf aktive latente Steuern	5.925	-630
Steuereffekte aus ausschüttungsfähigen Gewinnen von Konzerngesellschaften	135	-1.028
Sonstige Abweichung	-1.182	-758
Ausgewiesener Ertragsteueraufwand	-54.054	100.350
Ertragsteuerbelastung	20%	33%

Die Verminderung der Ertragsteuerbelastung durch steuerfreie Erträge beträgt 270 TEUR (2019: 2.350 TEUR). Die gegenläufigen Steuereffekte der nicht abzugsfähigen Betriebsausgaben belaufen sich auf 5.346 TEUR (2019: 13.439 TEUR). Die steuersatzbedingten Abweichungen ergeben sich aus der Ergebnisverteilung und dem Steuersatzgefälle in den unterschiedlichen Ländern. Im Geschäftsjahr 2020 wurden jene aktive latente Steuern wertberichtigt, für die von einer Realisierung der Steueransprüche in absehbarer Zeit nicht auszugehen ist. Hieraus resultiert ein Aufwand in Höhe von 5.925 TEUR (2019: 630 TEUR Ertrag).

Im sonstigen Ergebnis ist ein latenter Steuerertrag in Höhe von 1.008 TEUR (2019: Ertrag in Höhe von 3.247 TEUR) enthalten. Dieser Betrag besteht im Geschäftsjahr 2020, wie im Vorjahr, 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)

	2020		2019	
	Aktivisch	Passivisch	Aktivisch	Passivisch
Rückstellungen und Verbindlichkeiten	27.624	-2.623	21.701	-655
Steuerliche Verlustvorträge	51.078	0	7.578	0
Vorratsbewertung	38.108	-5.129	29.580	-5.334
Ansatz und Bewertung des Anlagevermögens	49.778	-25.514	35.706	-11.658
Forderungsbewertung	4.095	-86	3.960	-165
Finanzverbindlichkeiten und finanzielle Vermögenswerte	22.425	-34	12.082	-6
Gewinnrücklagen von Tochtergesellschaften	0	-3.976	0	-3.988
Sonstige Ansatz- und Bewertungsunterschiede	8.197	-5.272	5.817	-7.958
Nettobetrag	201.305	-42.634	116.424	-29.764
Saldierung	-30.093	30.093	-18.500	18.500
Gesamt	171.212	-12.541	97.924	-11.264

Von den latenten Steueransprüchen sind 87.357 TEUR (2019: 60.465 TEUR) und von den latenten Steuerschulden 29.400 TEUR (2019: 15.837 TEUR) langfristig.

Latente Steuern auf IFRS-16-Bilanzpositionen wurden saldiert ausgewiesen. Die aktive latente Steuer auf Leasingverbindlichkeiten beträgt 171.376 TEUR (2019: 176.305 TEUR), die passive latente Steuer auf Nutzungsrechte beträgt 149.804 TEUR (2019: 164.708). Nach Saldierung ergibt sich ein latenter Steueranspruch in Höhe von 21.572 TEUR (2019: 11.597), dieser ist unter Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen.

Ausschüttungsfähige Gewinne bei ausländischen Tochtergesellschaften sollen in den nächsten Jahren teilweise nach Deutschland ausgeschüttet werden. Der bei Ausschüttung anfallende deutsche Steueraufwand in Höhe von 1.087 TEUR (2019: 1.087 TEUR) wurde als latente 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 passive latente Steuern in Höhe von 2.889 TEUR (2019: 2.901 TEUR) gebildet.

Weitere passive latente Steuern aufgrund von Differenzen zwischen dem jeweiligen Nettovermögen und dem steuerlichen Anteilsbuchwert bei Tochterunternehmen in Höhe von 170.982 TEUR (2019: 327.715 TEUR) wurden nicht gebildet, da die darin enthaltenen 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.

Aktive latente Steuern auf Verlustvorträge und abzugsfähige temporäre Differenzen wurden angesetzt, soweit passive latente Steuern vorliegen oder soweit die Unternehmensplanung in den Folgejahren ausreichende Gewinne ausweist. Der Werthaltigkeitsbeurteilung liegen detaillierte Ergebnisplanungen für alle Konzerneinheiten zugrunde, die im Rahmen des unternehmensweiten Budgetplanungsprozesses unter Berücksichtigung der aktuellen Geschäftslage erstellt und vom Aufsichtsrat genehmigt wurden. Die Planungsannahmen berücksichtigen die Erwartungen des Managements zur erwarteten Erholung der Geschäftsentwicklung des stationären Einzelhandels von den Auswirkungen von COVID-19. Für die globale Bekleidungsindustrie erwarten Branchenexperten, dass das Umsatz- und Ergebnisniveau von vor der Pandemie im Jahr 2023 wieder erreicht werden kann. Zum Bilanzstichtag waren aktive latente Steuern in Höhe von 125.526 TEUR (2019: 24.165 TEUR) bei Konzerngesellschaften bilanziert, die in der Berichts- bzw. Vorperiode Verluste erzielt haben.

Die noch nicht genutzten ertragsteuerlichen Verlustvorträge entfallen auf inländische und ausländische Konzerngesellschaften und betragen:

(in TEUR)

	2020	2019
Verfallsdatum innerhalb von		
1 Jahr	708	4.475
2 Jahren	301	648
3 Jahren	4.841	1.998
4 Jahren	2.424	356
5 Jahren	3.506	2.375
Mehr als 5 Jahren	72.815	13.498
Unbegrenzt vortragsfähig	187.736	61.943
Gesamt	272.331	85.293

Auf die nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträge wurde sowohl zum 31. Dezember 2020 als auch in den vorangegangenen Geschäftsjahren der entsprechende latente Steueranspruch in Höhe von 51.078 TEUR (2019: 7.578 TEUR) gebildet. Im Geschäftsjahr 2020 wurden für Verlustvorträge in Höhe von 65.055 TEUR (2019: 53.767 TEUR) keine latenten Steuern angesetzt. Davon verfallen 375 TEUR (2019: 303 TEUR) in 2021, 167 TEUR (2019: 1.271 TEUR) in 2022, 4.841 TEUR (2019: 356 TEUR) in 2023, 637 TEUR (2019: 720 TEUR) in 2024, 2.199 TEUR in 2025, 13.181 TEUR (2019: 420 TEUR) in mehr als fünf Jahren und 43.655 TEUR (2019: 49.689) sind unbegrenzt vortragsfähig.

Ermessensentscheidungen wurden in dem Maße getroffen, dass auf nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge latente Steueransprüche erfasst werden, wenn es wahrscheinlich ist, dass künftig zu versteuerndes Einkommen entsteht, gegen das die noch nicht genutzten Verlustvorträge verrechnet werden können. Die Wahrscheinlichkeit der künftigen Nutzbarkeit wird unter Berücksichtigung verschiedener Faktoren, wie zum Beispiel zukünftig zu versteuernde Ergebnisse in den Planperioden, erreichte Ergebnisse der Vergangenheit sowie bereits ergriffene Maßnahmen zur Profitabilitätssteigerung und zur Verfügung stehenden Steuerplanungsstrategien beurteilt. HUGO BOSS geht dabei von einem Planungshorizont von höchstens fünf Jahren aus. Die tatsächlichen Werte können von den Schätzungen abweichen.

Die Ertragsteuerforderungen betreffen im Wesentlichen Steuervorauszahlungen und Erstattungsansprüche. Diese werden basierend auf vernünftigen Schätzungen gebildet, soweit eine Erstattung durch die Finanzverwaltung auf Basis einschlägiger Rechtsprechung als überwiegend wahrscheinlich eingeschätzt wird. Bei der Beurteilung wird auch auf die Einschätzung lokaler externer Sachverständiger zurückgegriffen.

Seit 2017 wird eine steuerliche Außenprüfung für die Veranlagungszeiträume 2012 bis 2015 bei der HUGO BOSS AG durchgeführt. Auf Grundlage der bisher vorliegenden Erkenntnisse hat die Gesellschaft mögliche steuerliche Risiken aus bilanziellen und außerbilanziellen Sachverhalten sowie Strukturänderungen identifiziert. Da die Prüfungshandlungen der Finanzverwaltung abgeschlossen sind wurden für den Prüfungszeitraum teilweise freiwillige Vorauszahlungen vorgenommen, im übrigen entsprechende Rückstellungen zuzüglich Zinsen gebildet.

6 | Ergebnis je Aktie

Weder zum 31. Dezember 2020 noch zum 31. Dezember 2019 standen Aktien aus, die das Ergebnis je Aktie verwässern könnten.

(in TEUR)

	2020	2019
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis	-219.593	205.113
Durchschnittliche Zahl der ausgegebenen Aktien ¹	69.016.167	69.016.167
Ergebnis je Aktie in EUR ²	-3,18	2,97

¹ Ohne Berücksichtigung eigener Anteile.

² Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

7 | Zusätzliche Angaben zur Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung

Personalaufwand

(in TEUR)

	2020	2019
Umsatzkosten	76.896	87.126
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	319.549	373.837
Verwaltungsaufwendungen	173.476	178.932
Gesamt	569.921	639.895

In den Personalaufwendungen sind Erträge aus staatlichen Zuschüssen enthalten. Diese entfallen im Wesentlichen auf weltweite staatliche Unterstützungsleistungen für Personalkosten aufgrund von COVID-19 in Höhe von 25.071 TEUR.

(in TEUR)

	2020	2019
Löhne und Gehälter	479.938	541.061
Soziale Abgaben	84.787	94.406
Aufwendungen und Erträge für Altersversorgung und für Unterstützung	5.196	4.428
Gesamt	569.921	639.895

Die Mitarbeiterzahlen stellen sich im Jahresdurchschnitt wie folgt dar:

Mitarbeiter

	2020	2019
Gewerbliche Arbeitnehmer	4.639	5.012
Kaufmännische Arbeitnehmer	11.619	12.032
Gesamt	16.258	17.044

Planmäßige Abschreibungen

(in TEUR)

	2020	2019
Umsatzkosten	5.907	6.013
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	308.370	308.254
Verwaltungsaufwendungen	40.983	38.071
Gesamt	355.260	352.338

Wertminderungen

(in TEUR)

	2020	2019
Konzerneigener Einzelhandel	57.283	10.836
Immaterielle Vermögenswerte inkl. Geschäfts- oder Firmenwert	4.684	0
Nutzungsrecht an Leasingobjekten	48.102	1.063
Gesamt	110.069	11.899

Erläuterungen zur Konzernbilanz

8 | Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

(in TEUR)

2020	Bruttobuchwert zum 1. Jan.	Änderung Konsolidierungskreis	Währungsdifferenzen	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	Bruttobuchwert zum 31. Dez.	Kumulierte Abschreibungen zum 1. Jan.	Änderung Konsolidierungskreis	Währungsdifferenzen	Zugänge aus Abschreibungen	Zugänge aus Wertminderungen	Abgänge aus Wertaufholungen	Abgänge	Umbuchungen	Kumulierte Abschreibungen zum 31. Dez.	Nettobuchwert zum 31. Dez.
Software, Lizenzen und sonstige Rechte	288.992	0	-1.440	19.444	-2.362	0	304.634	184.327	0	-1.145	23.847	203	0	-2.251	0	204.981	99.653
Markenrechte	14.992	0	0	0	0	0	14.992	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14.992
Geschäfts- oder Firmenwert	58.373	4.873	-1.532	0	0	0	61.714	1.522	0	85	0	4.480	0	0	0	6.087	55.627
Immaterielle Vermögenswerte	362.357	4.873	-2.972	19.444	-2.362	0	381.340	185.849	0	-1.060	23.847	4.683	0	-2.251	0	211.068	170.272
Grundstücke und Bauten	282.230	764	-1.182	362	-22.961	-637	258.576	102.440	0	-861	9.634	0	0	-22.758	-1.628	86.827	171.749
Technische Anlagen und Maschinen	119.714	105	-301	1.626	-1.574	337	119.907	68.245	29	-261	7.430	0	0	-1.505	0	73.938	45.969
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	907.596	6.514	-35.340	52.396	-60.247	4.080	874.999	635.976	2.144	-26.148	85.488	57.283	0	-59.172	0	695.571	179.428
Anlagen im Bau	13.892	3	-409	5.568	-4.033	-4.620	10.401	3	0	0	0	0	0	0	0	3	10.398
Sachanlagen	1.323.432	7.386	-37.232	59.952	-88.815	-840	1.263.883	806.664	2.173	-27.270	102.553	57.283	0	-83.435	-1.628	856.340	407.543
Gesamt	1.685.789	12.259	-40.204	79.396	-91.177	-840	1.645.223	992.513	2.173	-28.330	126.400	61.966	0	-85.686	-1.628	1.067.408	577.815
2019																	
Software, Lizenzen und sonstige Rechte	263.448	524	600	29.988	-5.591	23	288.992	167.516	0	2.254	20.128	0	0	-5.571	0	184.327	104.665
Markenrechte	14.992	0	0	0	0	0	14.992	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14.992
Geschäfts- oder Firmenwert	57.804	0	398	171	0	0	58.373	1.519	0	3	0	0	0	0	0	1.522	56.851
Immaterielle Vermögenswerte¹	336.244	524	998	30.159	-5.591	23	362.357	169.035	0	2.257	20.128	0	0	-5.571	0	185.849	176.508
Grundstücke und Bauten	196.134	49.665	2.033	44.774	-11.355	979	282.230	102.385	0	1.157	9.513	0	0	-10.615	0	102.440	179.790
Technische Anlagen und Maschinen	80.165	33.719	176	6.559	-2.247	1.342	119.714	65.291	0	159	5.013	0	0	-2.218	0	68.245	51.469
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	840.598	266	12.670	100.487	-72.671	26.246	907.596	600.858	0	8.860	87.632	10.836	-300	-71.910	0	635.976	271.620
Anlagen im Bau	34.681	0	46	7.772	-17	-28.590	13.892	3	0	0	0	0	0	0	0	3	13.889
Sachanlagen	1.151.578	83.650	14.925	159.592	-86.290	-23	1.323.432	768.537	0	10.176	102.158	10.836	-300	-84.743	0	806.664	516.768
Gesamt	1.487.822	84.174	15.923	189.751	-91.881	0	1.685.789	937.572	0	12.433	122.286	10.836	-300	-90.314	0	992.513	693.276

¹ Die dargestellten Beträge weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

Software, Lizenzen und sonstige Rechte

Für das konzernweite ERP System bestehend aus den Branchenlösungen SAP AFS und SAP Retail sind immaterielle Vermögenswerte mit Anschaffungskosten in Höhe von 84.999 TEUR (2019: 85.096 TEUR) aktiviert, wovon zum Bilanzstichtag bereits 74.819 TEUR (2019: 72.270 TEUR) planmäßig abgeschrieben waren. Der verbleibende Abschreibungszeitraum beträgt 3,1 Jahre (2019: 4,2 Jahre). Neben der beschriebenen Software sind andere Softwarelizenzen in Höhe von 83.836 TEUR (2019: 85.229 TEUR) enthalten, deren verbleibender Abschreibungszeitraum 4,2 Jahre beträgt (2019: 4,8 Jahre). Die Nutzungsdauer von Software und Softwarelizenzen liegt zwischen 3 und 7 Jahren.

Weiterhin sind im Posten „Software, Lizenzen und sonstige Rechte“ immaterielle Vermögenswerte aus Kaufpreisallokationen enthalten. Unter anderem wurden Business Licenses und zurückerworbene Franchiserechte mit einer Nutzungsdauer von 1 bis 10 Jahren angesetzt.

Markenrechte

Die ausgewiesenen Markenrechte in Höhe von 14.992 TEUR (2019: 14.992 TEUR), die als Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer klassifiziert sind, entfallen im Wesentlichen auf erworbene Markenrechte zur Nutzung der Markennamen BOSS, HUGO und HUGO BOSS in den USA. Die unbegrenzte Nutzungsdauer resultiert aus der Einschätzung einer dauerhaften Nutzung der registrierten Markennamen.

Sachanlagen

Im Zusammenhang mit Grundstücken und Gebäuden existieren Grundschulden in Höhe von 131.537 TEUR (2019: 135.419 TEUR), die auf die Übernahme der Anteile an der Distributionszentrum Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt HUGO BOSS Filderstadt KG zurückzuführen sind.

Auf Sachanlagen wurden Wertminderungen in Höhe von 57.283 TEUR (2019: 10.836 TEUR) erfasst, welche im Wesentlichen auf Sachanlagen für einzelne konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte entfallen. Wertminderungen auf Sachanlagen wurden vollständig in den Vertriebs- und Marketingaufwendungen verbucht.

Im Sachanlagevermögen werden Gebäude grundsätzlich über eine Nutzungsdauer von 30 Jahren abgeschrieben, technische Anlagen und Maschinen über eine Nutzungsdauer von 5 bis 19 Jahren, andere Anlagen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung 2 bis 15 Jahre.

Bestellobligos

Darüber hinaus bestehen Bestellobligos für Investitionen in Höhe von 1.802 TEUR (2019: 401 TEUR). Dabei entfallen auf das Sachanlagevermögen 1.731 TEUR (2019: 104 TEUR) sowie auf immaterielle Vermögenswerte 71 TEUR (2019: 297 TEUR). Die Verpflichtungen zum 31. Dezember 2020 sind innerhalb eines Jahres fällig.

Erwerb Gruppe von Vermögenswerten

Im Geschäftsjahr 2019 hat die HUGO BOSS AG eine Abstandszahlung in Höhe von 4.300 TEUR an den Komplementär der Distributionszentrum Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt HUGO BOSS Filderstadt KG geleistet. Infolgedessen vereinigten sich nach Austritt des Komplementärs alle Geschäftsanteile auf die HUGO BOSS AG. Die Distributionszentrum Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt HUGO BOSS Filderstadt KG ist somit per Anwachsung auf die HUGO BOSS AG übergegangen.

Diese Transaktion stellte keinen Erwerb eines Geschäftsbetriebs im Sinne des IFRS 3 dar, sondern den Erwerb einer Gruppe von Vermögenswerten. Im Rahmen des Erwerbsvorgangs wurden damit sämtliche Vermögenswerte und Schulden auf Basis des jeweiligen Standards bewertet. Die Differenz zwischen Gesamtkaufpreis und den beizulegenden Zeitwerten der Vermögenswerte und Schulden wurde auf Basis der relativen Zeitwerte allokiert. Dies führte zu einem Zugang von immateriellen Vermögenswerten von 500 TEUR und Sachanlagevermögen in Höhe von 83.659 TEUR.

9 | Leasingverhältnisse

HUGO BOSS hat in wesentlichem Umfang Leasingverträge zur Anmietung von Einzelhandelsgeschäften, Büro- und Lagerflächen mit einer durchschnittlichen Restlaufzeit von fünf Jahren abgeschlossen. Die Verträge beinhalten teilweise Kauf- und Verlängerungsoptionen. Ermessen übt der Konzern dahingehend aus, dass neben der Grundmietzeit Verlängerungsoptionen in die Ermittlung der Vertragslaufzeit einbezogen werden, wenn die Verlängerung bereits mit dem Vermieter final verhandelt und von beiden Seiten unterschrieben wurde. Hinreichende Sicherheit liegt demnach erst vor, wenn der Vertrag unterschrieben ist. Für Leasingverhältnisse von geringwertigen Vermögenswerten und für kurzfristige Leasingverbindlichkeiten wurde das Wahlrecht zur sofortigen Aufwandserfassung in Anspruch genommen. Ebenso werden Leasingverhältnisse mit variablen Mietzahlungen, für die vertraglich keine Mindestmiete festgelegt ist, unmittelbar als Aufwand erfasst. Eine Bilanzierung von Nutzungsrecht und Leasingverbindlichkeit für diese Verträge erfolgt demzufolge nicht.

Die Auswirkungen sämtlicher Leasingverhältnisse auf die Bilanz, die Gewinn-und-Verlust-Rechnung sowie die Kapitalflussrechnung stellen sich zum 31. Dezember 2020 wie folgt dar:

Leasingverhältnisse in der Bilanz

Zugänge, Abschreibungen und Veränderungen der Nutzungsrechte von Leasingobjekten werden wie folgt auf die den Leasingverhältnissen zugrundeliegenden Vermögenswerte zum 30. Dezember 2020 aufgeteilt:

(in TEUR)

	Einzelhandels- geschäfte	Lagerflächen	Verwaltungs- gebäude & Sonstiges	Gesamt
Buchwert zum 1. Januar 2020	781.015	34.296	83.056	898.367
Änderungen Konsolidierungskreis	17.498	0	0	17.498
Zugänge	167.022	5.154	9.000	181.176
Abschreibungen	-208.023	-6.070	-14.767	-228.860
Wertminderung	-48.098	-4	0	-48.102
Abgänge	-34.872	-1.065	-194	-36.131
Umbuchungen	0	-789	0	-789
Währungsunterschiede	-33.663	-1.478	-3.580	-38.721
Buchwert zum 31. Dezember 2020	640.879	30.044	73.515	744.438
Buchwert zum 1. Januar 2019¹	832.037	86.237	90.095	1.008.369
Zugänge	141.604	6.330	9.728	157.662
Abschreibungen	-205.129	-6.771	-18.152	-230.052
Wertminderung	-1.063	0	0	-1.063
Wertaufholungen	1.976	0	0	1.976
Abgänge	-2.980	-53.010	-193	-56.183
Währungsunterschiede	14.570	1.510	1.578	17.658
Buchwert zum 31. Dezember 2019	781.015	34.296	83.056	898.367

¹ Die dargestellten Beträge weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

Fälligkeitsanalyse der Leasingverbindlichkeiten

Folgende Tabelle zeigt die Aufteilung der Leasingverbindlichkeiten nach Fälligkeiten:

(in TEUR)

	diskontiert
Fällig innerhalb eines Jahres	212.876
Fällig zwischen einem und fünf Jahren	462.187
Fällig nach fünf Jahren	187.213
Gesamt	862.276

Die zum 31. Dezember 2020 auf die Leasingverhältnisse entfallenden Beträge aus der Gewinn-und-Verlust-Rechnung sowie der Kapitalflussrechnung sind in den folgenden Tabellen dargestellt:

Leasingverhältnisse in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung

(in TEUR)

	2020	2019
Abschreibungen Nutzungsrechte ¹	-228.860	-230.052
Wertminderungen Nutzungsrechte ¹	-48.102	-1.063
Nettoertrag aus Anlageabgängen von RoU Assets	4.577	281
Zinsaufwendungen für Leasingverbindlichkeiten	-20.615	-22.222
Nettoertrag aus der Währungsumrechnung von Leasingverbindlichkeiten	-2.950	9
Aufwand aus variablen Leasingzahlungen	-96.393	-132.992
Aufwand für kurzfristige Leasingverhältnisse	-1.896	-2.578
Aufwand für Leasingverhältnisse von geringwertigen Vermögenswerten	-4.290	-4.641
Erträge aus Unterleasingverhältnissen	2.200	1.397
Leasingaufwand für Software	-15.542	-15.764
Sonstige Aufwendungen (Servicekosten)	-31.520	-34.046
Gesamtaufwand aus Leasingverhältnissen	-443.391	-441.671

¹ Die dargestellten Beträge weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

Leasingverhältnisse in der Kapitalflussrechnung

(in TEUR)

	2020	2019
Gezahlte Zinsen für Leasingverbindlichkeiten	-20.615	-22.222
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-187.466	-227.394
Variable Leasingzahlungen	-96.393	-132.992
Zahlungen für kurzfristige Leasingverhältnisse	-1.896	-2.578
Zahlungen für Leasingverhältnisse von geringwertigen Vermögenswerten	-4.290	-4.641
Erhaltene Zahlungen aus Unterleasingverhältnissen	2.200	1.397
Zahlungen für Software	-15.542	-15.764
Sonstige Zahlungen	-31.520	-34.046
Gesamte Zahlungsmittelabflüsse aus Leasingverhältnissen	-355.522	-438.240

Wesentliche zukünftige nicht bilanzierte Leasingzahlungen mit Fälligkeiten

Die folgenden für HUGO BOSS wesentlichen zukünftigen Leasingzahlungen werden aufgrund der IFRS 16 Vorschriften nicht in die Bewertung der Leasingverbindlichkeiten einbezogen:

(in TEUR)

	Fällig 2021	Fällig 2022–2025	Fällig nach 2025	Gesamt
Variable Leasingzahlungen	150.819	626.239	494.771	1.271.829
Zahlungen aus nicht sicheren Kündigungsoptionen	693	11.204	12.293	24.190
Zahlungen aus nicht sicheren Verlängerungsoptionen	5.443	141.703	149.025	296.171
Gesamte Leasingzahlungen	156.955	779.146	656.089	1.592.190

Darüber hinaus sind Zahlungen aus kurzfristigen Leasingverhältnissen, Leasingverhältnissen für Software sowie für geringwertige Vermögenswerte zu erwarten, die jedoch aus Sicht von HUGO BOSS unwesentlich sind.

Die Ermittlung der zukünftigen nicht bilanzierten Leasingzahlungen basiert auf Annahmen des Managements zur Laufzeit der Leasingverträge und Höhe der Leasingzahlung. HUGO BOSS unterstellt bei der Ermittlung der zukünftigen Leasingzahlungen die Restlaufzeit des originären Mietvertrags zuzüglich der einmaligen Ausübung von Verlängerungsoptionen, die nach heutigem Erkenntnisstand noch nicht hinreichend sicher sind. Die zukünftigen variablen Leasingzahlungen werden auf Basis der für die Einzelhandelsgeschäfte und Outlets bottom-up geplanten Umsätze für das Jahr 2021 abgeleitet und mit einer flächenbereinigten Wachstumsrate extrapoliert. Zukünftige Zahlungen aus nicht sicheren Verlängerungsoptionen berücksichtigen alle zum 31. Dezember 2020 bestehenden Verträge mit Verlängerungsoption und basieren auf der Annahme von zukünftig gleichbleibenden Mietzahlungen.

Im Zuge der COVID-19-Pandemie wurden sämtliche Mietzugesändnisse, die den Anforderungen der IASB Änderungen „COVID-19-related rent concessions – Amendments to IFRS 16 Leases“ entsprachen nicht als lease modification sondern als negative variable Leasingzahlung behandelt. Der erfolgswirksam erfasste Betrag zur Berücksichtigung von Mietzugesändnissen infolge der COVID-19-Pandemie belief sich für das Geschäftsjahr 2020 auf 25.321 TEUR. Zum Stichtag ergaben sich zudem 23.264 TEUR Mietstundungen, welche gegen die Leasingverbindlichkeiten abgegrenzt wurden.

10 | Werthaltigkeitstests

Für alle Vermögenswerte im Anwendungsbereich des IAS 36 ist ein Werthaltigkeitstest durchzuführen, sofern zum Abschlussstichtag Anhaltspunkte (sogenannte „triggering events“) für eine Wertminderung vorliegen. Für immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer sowie für Geschäfts- oder Firmenwerte wird unabhängig der Existenz solcher Anhaltspunkte eine jährliche Überprüfung der Werthaltigkeit durchgeführt.

Aufgrund der erheblichen Beeinträchtigung der Geschäftsentwicklung von HUGO BOSS aufgrund der globalen Ausbreitung von COVID-19, lagen bereits im ersten Halbjahr Anhaltspunkte für eine Wertminderung langfristiger Vermögenswerte (Sachanlagevermögen, Nutzungsrechte, immaterielle Vermögenswerte inklusive Markenrechte und Geschäfts- oder Firmenwerten) vor. Aufgrund dieses „triggering events“ wurden zum Bilanzstichtag anlassbezogene Werthaltigkeitsprüfungen auf Ebene der einzelnen Vermögenswerte sowie auf Ebene der Cash Generating Unit (CGU) durchgeführt. Dabei wurden zur Ermittlung des erzielbaren Betrags die Zahlungsmittelströme auf Basis aktualisierter Finanzplanungen sowie Annahmen und Schätzungen abgeleitet.

Planmäßig abgeschriebenenes Sachanlagevermögen und Nutzungsrechte 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.

Der erzielbare Betrag der DOS wird durch die Ermittlung des Nutzungswerts auf Basis von Discounted-Cashflow-Berechnungen bestimmt. Für die Ermittlung des Nutzungswerts zum Abschlussstichtag wurden die geplanten Zahlungsmittelflüsse für die DOS aus der vom Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG genehmigten Budgetplanung verwendet. Des Weiteren werden die Rohertragsmarge der vorgelagerten Einheiten sowie die gemeinschaftlichen Vermögenswerte auf Ebene der Tochtergesellschaft bzw. auf Ebene der DOS berücksichtigt. Der Prognosezeitraum wird auf Basis der individuellen Restlaufzeit des Mietvertrags als leading asset bestimmt. Im Anschluss an das erste aus der genehmigten Budgetplanung abgeleitete Planjahr werden für die Restnutzungsdauer länder- und CGU-spezifische Umsatz- und Kostenentwicklungen zugrunde gelegt. Die verwendeten Wachstumsraten basieren dabei zum einen auf den Annahmen des Managements zur erwarteten Erholung der Geschäftsentwicklung des stationären Einzelhandels von den Auswirkungen von COVID-19 sowie im Anschluss auf dem erwarteten nominalen Retailwachstum des jeweiligen Markts. Für alle DOS ergeben sich Wachstumsraten im niedrigen einstelligen bis hohem einstelligen Prozentbereich. Am Ende der Restnutzungsdauer wird eine Abwicklung des jeweiligen DOS mit einer Veräußerung der operativen Vermögenswerte unterstellt. Bei der Ermittlung des Nutzungswerts der DOS wurden die Cashflows mit einem gewichteten Kapitalkostensatz zwischen 4,6% und 18,3% (2019: zwischen 4,2% und 19,5%) diskontiert. Dabei wurde ein laufzeitäquivalente risikofreier Zinssatz in Höhe von –0,6% (2019: –0,7%) und eine Marktrisikoprämie in Höhe von 7,0% (2019: 6,5%) zugrunde gelegt. Bei Vorliegen eines Wertminderungsbedarfs wird dieser anteilig auf die langfristigen Vermögenswerte der CGU allokiert. Dabei darf aber kein Vermögenswert unter dem jeweiligen beizulegenden Zeitwert angesetzt werden. Zu diesem Zweck erfolgt eine separate Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts des Nutzungsrechts. Sofern verfügbar werden Informationen aus tatsächlichen Mietvertragsverlängerungen bzw. Neuabschlüssen für vergleichbare eigene Einzelhandelsgeschäfte zur Ableitung der Marktmiete und somit des beizulegenden Zeitwerts verwendet. Liegen keine internen Daten für vergleichbare Objekte vor, erfolgt die Ableitung der Marktmiete mithilfe von Einschätzungen von externen Immobilienspezialisten für Objekte in vergleichbarer Lage. Entsprechen die Konditionen, zu denen der Mietvertrag abgeschlossen wurde, den aktuellen aus tatsächlichen Mietvertragsabschlüssen oder den Einschätzungen der externen Immobilienspezialisten abgeleiteten Marktkonditionen, wird von einer Werthaltigkeit des Nutzungsrechts ausgegangen. Übersteigt der beizulegende Zeitwert den ermittelten Nutzungswert, wird der aus der Nutzungswertermittlung der CGU ergebende Wertminderungsaufwand auf die sonstigen langfristigen Vermögenswerten der CGU allokiert.

Aus den anlassbezogenen Werthaltigkeitsüberprüfungen aufgrund der Auswirkungen von COVID-19 von DOS ergaben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr Wertminderungen von langfristigen Vermögenswerten in Höhe von 105.969 TEUR (2019: 10.348 TEUR), die erfolgswirksam in der Position „Vertriebs- und Marketingaufwendungen“ erfasst wurden. Dabei entfielen 57.283 TEUR auf Sachanlagevermögen sowie 48.102 TEUR auf Nutzungsrechte. Die Wertminderungen entfallen auf alle Regionen.

Geschäfts- oder Firmenwerte und immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer

Der Wertminderungsbeurteilung liegen detaillierte Ergebnis-, Bilanz- und Investitionsplanungen für das nächste Jahr für alle Konzerneinheiten zugrunde, die im Rahmen des unternehmensweiten Budgetplanungsprozesses unter Berücksichtigung der aktuellen Geschäftslage erstellt und vom Aufsichtsrat genehmigt wurden. Für über die Budgetplanung hinausgehende Zeiträume wird eine jährliche Wachstumsrate bestimmt und zur Prognose der künftigen Cashflows im Detailplanungszeitraum von weiteren vier Jahren angewendet. Die verwendeten Wachstumsraten basieren zum einen auf den Annahmen des Managements zur erwarteten Erholung der Geschäftsentwicklung des stationären Einzelhandels von den Auswirkungen von COVID-19 sowie auf externen Informationsquellen. Die Planung der Investitionen

und des kurzfristigen operativen Nettovermögens basiert auf den Budgetplanungsdaten und werden auf Annahmen und Schätzungen des Managements 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 2020 auf einem risikofreien Zinssatz in Höhe von 0,0% (2019: 0,1%) sowie einer Marktrisikoprämie von 7,0% (2019: 6,5%).

Folgende Tabelle zeigt die Buchwerte sowie die wesentlichen Annahmen zur Ermittlung des Nutzungswerts beziehungsweise beizulegenden Zeitwerts abzüglich Kosten der Veräußerung für die den jeweiligen Gruppen von CGUs zugeordneten Geschäfts- oder Firmenwerte sowie immateriellen Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer. Dabei werden die durch Übernahmen von Monobrand-Stores ehemaliger Franchisepartner in vorangegangenen Geschäftsjahren entstandenen Geschäfts- oder Firmenwerte den jeweiligen Vertriebsseinheiten (Gruppe von CGUs) zugeordnet. Produktionseinheiten werden weiterhin als gemeinschaftliche Vermögenswerte betrachtet. Die gemeinsamen Vermögenswerte werden im Rahmen des Werthaltigkeitstests der Vertriebsseinheiten berücksichtigt. Die immateriellen Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer werden auf Ebene des jeweiligen Landes zusammengefasst. Die Überprüfung der Werthaltigkeit der Markenrechte für die Nutzung der Markennamen in den Märkten USA und Italien erfolgt auf Länderebene.

(in TEUR)

	Buchwerte		Annahmen	
	Geschäfts- oder Firmenwerte	Immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer	Gewichtete Gesamtkapitalkosten	Langfristige Wachstumsrate
2020				
DOS in der Vertriebsseinheit Frankreich	1.758	0	6,1%	3,0%
Vertriebsseinheit Macau	5.883	0	6,7%	3,0%
Vertriebsseinheit Australien	4.172	0	7,2%	3,0%
Vertriebsseinheit Südkorea	7.255	0	6,7%	3,0%
Vertriebsseinheit China	8.836	0	9,4%	3,0%
Vertriebsseinheit USA & Kanada	2.903	13.615	5,9%	3,0%
Vertriebsseinheit Italien	436	1.377	7,6%	3,0%
Vertriebsseinheit Dubai	10.733	0	8,5%	3,0%
Sonstige Vertriebsseinheiten	13.651			
Gesamt	55.627	14.992	5,9–9,4%	3,00%
2019				
DOS in der Vertriebsseinheit Frankreich	1.476	0	5,5%	3,3%
Vertriebsseinheit Macau	6.373	0	5,9%	3,1%
Vertriebsseinheit Australien	8.336	0	6,9%	3,0%
Vertriebsseinheit Südkorea	7.471	0	6,6%	3,5%
Vertriebsseinheit China	9.058	0	8,3%	3,5%
Vertriebsseinheit USA & Kanada	3.288	13.615	7,1%	3,0%
Vertriebsseinheit Italien	436	1.377	7,1%	2,2%
Vertriebsseinheit Dubai	6.342	0	8,6%	3,0%
Sonstige Vertriebsseinheiten	14.071			
Gesamt	56.851	14.992	5,5–8,6%	2,2–3,5%

Der erzielbare Betrag der jeweiligen Gruppe von CGUs wird mittels eines Nutzungswerts unter Verwendung von Cashflow-Prognosen ermittelt, die auf den vom Vorstand und Aufsichtsrat 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 Gruppe von CGUs erhöhen, werden nicht berücksichtigt. Im Anschluss an die Detailplanungsphase werden länderspezifische Umsatzwachstumsraten verwendet, die auf das nominale Retailwachstum abstellen.

Für den Geschäfts- oder Firmenwerte der Vertriebsseinheit in Australien ergab sich ein Wertminderungsaufwand in Höhe von 4.100 TEUR, welcher erfolgswirksam in der Position „Vertriebs- und Marketingaufwendungen“ erfasst wurde. Für die weiteren Geschäfts- oder Firmenwerte ergab sich wie im Vorjahr kein Wertminderungsaufwand.

Für die Markenrechte mit unbegrenzter Nutzungsdauer wird neben der Ermittlung des Nutzungswerts auf Ebene der jeweiligen CGU in einem zweiten Schritt der erzielbare Betrag auf Basis des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Kosten der Veräußerung 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 2020 und 2019 entstand für die Markenrechte mit unbegrenzter Nutzungsdauer kein Wertminderungsaufwand.

Grundannahmen für die Berechnung des Nutzungswerts und des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Kosten der Veräußerung

Bei der Bestimmung des Nutzungswerts beziehungsweise des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Kosten der Veräußerung für die oben beschriebenen Vermögenswerte sind für folgende zentrale Annahmen Schätzungsunsicherheiten sowie Ermessensentscheidungen des Managements vorhanden:

- Geschwindigkeit und Intensität der Erholung des gehobenen Premiumsegments der Bekleidungsindustrie von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie (sogenannte Recovery curve)
- nachhaltiges nominales Retailwachstum
- Marktmietniveau
- Diskontierungssätze
- geplanter Nutzungszeitraum der DOS

Annahmen zur Recovery curve – die Annahmen zur Recovery curve basieren auf extern veröffentlichten Studien für die Erholung der globalen Bekleidungsindustrie von den Auswirkungen der COVID-19 Pandemie und wurden insbesondere für die Ableitung der länderspezifischen Wachstumsraten in den Jahren 2021 bis 2023 verwendet.

Annahmen zu Wachstumsraten – den Wachstumsraten liegen grundsätzlich veröffentlichte branchenbezogene Marktforschungen zugrunde, die auf dem länderspezifischen nominalen Retailwachstum basieren. Diese Wachstumsraten wurden insbesondere im Anschluss an die Detailplanungsphase ab 2024 sowie in der ewigen Rente in die Berechnung des Nutzungswerts implementiert.

Annahmen zu Marktmietniveau – für die Ableitung des beizulegenden Zeitwerts der Nutzungsrechte werden interne als auch externe Mietvertragsdaten für vergleichbare Objekte verwendet.

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.

Nutzungszeitraum der DOS – der Prognosezeitraum orientiert sich an den durchschnittlichen Restlaufzeiten der Mietverträge, die jährlich ermittelt und überprüft werden.

Sensitivitäten der getroffenen Annahmen

Obwohl bei der Ableitung von Schätzungen und Annahmen, die insbesondere die wirtschaftlichen Folgen von COVID-19 betreffen, mit großer Sorgfalt vorgegangen wurde, können die tatsächlichen Ergebnisse abweichen, insbesondere unter Berücksichtigung der weiterhin erheblichen Unsicherheiten im Zusammenhang mit COVID-19. Veränderungen der getroffenen Annahmen können daher in Zukunft zu weiteren Wertminderungen bzw. Wertaufholungen führen.

Dabei stellt die vom Management getroffene Annahme zur Recovery Curve die zentrale Größe bei der Ableitung der Cashflows dar. Es wird davon ausgegangen, dass vor allem das erste Halbjahr 2021, insbesondere in Europa und Amerika, noch deutlich von den negativen Auswirkungen der Pandemie geprägt sein wird. Dabei sollten die Umsätze im stationären Einzelhandel in der ersten Jahreshälfte unter den in vielen wichtigen Märkten verhängten Lockdowns und den damit verbundenen Geschäftsschließungen leiden. Darüber hinaus wird erwartet, dass das anhaltend schwache Konsumklima sowie die fortwährenden internationalen Reisebeschränkungen vor allem im ersten Halbjahr deutlich auf den globalen Branchenumsätzen lasten werden. Im zweiten Halbjahr wird aufgrund der Annahme einer umfassenden Impfstoffverfügbarkeit in den Industrieländern und wichtigen Schwellenländern bis spätestens Sommer 2021 von einer sukzessiven Aufhellung des Konsumklimas sowie einer Erholung des globalen Tourismus ausgegangen. Für die globale Bekleidungsindustrie erwarten Branchenexperten, dass das Umsatz- und Ergebnisniveau von vor der Pandemie im Jahr 2023 wieder erreicht werden kann. Es besteht jedoch eine erhebliche Unsicherheit in Bezug auf die Annahmen zur Entwicklung der Weltwirtschaft und zur Erholung der Branche. So ist es aktuell nur schwer vorherzusagen, inwiefern die weitere Entwicklung der Pandemie – etwa hinsichtlich erneuter Infektionswellen und Lockdowns, oder aber möglicher Virusmutationen – die Weltwirtschaft im Jahresverlauf letztlich beeinflussen wird. Darüber hinaus sind etwaige Fortschritte bei der medizinischen Behandlung von COVID-19, die globale Verfügbarkeit und Wirksamkeit des Impfstoffs, eine etwaige Verbesserung des Konsumklimas oder aber mögliche Spannungen am Finanzmarkt und deren jeweilige Auswirkung auf die erwartete wirtschaftliche Erholung derzeit äußerst schwer vorherzusehen.

Bei der Überprüfung der Werthaltigkeit der Nutzungsrechte werden Annahmen für das Marktmietniveau der Nutzungsrechte auf Basis von internen und externen Inputfaktoren getroffen. Diese können jedoch aufgrund der aktuell hohen Unsicherheit in Bezug auf die weitere Entwicklung der Pandemie ebenfalls Schwankungen unterliegen und sich damit auf die Höhe der Wertminderungen der Nutzungsrechte auswirken.

Daher hat das Management Sensitivitäten bezüglich dieser beiden kritischen Bewertungsparameter ermittelt.

In Bezug auf die Recovery curve wurde eine langsamere Erholung der Umsatzentwicklung in 2021 in der Sensitivitätsrechnung berücksichtigt und die Wachstumsraten pro Quartal um 10% reduziert. Es wird jedoch weiterhin davon ausgegangen, dass entsprechend der Annahmen der Branchenexperten das Vorkrisenniveau für den stationären Einzelhandel in 2023 wieder erreicht werden kann. Bei einer Reduzierung der Wachstumsraten in den einzelnen Quartalen in 2021 um jeweils 10% würde sich ein zusätzlicher Impairmentbedarf auf die langfristigen Vermögenswerte der DOS von 8.008 TEUR ergeben.

Beim Marktmietniveau geht das Management davon aus, dass eine Anpassung der Marktkonditionen sowohl nach unten als nach oben in Höhe von jeweils 5% vorstellbar ist. Im Falle einer Reduzierung des durchschnittlichen Marktmietniveaus um 5% würden sich zusätzliche Wertminderungen auf Nutzungsrechte in Höhe von 6.671 TEUR ergeben. Bei einer Erhöhung des Marktmietniveaus um 5% würden sich Wertaufholungen im Umfang von 7.635 TEUR ergeben.

Zur Überprüfung der ermittelten Nutzungswerte der Geschäfts- und Firmenwerte wurden zum 31. Dezember 2020 Sensitivitäten bezüglich kritischer Bewertungsparameter wie der verwendeten Diskontierungssätze sowie der verwendeten Wachstumsraten zur Ableitung der Cashflow-Prognosen ermittelt. Vom Management des HUGO BOSS Konzerns wird eine Reduzierung der Umsatzentwicklung in 2021 sowie eine durchschnittliche relative Erhöhung des Diskontierungssatzes um jeweils 10,0% als möglich erachtet. Des Weiteren wird für die Gruppen von CGUs, denen ein Geschäfts- oder 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% würden die Nutzungswerte sämtlicher Geschäfts- und Firmenwerte wie schon im Vorjahr die jeweiligen Buchwerte übersteigen.

Bei einer Verminderung der Umsatzentwicklung in 2021 um 10,0% würden die Nutzungswerte sämtlicher Geschäfts- und Firmenwerte, bis auf die CGU in Australien, wie im Vorjahr die jeweiligen Buchwerte übersteigen. Bei den Geschäfts- oder Firmenwerten für die CGU in Australien würde sich aus der Verringerung der Wachstumsrate um 10% bei gleichbleibenden Kosten ein Abwertungsbedarf in Höhe von 4.172 TEUR ergeben.

Bei einer Verminderung der Wachstumsrate der Umsatzerlöse zur Extrapolation der Cashflow-Prognosen im Anschluss an den Detailplanungszeitraum um 15,0% würde der Nutzungswert sämtlicher Geschäfts- und Firmenwerte wie schon im Vorjahr den Buchwert übersteigen.

11 | Finanzielle und sonstige Vermögenswerte

(in TEUR)

	2020			2019		
		Davon kurzfristig	Davon langfristig		Davon kurzfristig	Davon langfristig
Finanzielle Vermögenswerte	42.183	20.717	21.466	49.586	32.341	17.245
Steuererstattungsansprüche und Steuervorauszahlungen	12.860	12.860	0	18.098	18.098	0
Andere Vermögenswerte	87.753	87.125	628	107.223	105.103	2.120
Sonstige Finanzanlagen	10	0	10	4.273	0	4.273
Gesamt	142.806	120.702	22.104	179.180	155.542	23.638

In den finanziellen Vermögenswerten sind positive Marktwerte aus Währungssicherungsgeschäften in Höhe von 953 TEUR (2019: 1.828 TEUR) sowie Mietkautionen für konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte in Höhe von 12.082 TEUR (2019: 10.923 TEUR) enthalten. In den finanziellen Vermögenswerten sind darüber hinaus Forderungen gegenüber Kreditkartenunternehmen in Höhe von 13.483 TEUR (2019: 23.587 TEUR) enthalten.

Die Steuererstattungsansprüche und Steuervorauszahlungen beziehen sich im Wesentlichen auf Umsatzsteuerforderungen.

In den anderen Vermögenswerten sind im Wesentlichen Vorauszahlungen für Dienstleistungsverträge in Höhe von 19.384 TEUR (2019: 18.576 TEUR), Erstattungsansprüche aus Retouren in Höhe von 29.803 TEUR (2019: 18.007 TEUR) sowie Bonusforderungen aus Lieferantenbeziehungen in Höhe von 1.008 TEUR (2019: 17.746 TEUR) enthalten. Im Geschäftsjahr 2020 wurden keine Wertminderungen auf andere Vermögenswerte vorgenommen.

In den sonstigen Finanzanlagen sind die Anteile des Unternehmens unter gemeinschaftlicher Führung, das nach der Equity-Methode bilanziert wird, enthalten. Der Buchwert der Anteile an der Objektgesellschaft, deren Tätigkeit die Vermietung von Gebäuden und den dazugehörigen Grundstücken ist, beträgt 10 TEUR. Das maximale Ausfallrisiko entspricht dieser Kapitaleinlage. Zudem betrug zum 31. Dezember 2019 der Buchwert der Anteile der HUGO BOSS AL FUTTAIM UAE TRADING L.L.C. 4.263 TEUR. Mit Wirkung zum 1. Januar 2020 wurde die HUGO BOSS AL FUTTAIM UAE TRADING L.L.C., Dubai, V. A. E. vollkonsolidiert.

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 gemeinschaftlich geführten Unternehmen beziehen, stellen sich wie folgt dar:

(in TEUR)

	2020 ¹	2019
Langfristige Vermögenswerte	22.240	47.066
Kurzfristige Vermögenswerte	114	11.085
Verbindlichkeiten	23.405	47.144
Umsatzerlöse	1.725	42.700
Planmäßige Abschreibungen	- 1.077	- 7.536
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	0	1
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 525	- 1.033
Jahresüberschuss/(-fehlbetrag)	- 14	5.720

¹ Die Finanzinformationen basieren auf den Abschlüssen nach lokalem Recht und auf dem vorläufigen, nicht geprüften Jahresabschluss zum 31. Dezember 2020. Im Vorjahr war die HUGO BOSS AL FUTTAIM UAE TRADING L.L.C., Dubai, V. A. E. enthalten.

12 | Vorräte

(in TEUR)

	2020	2019
Fertige Erzeugnisse und Waren	581.227	577.466
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	31.998	42.931
Unfertige Erzeugnisse	5.233	6.117
Gesamt	618.458	626.514

Der Buchwert der zum Nettoveräußerungswert angesetzten Vorräte beträgt 148.871 TEUR (2019: 86.252 TEUR). Im Geschäftsjahr 2020 wurden Wertminderungen insbesondere auf Fertig- und Rohwarenbestände in Höhe von 94.937 TEUR (2019: 8.372 TEUR) vorgenommen. Gegenläufig erfolgten Auflösungen von Wertberichtigungen in Höhe von 35.665 TEUR (2019: 6.495 TEUR), da zuvor wertgeminderte Fertig- und Rohwarenbestände noch veräußert werden konnten. Aus Wertminderungen auf das Vorratsvermögen und der Auflösung von Wertberichtigungen ist ein Nettoaufwand in Höhe von 59.272 TEUR (2019: Nettoertrag von 1.876 TEUR) entstanden. Dieser ist in den Umsatzkosten enthalten.

Im Zuge der COVID-19-Pandemie und den damit in Zusammenhang verbundenen temporären Store-schließungen ergaben sich Vorratsrisiken, da die Bestände über einen länger als ursprünglich geplanten Zeitraum gelagert werden mussten und sich folglich einer potenziellen Minderung ihrer Marktgängigkeit ergeben hatte. Dem Prinzip des Nettoveräußerungswerts folgend wurden entsprechende Abschreibungen auf das Vorratsvermögen vorgenommen und diese monatlich überprüft. Dabei wurden konzerneinheitliche, systemgestützte Gängigkeits-, Reichweiten- und Nettoveräußerungswertanalysen angewandt. Dies führte insgesamt zu einem Anstieg der Abschreibungsquote auf Vorräte im Konzern im Vergleich zum Vorjahr.

13 | Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

(in TEUR)

	2020	2019
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, brutto	189.799	225.826
Kumulierte Wertberichtigung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-17.798	-9.604
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	172.001	216.222

Zum 31. Dezember 2020 stellt sich die Altersstruktur der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wie folgt dar:

(in TEUR)

	2020	2019
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	172.001	216.222
Davon: weder überfällig noch wertgemindert	138.195	193.035
Davon: überfällig, aber nicht wertgemindert	22.411	20.109
≤ 30 Tage	17.270	15.578
31 bis 60 Tage	2.916	2.414
61 bis 90 Tage	2.225	2.117
91 bis 120 Tage	0	0
121 bis 180 Tage	0	0
181 bis 360 Tage	0	0
> 360 Tage	0	0
Davon: überfällig und wertgemindert	11.395	3.078

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind nicht verzinslich und haben in der Regel eine Fälligkeit von 30 bis 90 Tagen. Die Entwicklung der Wertminderungen auf zweifelhafte Forderungen stellt sich wie folgt dar:

(in TEUR)

	2020	2019
Stand Wertminderungen 1. Januar	9.604	11.655
Zuführungen	11.894	5.489
Verbrauch	-1.104	-2.133
Auflösungen	-2.398	-5.466
Kursdifferenzen	-198	59
Stand Wertminderungen 31. Dezember	17.798	9.604

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

Gemäß den allgemeinen Geschäftsbedingungen geht das Eigentum an den gelieferten Waren erst nach vollständiger Bezahlung sämtlicher Forderungen an die Großhandelspartner über. Sicherheiten für Einzelforderungen bestehen im Konzern nicht. Forderungen gegen Großhandelskunden, über deren Vermögen ein Insolvenzverfahren eröffnet wurde (sofern vorliegende Sicherheiten nicht werthaltig sind), werden in voller Höhe einzelwertberichtigt.

Die Einbringlichkeit von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird in einem ersten Schritt beurteilt, indem die nicht überfälligen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen mit dem erwarteten Ausfallrisiko bewertet werden. Außerdem wird die Werthaltigkeit der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen auf Grundlage der geschätzten Wahrscheinlichkeit eines Zahlungsverzugs bewertet. Die Berechnung des erwarteten Ausfallrisikos basiert sowohl auf vergangenen, aktuellen sowie zukünftigen Ausfallrisiken. In einem zweiten Schritt werden – basierend auf der Altersstruktur und der individuellen Bewertung der Werthaltigkeit der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen – für fällige und nicht fällige Forderungen Einzelwertberichtigungen zwischen 1 % und 100% gebildet. Alle Konzerngesellschaften sind dazu verpflichtet, eine Altersstruktur ihrer Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zu führen. Hierdurch wird gewährleistet, dass eine risikoadjustierte Abwertung möglich ist.

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 kann. Zur Einschränkung des Risikos folgt das konzernweite Debitorenmanagement einheitlichen Regelungen, beispielsweise hinsichtlich der Bonitätsprüfung sowie Vergabe und Einhaltung von Kundenkreditlimits, der Überwachung der Altersstruktur von Forderungen oder der Handhabung zweifelhafter Forderungen. In Einzelfällen kann dies zu Belieferungen von Kunden ausschließlich nach Vorauszahlung oder gar zum Verzicht auf Geschäfte mit als nicht kreditwürdig eingestuften Kunden führen.

Zum 31. Dezember 2020 unterlagen zum Bilanzstichtag ausgebuchte Forderungen in Höhe von 4.043 TEUR (2019: 2.445 TEUR) noch Beitreibungsmaßnahmen.

Das maximale Kreditrisiko aus Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, das dem Bruttowert entspricht, betrug zum Bilanzstichtag 189.799 TEUR (2019: 225.826 TEUR).

14 | Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

(in TEUR)

	2020	2019
Guthaben bei Kreditinstituten und andere flüssige Mittel	118.416	122.789
Schecks/ec cash	1.499	692
Kassenbestand	5.362	9.145
Gesamt	125.277	132.626

15|Eigenkapital

Das Eigenkapital setzt sich aus den Positionen gezeichnetes Kapital, eigene Aktien, Kapitalrücklage, Gewinnrücklage sowie kumuliertes übriges Eigenkapital zusammen. Die Gewinnrücklagen enthalten neben den in der Vergangenheit von konsolidierten Unternehmen erzielten Ergebnissen auch Effekte aus der Neubewertung der Pensionsrückstellungen. Im kumulierten übrigen Eigenkapital sind die Differenzen aus der erfolgsneutralen Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen sowie die Effekte aus der erfolgsneutralen Bewertung von Cashflow-Hedges nach Steuern erfasst.

Gezeichnetes Kapital

Grundsätze des Kapitalmanagements

Das voll eingezahlte Grundkapital der HUGO BOSS AG beträgt unverändert zum 31. Dezember 2020 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 15. Mai 2024 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.

Vorrangiges Ziel des Kapitalmanagements von HUGO BOSS ist es, den finanziellen Spielraum für wertsteigernde Investitionen zu ermöglichen, um so das zukünftige Unternehmenswachstum und 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 und jederzeitige Zahlungsfähigkeit des Konzerns. Die wesentlichen Ansatzpunkte zur Verbesserung des Free Cashflows liegen in der Steigerung von Umsatz und Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT). Darüber hinaus unterstützen ein konsequentes Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens (Trade Net Working Capital) sowie eine wertorientierte Investitionstätigkeit die Free-Cashflow-Entwicklung. 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.

Der effiziente Kapitaleinsatz sowie die Kapitalstruktur werden regelmäßig anhand der Finanzierungsstärke, also dem Verhältnis von Nettoverschuldung zu operativem Gewinn (EBITDA) gemäß den Regelungen des aktuellen Konsortialkreditvertrages überwacht. Die ursprünglich im Konsortialkreditvertrag festgelegte Ermittlung und einzuhaltende Höhe der Finanzierungsstärke schließt Auswirkungen etwaiger Änderungen von Bilanzierungsstandards auf die Kennziffer explizit aus. Somit bleibt sie auch von den Auswirkungen des seit 2019 anzuwendenden IFRS 16 auf die Kennzahl EBITDA und Nettoverschuldung unberührt. Im Hinblick auf die COVID-19-Pandemie hat HUGO BOSS mit seinen finanzierenden Banken eine Aussetzung der Finanzkennziffer (Covenant) unter dem Konsortialkredit bis zum 30. Juni 2021 vereinbart. Die vertraglich festgelegte Obergrenze wurde zum Bilanzstichtag überschritten. Aufgrund der erwarteten Umsatz-, Ergebnis- und Free Cash Flow Entwicklung des Konzerns in 2021 geht das Management davon aus, dass die vertraglich vereinbarte Finanzkennziffer ab dem zweiten Halbjahr 2021 wieder in der vertraglich vereinbarten Bandbreite von 0 bis 3,5 liegen wird.

(in TEUR)

	2020	2019
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	266.599	215.303
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-125.277	-132.626
Nettoverschuldung	141.322	82.677
Operativer Gewinn (EBITDA exkl. IFRS 16)	-21.024	466.524
Finanzierungsstärke	-6,7	0,2

Eigene Aktien

Die Zahl der eigenen Aktien beträgt 1.383.833 Stück (2019: 1.383.833 Stück). Der Gesamtanteil am Grundkapital beträgt 2,0 % (2019: 2,0 %).

In der Hauptversammlung vom 27. Mai 2020 wurde beschlossen, dem Vorstand eine Ermächtigung bis zum 26. Mai 2025 zu erteilen, eigene Aktien bis zu einem Anteil von insgesamt höchstens 10 % des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben.

16 | Dividende

Vor dem Hintergrund der negativen Auswirkungen der Pandemie und zur fortwährenden Sicherstellung seiner finanziellen Stabilität hatte HUGO BOSS seine Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2019 ausgesetzt, mit Ausnahme der gesetzlichen Mindestdividende von 0,04 EUR je Aktie (Dividende 2019 für das Jahr 2018: 2,70 EUR je Aktie). Dies entsprach einer Dividendenausschüttung von insgesamt 2.761 TEUR für das Geschäftsjahr 2019 nach § 254 Abs. 1 AktG. Der verbleibende Bilanzgewinn für das Geschäftsjahr 2019 wurde in Höhe von 190.839 TEUR thesauriert.

Das Geschäftsjahr 2020 der HUGO BOSS AG schloss mit einem Jahresfehlbetrag von 152.577 TEUR (Jahresüberschuss 2019: 169.120 TEUR). Der Bilanzgewinn für das Geschäftsjahr 2020 beträgt unter Einbezug des Gewinnvortrags aus dem Vorjahr 38.262 TEUR. Auch für das Geschäftsjahr 2020 beabsichtigen der Vorstand und Aufsichtsrat von HUGO BOSS vor dem Hintergrund der anhaltend hohen Unsicherheiten im Zusammenhang mit der Pandemie der Hauptversammlung vorzuschlagen, lediglich die gesetzliche Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie zu zahlen. Dadurch will das Unternehmen seine Innenfinanzierungskraft weiter stärken. Dies entspricht einem Betrag von 2.761 TEUR (2019: 2.761 TEUR). Der verbleibende Bilanzgewinn in Höhe von 35.501 TEUR wird auf neue Rechnung vorgetragen.

17 | Rückstellungen

(in TEUR)

	2020	2019
Pensionsrückstellungen	54.342	50.982
Sonstige langfristige Rückstellungen	36.874	35.837
Langfristige Rückstellungen	91.216	86.819
Kurzfristige Rückstellungen	117.858	91.746
Gesamt	209.074	178.565

Die sonstigen Rückstellungen in Höhe von 154.732 TEUR (2019: 127.583 TEUR) setzen sich aus kurzfristigen Rückstellungen in Höhe von 117.858 TEUR (2019: 91.746 TEUR) und sonstigen langfristigen Rückstellungen in Höhe von 36.874 TEUR (2019: 35.837 TEUR) zusammen. Die risikolosen Zinssätze zur Abzinsung der sonstigen langfristigen Rückstellungen liegen zwischen 0,1 % und 4,5 % (2019: 0,3 % bis 4,5 %), je nach Laufzeit und Währungsgebiet. Im Geschäftsjahr 2020 haben sich die sonstigen Rückstellungen wie folgt entwickelt:

(in TEUR)

	Stand 1. Jan. 2020	Währungs- und Konsolidierungs- kreisveränderungen	Aufzinsung	Zuführung	Verbrauch	Auflösung	Stand 31. Dez. 2020
Rückstellungen für Personalaufwendungen	61.300	-207	47	52.150	-47.633	-3.989	61.668
Retourenrückstellungen	24.264	-301	0	36.584	-19.559	-2.569	38.419
Rückbauverpflichtungen	17.327	186	86	2.128	-935	-307	18.485
Prozesskosten, schwebende und drohende Rechtsstreite	2.599	-285	0	6.289	-1.806	-150	6.647
Übrige sonstige Rückstellungen	22.093	13	0	15.241	-5.968	-1.866	29.513
Gesamt	127.583	-594	133	112.392	-75.901	-8.881	154.732

Rückstellungen für Personalaufwendungen

Die Rückstellungen für Personalaufwendungen betreffen überwiegend Rückstellungen für kurz- und mittelfristige Tantiemen und Boni, Abfindungsansprüche, Altersteilzeit sowie Überstunden.

Es wird erwartet, dass 17.660 TEUR (2019: 17.481 TEUR) der Personalrückstellungen nach mehr als zwölf Monaten zur Auszahlung kommen.

Rückstellungen für Retouren

Die Rückstellungen für Retouren, deren Abwicklung überwiegend innerhalb von zwölf Monaten erwartet wird, werden auf Basis historischer Retourenquoten berechnet. Zudem wurden im Zuge der COVID-19 Pandemie individuellen Retourenvereinbarungen mit Großhandelspartnern getroffen, für die ebenfalls Rückstellungen gebildet wurden.

Rückbauverpflichtungen

Die langfristigen Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen fallen im Zusammenhang mit den vom Konzern betriebenen Einzelhandelsgeschäften, Lagerflächen und von Konzerngesellschaften genutzten Büroflächen an. Sie werden auf Grundlage der erwarteten Erfüllungsbeträge sowie der vereinbarten Mietdauern gebildet. Schätzungen werden in Bezug auf die Kosten sowie den tatsächlichen zeitlichen Anfall der Inanspruchnahme vorgenommen.

Rückstellungen für Prozesskosten, schwebende und drohende Rechtsstreite

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.

Übrige sonstige Rückstellungen

Basierend auf 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.

18 | Langfristiges anteilsbasiertes Vergütungsprogramm

Einen Großteil der langfristigen Rückstellungen für Personalaufwendungen bildet das zu Beginn des Geschäftsjahres 2016 implementierte Long-Term-Incentive-Programm (LTI). Dieses Programm dient als langfristige anteilsbasierte Vergütungskomponente für den Vorstand und Führungskräfte der ersten und zweiten Managementebene. Zum 31. Dezember 2020 sind vier Tranchen des LTI-Programms vorhanden:

- LTI-Tranche 2017–2019 (zum 1. Januar 2017 ausgegeben)
- LTI-Tranche 2018–2020 (zum 1. Januar 2018 ausgegeben)
- LTI-Tranche 2019–2021 (zum 1. Januar 2019 ausgegeben)
- LTI-Tranche 2020–2022 (zum 1. Januar 2020 ausgegeben)

Jede Tranche hat eine Gesamtlaufzeit von vier Jahren, die sich in eine Performancelaufzeit von drei Jahren und eine Wartezeit von einem Jahr aufteilt. Zu Beginn der Performancelaufzeit erhalten die Planteilnehmer eine individuelle Anzahl virtueller Aktien, sogenannte „Performance-Shares“ (Initial Grant), die sich wie folgt berechnet:

Individuelles LTI-Budget in EUR / Durchschnittskurs der HUGO BOSS Aktie über die letzten drei Monate vor Beginn der Performancelaufzeit

Die Anzahl der zum 31. Dezember 2020 ausgegebenen virtuellen Aktien sowie die Restlaufzeiten der jeweiligen Tranchen sind in folgender Tabelle dargestellt:

LTI-Tranche	Anzahl der ausgegebenen virtuellen Aktien (Initial Grant)	Restlaufzeiten
2017–2019	147.588	0 Jahre
2018–2020	128.554	1 Jahr
2019–2021	154.470	2 Jahre
2020–2022	252.530	3 Jahre

Die Höhe des finalen Auszahlungsanspruchs der Planteilnehmer ist schließlich von folgenden Komponenten abhängig:

- (1) individuelle Anzahl an Performance-Shares (Initial Grant)
- (2) Grad der Erreichung vordefinierter Ziele (Komponenten): Relative Total Shareholder Return (RTSR); Return on Capital Employed (ROCE); Grad der Mitarbeiterzufriedenheit; Score im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) über die Performancelaufzeit
- (3) durchschnittlicher Kurs der HUGO BOSS Aktie über die letzten drei Monate der Wartezeit

Eine detailliertere Erläuterung der einzelnen Zielkomponenten ist im Lagebericht auf Seite 132 f. zu finden.

Die Auszahlung des finalen Anspruchs erfolgt in bar und spätestens sechs Wochen nach der Beschlussfassung der Organe von HUGO BOSS über die Feststellung des Jahresabschlusses der entsprechenden Geschäftsjahre 2020, 2021, 2022 bzw. 2023. Demnach wird die Tranche 2017 im Geschäftsjahr 2021 zur Auszahlung kommen.

Das Long-Term-Incentive-Programm ist als anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich zu klassifizieren und wird demnach nach den Vorgaben des IFRS 2 bilanziert. Der erwartete Auszahlungsanspruch der Planteilnehmer bildet die Grundlage zur Berechnung einer langfristigen Personalrückstellung, die ratierlich über die Laufzeit der jeweiligen Pläne gebildet und zu jedem Bilanzstichtag neu bewertet wird. Die Bewertung des Anspruchs sowie der Rückstellung erfolgt unter Anwendung einer Monte-Carlo-Simulation unter Berücksichtigung folgender Komponenten:

- (1) erwarteter Grad der Zielerreichung für die einzelnen, oben aufgelisteten Zielkomponenten
- (2) beizulegende Zeitwerte pro Aktienoption/Performance Shares (erwarteter Aktienkurs der HUGO BOSS Aktie am Ende der Laufzeit)

Die beizulegenden Zeitwerte der Performance-Shares werden durch einen externen Gutachter mittels eines Optionspreismodells berechnet.

Zum 31. Dezember bewegten sich die Zeitwerte für die drei Tranchen im Vergleich zum Vorjahr in folgenden Spannen:

LTI-Tranche	Beizulegende Zeitwerte 2020	Beizulegende Zeitwerte 2019
2017–2019	15,71 EUR	zwischen 23,53 EUR und 26,72 EUR
2018–2020	zwischen 17,03 EUR und 19,35 EUR	zwischen 23,78 EUR und 30,71 EUR
2019–2021	zwischen 14,11 EUR und 18,22 EUR	zwischen 20,36 EUR und 29,88 EUR
2020–2022	zwischen 15,18 EUR und 22,31 EUR	–

Der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert für die jeweiligen Tranchen liegen folgende Parameter zugrunde:

	2020	2019
HUGO BOSS Aktienkurs zum Stichtag in EUR	27,29	43,26
Erwartete Dividendenrendite in %	4,00	4,00
Erwartete Volatilität in %	35,00	30,00
Risikoloser Zinssatz in % (LTI-Tranche 2017)	–0,67	–0,69
Risikoloser Zinssatz in % (LTI-Tranche 2018)	–0,73	–0,63
Risikoloser Zinssatz in % (LTI-Tranche 2019)	–0,75	–0,58
Risikoloser Zinssatz in % (LTI-Tranche 2020)	–0,77	–

Zum 31. Dezember 2020 wurden in diesem Zusammenhang vier Tranchen auf insgesamt 6.183 TEUR (2019: 10.471 TEUR) passiviert. Insgesamt wurde im Geschäftsjahr 2020 somit ein Gesamtertrag für anteilsbasierte Vergütung gemäß IFRS 2 von 4.288 TEUR (2019: Gesamtaufwand von 3.499 TEUR) in den Personalaufwendungen erfasst.

19 | Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Pensionsrückstellungen werden für Verpflichtungen aus Anwartschaften und aus laufenden Leistungen an berechnigte aktive und ehemalige Mitarbeiter 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. Es handelt sich im Wesentlichen um leistungsorientierte Pensionspläne. Wesentliche leistungsorientierte Pensionspläne wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr in Deutschland und der Schweiz 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. Juli 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.

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. Alle aktiven Mitglieder des Vorstands haben einzelvertraglich geregelte Pensionszusagen erhalten, deren Höhe sich in Abhängigkeit von der Dauer der Vorstandsbestellung als Prozentsatz der vertraglich vereinbarten rentenfähigen Bezüge bemisst. Als Basis für die Ermittlung der pensionsfähigen Bezüge ist das Grundgehalt gemäß Anstellungsvertrag definiert. Für Vorstandsmitglieder erfolgt dies in Form einer leistungsorientierten Zusage („defined benefit“). Der Konzern zahlt jährlich einen Versorgungsbeitrag in einen auf das Leben des Vorstandsmitgliedes abgeschlossenen Rückdeckungsversicherungsvertrag ein. Dieser entspricht 40 % der pensionsfähigen Bezüge, deren Ermittlungsbasis das Grundgehalt gemäß Anstellungsvertrag ist. Diese Form der Pensionszusage findet auch bei zukünftigen Neuberufungen in den Vorstand Anwendung. Zur Vereinfachung der Abwicklung wurde einem ehemaligen Vorstandsmitglied im Geschäftsjahr 2019 angeboten, die bisherige Versorgungszusage gegen Zahlung eines Einmalbetrags in Höhe des versicherungsmathematischen handelsrechtlichen Barwerts abzufinden. Diesem Angebot wurde entsprochen und die Auszahlung ist im ersten Quartal 2020 erfolgt.

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 Mindestleistungen 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, sodass sich das Unternehmen einer anderen Vorsorgeeinrichtung anschließen muss. Je nach den Bedingungen des Anschlussvertrags und des aktuellen Teilliquidationsreglements können hierbei eine Unterdeckung sowie Risiken der zunehmenden Lebenserwartung (laufende Renten) mit übertragen werden.

Die Versorgungsverpflichtungen setzen sich wie folgt zusammen:

(in TEUR)

	Barwert der Pensionsverpflichtung (DBO)		Beizulegender Zeitwert des Planvermögens		Nettoschuld	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Deutschland	119.806	120.089	99.080	98.287	20.725	21.802
Schweiz	63.189	59.687	40.189	38.025	23.000	21.662
Sonstige ¹	10.617	10.920	0	0	10.617	10.920
Gesamt	193.612	190.696	139.269	136.312	54.342	54.384

¹ Weitere leistungsbezogene Pensionspläne bestehen in der Türkei, Italien, Frankreich, Mexiko und Österreich.

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 2020:

(in TEUR)		
	2020	2019
Veränderung des Anwartschaftsbarwerts		
Anwartschaftsbarwert zum 1. Januar	190.695	154.744
Währungsdifferenzen	-1.523	1.207
Dienstzeitaufwand	4.612	5.398
Zinsaufwand	2.273	3.643
Planabgeltungen	-6.689	-21
Neubewertungen		
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aufgrund der Veränderung finanzieller Annahmen	7.240	21.748
Erfahrungsbedingte Anpassungen	-740	3.771
Pensionszahlungen	-4.966	-3.704
Beiträge der Teilnehmer des Plans	3.507	3.906
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	-797	3
Anwartschaftsbarwert 31. Dezember	193.612	190.695
Veränderung des Fondsvermögens		
Fondsvermögen zum Zeitwert 1. Januar	136.311	119.228
Währungsdifferenzen	187	1.294
Zinserträge Fondsvermögen	1.437	2.277
Erträge Fondsvermögen (ohne Zinserträge)	2.901	7.457
Planabgeltungen	-6.673	0
Pensionszahlungen	-3.655	-2.169
Beiträge des Arbeitgebers	5.255	4.318
Beiträge der Teilnehmer des Plans	3.507	3.906
Fondsvermögen zum Zeitwert 31. Dezember	139.270	136.311
Finanzierungsstatus der durch Planvermögen finanzierten Pensionen	54.342	54.384

Zum 31. Dezember 2020 sind 117.432 TEUR (2019: 117.758 TEUR) des Anwartschaftsbarwerts über Rückdeckungsversicherungen und 63.189 TEUR (2019: 59.687 TEUR) über Stiftungsvermögen finanziert, 12.991 TEUR (2019: 13.306 TEUR) entfallen auf Pläne, die nicht über einen Fonds finanziert werden.

Versicherungsmathematische Annahmen zur Ermittlung des Barwerts der Pensionsverpflichtungen zum 31. Dezember 2020

Ermessen wird in dem Maße ausgeübt, dass der Aufwand aus leistungsorientierten Plänen anhand versicherungsmathematischer Berechnungen ermittelt wird. 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.

Folgende Prämissen wurden zugrunde gelegt:

Parameter	2020	2019
Rechnungszins		
Deutschland	1,10%	1,45%
Schweiz	0,15%	0,10%
Rententrend		
Deutschland	1,75%	1,75%
Schweiz	0,00%	0,00%
Gehaltssteigerungstrend		
Deutschland	2,50%	2,50%
Schweiz	2,00%	2,00%

Die deutschen Pensionszusagen werden unter Berücksichtigung der biometrischen Rechnungsgrundlagen gemäß den „Richttafeln 2018 G“ von Prof. Dr. Klaus Heubeck ermittelt. Für die Verpflichtungen der Schweizer Gesellschaften werden die Generationentafeln BVG 2015 verwendet.

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 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 2020.

Bei der Durchführung der Sensitivitätsanalyse wurde jeder Parameter nur isoliert und nicht im Verbund mit weiteren Annahmen variiert, sodass Abhängigkeiten der Parameter untereinander ausgeschlossen sind. Zudem wurden lediglich Bandbreiten ausgewählt, von denen realistischerweise bis zur Erstellung des nächsten Konzernabschlusses ausgegangen werden kann.

(in TEUR)

Barwertveränderung der Pensionsverpflichtung	2020	2019
Rechnungszins 31. Dezember		
Erhöhung um 75 Basispunkte	-21.361	-21.131
Abnahme um 75 Basispunkte	25.972	25.670
Rententrend 31. Dezember		
Erhöhung um 25 Basispunkte	5.845	5.859
Abnahme um 25 Basispunkte	-3.938	-4.080
Gehaltssteigerungstrend 31. Dezember		
Erhöhung um 50 Basispunkte	1.146	1.636
Abnahme um 50 Basispunkte	-1.081	-1.542
Lebenserwartung 31. Dezember		
Erhöhung um 10 Prozent	-6.250	6.279
Abnahme um 10 Prozent	6.375	-6.166

Zusammensetzung der Pensionsaufwendungen der Periode

Die Pensionsaufwendungen der Periode setzen sich wie folgt zusammen:

(in TEUR)

	2020	2019
Dienstzeitaufwand der Periode	4.612	5.398
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	-797	3
Nettozinsaufwand	836	1.366
In der Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung erfasste Pensionsaufwendungen	4.651	6.767
Aufwand aus Fondsvermögen (ohne Zinseffekt aus Fondsvermögen)	-2.901	-7.457
Erfasste versicherungsmathematische (Gewinne)/Verluste	6.500	25.520
In der Konzerngesamtergebnisrechnung erfasste Neubewertungen	3.599	18.063

Der Nettozinsaufwand berechnet sich durch Multiplikation der Nettopensionsverpflichtung mit dem Diskontierungssatz, der der Bewertung der Bruttopensionsverpflichtung (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 2021 rechnet der Konzern mit Beiträgen des Arbeitgebers zum Fondsvermögen von 4.935 TEUR (2020: 4.198 TEUR).

Duration

Zum 31. Dezember 2020 lag die Duration der leistungsorientierten Pläne für Deutschland bei 18 Jahren (2019: 18 Jahre) und für die Schweiz bei 20 Jahren (2019: 20 Jahre).

Beitragsorientierte Pensionspläne

Die Arbeitgeberbeiträge zu beitragsorientierten Pensionsplänen betrugen im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt 19.754 TEUR (2019: 21.938 TEUR) und werden als Personalaufwand ausgewiesen. Wesentliche beitragsorientierte Pläne bestehen im HUGO BOSS Konzern in Deutschland. Sie enthalten die Beiträge zur gesetzlichen Rentenversicherung sowie den Arbeitgeberbeitrag zur Firmendirektversicherung in Deutschland.

20 | Finanzverbindlichkeiten

Unter den Finanzverbindlichkeiten werden alle verzinslichen und unverzinslichen Verpflichtungen ausgewiesen, die zum jeweiligen Bilanzstichtag bestanden.

(in TEUR)				
	2020	Davon Rest- laufzeit unter einem Jahr	2019	Davon Rest- laufzeit unter einem Jahr
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	266.599	71.128	215.303	110.269
Leasingverbindlichkeiten	862.276	212.876	957.175	167.703
Sonstige Finanzverbindlichkeiten ¹	14.039	13.457	8.482 ¹	7.476 ¹
Davon: nicht IFRS 16 relevanten Mietverpflichtungen für den konzernerneigen Einzelhandel	10.211	10.211	5.832	5.731
Gesamt	1.142.914	297.461	1.180.960	285.448

¹ Die dargestellten Beträge weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

In den sonstigen Finanzverbindlichkeiten sind negative Marktwerte aus derivativen Finanzinstrumenten in Höhe von 3.828 TEUR (2019: 2.650 TEUR) enthalten.

Die nachfolgende Tabelle enthält die Laufzeiten und Konditionen der Finanzverbindlichkeiten:

Restlaufzeit	2020		2019	
	Gewogener Durchschnitts- zinssatz	Buchwert in TEUR	Gewogener Durchschnitts- zinssatz	Buchwert in TEUR
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten				
Bis zu 1 Jahr	0,85%	71.128	0,38%	110.269
1 bis 5 Jahre	1,52%	156.572	2,75%	60.186
Mehr als 5 Jahre	3,97%	38.899	3,87%	44.847
Sonstige Finanzverbindlichkeiten¹				
Bis zu 1 Jahr	0,16%	13.457	0,32%	7.476
1 bis 5 Jahre	5,77%	582	5,21%	1.006
Mehr als 5 Jahre	0,00%	0	0,00%	0

¹ Die dargestellten Beträge weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

HUGO BOSS hat zur Sicherung seiner finanziellen Stabilität und Flexibilität während der COVID-19-Pandemie im Geschäftsjahr 2020 die Option zur Erhöhung seines revolvingierenden Konsortialkredits auf nunmehr 633 Mio. EUR ausgeübt (31. Dezember 2019: 450 Mio. EUR). Zum Ende des Geschäftsjahrs 2020 wurden 105 Mio. EUR des Kredits in Anspruch genommen (31. Dezember 2019: keine Inanspruchnahme). Zusätzlich hat sich HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2020 weitere Kreditzusagen in Höhe von insgesamt 275 Mio. EUR gesichert. Diese werden von sechs internationalen Banken bereitgestellt und sind teilweise von der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) abgesichert. Zum Ende des Berichtszeitraums wurden diese Kreditlinien nicht in Anspruch genommen.

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)

2020					
Erwartete Zahlungsflüsse					
Originäre finanzielle Verbindlichkeiten	Buchwert	Summe Cashflows	< 1 Jahr	1–5 Jahre	> 5 Jahre
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	266.599	282.025	90.711	191.314	0
Leasingverbindlichkeiten	862.276	894.005	221.115	479.058	193.832
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	10.211	10.211	10.211	0	0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	1.853	1.853	1.271	582	0
Derivate mit Hedge-Beziehung	1.975	1.975	1.975	0	0
Gesamt	1.142.914	1.190.069	325.283	670.954	193.832

2019					
Originäre finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	215.303	220.260	110.538	63.632	46.090
Leasingverbindlichkeiten	957.175	1.041.297	188.282	584.828	268.187
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten ¹	5.832	5.832	5.731	101	0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	2.329	2.329	1.425	904	0
Derivate mit Hedge-Beziehung	321	321	321	0	0
Gesamt	1.180.960	1.270.039	306.297	649.465	314.277

¹ Die dargestellten Beträge weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

21 | Sonstige Schulden

(in TEUR)

	2020			2019		
		Davon kurzfristig	Davon langfristig		Davon kurzfristig	Davon langfristig
Sonstige Schulden ¹	105.264	103.647	1.617	124.680	124.291	389
Davon aus Steuern	36.859	36.859	0	57.312	57.312	0
Davon im Rahmen der sozialen Sicherheit, Urlaubsansprüche, Löhne und Gehälter	32.486	32.486	0	29.756	29.756	0

¹ Die dargestellten Beträge weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

22|Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten

Buchwerte und beizulegende Zeitwerte nach Kategorien von Finanzinstrumenten

(in TEUR)

	Bewertungs- kategorie nach IFRS 9	2020		2019	
		Buchwert	Beizulegender Zeitwert	Buchwert	Beizulegender Zeitwert
Aktiva					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	AC	125.277	125.277	132.626	132.626
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	AC	172.001	172.001	216.222	216.222
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		42.193	42.193	53.859	53.859
Davon:					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FVTPL	951	951	327	327
Derivate mit Hedge-Beziehung	Hedge Accounting	2	2	1.501	1.501
Übrige finanzielle Vermögenswerte	AC	41.230	41.230	47.758	47.758
Passiva					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	AC	266.599	270.067	215.303	220.539
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Verbindlichkeiten	AC	299.237	299.237	314.646	314.646
Davon Reverse Factoring	AC	28.939	28.939	4.947	4.947
Leasingverbindlichkeiten	n.a.	862.276	862.276	957.175	957.175
Sonstige Finanzverbindlichkeiten ¹		14.039	14.039	8.482	8.482
Davon:					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FVTPL	1.853	1.853	2.329	2.329
Derivate mit Hedge-Beziehung	Hedge Accounting	1.975	1.975	321	321
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	AC	10.211	10.211	5.832	5.832

¹ Die dargestellten Beträge weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

HUGO BOSS nutzt zur Unterstützung seiner Lieferanten ein sogenanntes „Reverse Factoring Programm“. Hierbei werden offene Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen bereits vor Fälligkeit durch ein Kreditinstitut an den Lieferanten ausgeglichen. Innerhalb des Programms bleibt die ursprüngliche Verbindlichkeit des Lieferanten aufgrund eines unveränderten Schuldeingeständnisses inhaltlich unberührt und wird als Verbindlichkeit aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen.

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, Leasingverbindlichkeiten 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.

Zum 31. Dezember 2020 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 2020 sind alle zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente der Kategorie FVTPL sowie die Derivate mit Hedge-Beziehungen der Stufe 2 zuzuordnen. Während des Geschäftsjahres 2020 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. Die Vermögenswerte beliefen sich auf 953 TEUR, die Verbindlichkeiten auf 3.828 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.

Nettoergebnis nach Bewertungskategorien

(in TEUR)

	Aus Zinsen	Aus Fair-Value-Änderungen	Aus Währungs-umrechnung	Aus Wertberichtigungen	Aus Abgang	2020	2019
Derivatives (FVTPL)	0	18.447	0	0	-9.426	9.021	-10.134
Financial Assets Measured at Amortised Cost (AC)	2.281	0	-11.880	-10.759	0	-20.358	-760
Financial Liabilities Measured at Amortised Cost (AC)	-6.781	0	-1.283	0	0	-8.064	-3.057

Die Zinsen aus Finanzinstrumenten werden im Zinsergebnis ausgewiesen (siehe dazu Erläuterungen zur Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung, Textziffer 4).

Die der Bewertungskategorie AC 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.

Änderungen der Verbindlichkeiten aus Finanzierungstätigkeit

(in TEUR)

	Bruttobuch- wert zum 1. Jan.	Cashflows	Aus Erwerb von Vermögens- gruppe	Ver- änderungen im Portfolio	Änderung in der Fristigkeit	Währungs- umrechnung	Bruttobuch- wert zum 31. Dez.
2020							
Verbindlichkeiten aus Finanzierungstätigkeit							
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	110.269	-53.313	0	0	14.175	-3	71.128
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	105.034	104.792	0	0	-14.175	-179	195.471
Leasingverbindlichkeiten	957.175	-187.466	0	137.753	0	-45.185	862.277
Gesamt	1.172.478	-135.987	0	137.753	0	-45.367	1.128.876
2019							
Verbindlichkeiten aus Finanzierungstätigkeit							
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	90.609	-107	11.467	0	8.293	7	110.269
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	78.116	-35.000	69.750	0	-8.293	461	105.034
Leasingverbindlichkeiten	1.061.230	-227.394	-53.377	165.121	0	11.595	957.175
Gesamt	1.229.955	-262.501	27.840	165.121	0	12.063	1.172.478

Saldierung von Finanzinstrumenten

(in TEUR)

	Angesetzte Bruttobeträge Aktiva	Saldierte Bruttobeträge Passiva	Ausgewiesene Nettobeträge Aktiva in der Bilanz	Nicht in der Bilanz saldierte Passiva	Nicht in der Bilanz saldierte erhaltene Barsicher- heiten	Nettobeträge
2020						
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	189.893	-17.892	172.001	0	0	172.001
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	42.193	0	42.193	-24	0	42.169
Davon Derivate	953	0	953	-24	0	929
Gesamt	232.086	-17.892	214.194	-24	0	214.170
2019						
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	227.695	-11.473	216.222	0	0	216.222
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	53.859	0	53.859	-35	0	53.824
Davon Derivate	1.828	0	1.828	-35	0	1.793
Gesamt	281.554	-11.473	270.081	-35	0	270.046

(in TEUR)

	Angesetzte Bruttobeträge Passiva	Saldierte Bruttobeträge Aktiva	Ausgewiesene Nettobeträge Passiva in der Bilanz	Nicht in der Bilanz saldierte Aktiva	Nicht in der Bilanz saldierte erhaltene Barsicher- heiten	Nettobeträge
2020						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	324.610	-25.373	299.237	0	0	299.237
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	14.039	0	14.039	-24	0	14.015
Davon Derivate	3.828	0	3.828	-24	0	3.804
Gesamt	338.649	-25.373	313.276	-24	0	313.252
2019						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	325.328	-10.682	314.646	0	0	314.646
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten ¹	8.482	0	8.482	-35	0	8.447
Davon Derivate	2.650	0	2.650	-35	0	2.615
Gesamt	333.810	-10.682	323.128	-35	0	323.093

¹ Die dargestellten Beträge weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

Die in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen saldierten Passiva in Höhe von 17.892 TEUR (2019: 11.473 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 an Lieferanten. Sie betragen 25.373 TEUR (2019: 10.682 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.

Sicherungspolitik und Finanzderivate

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

(in TEUR)

	2020		2019	
	Nominalwerte	Beizulegende Zeitwerte	Nominalwerte	Beizulegende Zeitwerte
Aktiva				
Währungssicherungsgeschäfte	72.464	953	78.186	1.828
Zinssicherungsgeschäfte	0	0	0	0
Passiva				
Währungssicherungsgeschäfte	– 156.510	– 2.874	– 113.470	– 1.333
Zinssicherungsgeschäfte	– 6.570	– 954	– 7.412	– 1.316
Gesamt	– 90.616	– 2.875	– 42.696	– 821

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 – 902 TEUR (2019: – 1.998 TEUR) aus finanziellen Vermögenswerten und Schulden, die als zu Handelszwecken gehalten klassifiziert werden.

Zum 31. Dezember 2020 wurden negative Effekte aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert von Währungssicherungsgeschäften in Höhe von – 1.973 TEUR (2019: 1.180 TEUR) im sonstigen Ergebnis abgegrenzt. Von den im sonstigen Ergebnis abgegrenzten Beträgen wurden im Geschäftsjahr 2020 bei Fälligkeit der Sicherungen Verluste in Höhe von 978 TEUR (2019: Gewinne in Höhe von 825 TEUR) ins operative Ergebnis umgebucht.

Absicherung von Zins- und Währungsrisiken

Zur Absicherung gegen Zins- und Währungsrisiken setzt HUGO BOSS teilweise Sicherungsgeschäfte zur Reduzierung des Risikos ein.

Der Konzern produziert unter anderem in der HUGO BOSS Textile Industry Ltd. in der Türkei. Als funktionale Währung dieser Tochtergesellschaft fungiert der Euro, jedoch erfolgen bestimmte lokale Zahlungen in türkischer Lira. Hierdurch entsteht sowohl aus lokaler als auch aus Konzernsicht ein Transaktionsrisiko durch den schwankenden Wechselkurs zwischen EUR und TRY.

Die Risikomanagementstrategie zielt auf eine Begrenzung der Transaktionsrisiken sowie eine Glättung der Gewinn- und Verlust-Rechnung ab. Daher werden zukünftige Zahlungsströme (u. a. Löhne, Gehälter, Sozialversicherungsbeiträge und Transportkosten) mithilfe von Devisentermingeschäften abgesichert und anschließend in eine wirksame bilanzielle Sicherungsbeziehung als Cashflow-Hedges im Sinne des IFRS 9 eingebunden („hedge accounting“).

HUGO BOSS verwendet zur Umsetzung eine mechanistische Absicherungsmethode. Zur Bestimmung des abzusichernden Exposures wird auf jährlicher Basis eine Cashflow-Planung für das darauffolgende Geschäftsjahr erstellt. Ausgehend von dieser Planung werden anschließend insgesamt bis zu 75 % des erwarteten Exposures durch Devisentermingeschäfte abgesichert. Diese werden aufgeteilt in drei Tranchen zu jeweils etwa 25 % zu festgelegten Zeitpunkten gehandelt. Dies ermöglicht HUGO BOSS einerseits das Partizipieren an Marktchancen, andererseits wird durch die Aufteilung in zwei Tranchen eine Glättung der abgesicherten Kurse erreicht. Darüber hinaus können hierdurch veränderte Planannahmen berücksichtigt werden.

Die Währung des zugrunde liegenden Grundgeschäfts ist identisch mit der Währung des Sicherungsinstruments. Zudem wurde der nur im Sicherungsinstrument enthaltene Cross-Currency-Basis-Spread (CCBS) zum Bilanzstichtag bewertet und als unwesentlich eingestuft. Da demzufolge das zugrunde liegende Risiko der Devisenterminkontrakte mit dem abgesicherten Risiko (also dem Wechselkursrisiko zwischen EUR und TRY) identisch ist, hat HUGO BOSS für die oben genannte Sicherungsbeziehung ein Absicherungsverhältnis von 1 : 1 festgelegt.

Die Devisenterminkontrakte werden in der Regel dergestalt abgeschlossen, dass deren Fälligkeit der Fälligkeit der erwarteten Zahlungsströme entspricht. Außerdem entspricht, wie bereits oben erwähnt, das Risiko des Sicherungsinstruments dem abgesicherten Risiko. Daher geht HUGO BOSS prospektiv von einem wirtschaftlichen Zusammenhang zwischen Grundgeschäft und Sicherungsinstrument aus. Dies wird regelmäßig, mindestens jedoch zu jedem Berichtsstichtag, überprüft.

Grundsätzlich können Differenzen zwischen geplanten und tatsächlichen Fälligkeiten der Zahlungsströme eine partielle Ineffektivität verursachen. Des Weiteren können bei der Berechnung der Wertveränderung des Sicherungsgeschäfts bzw. des Grundgeschäfts Ineffektivitäten auftreten, da die Currency-Basis bzw. Forward-Points bei der Designation der Sicherungsinstrumente nicht ausgeschlossen werden.

Zum Bilanzstichtag hält der HUGO BOSS Konzern zur Absicherung zukünftiger Cashflows folgende Devisenterminkontrakte:

Fälligkeit	2021				
	Jan. – Mrz.	Apr. – Juni	Juli – Sept.	Okt. – Dez.	Gesamt
Nominalbetrag in TRY (in Tausend)	35.479	37.246	37.282	36.045	146.052
Durchschnittlich abgesicherter Kurs	8,435	8,624	8,798	8,993	8,714

Zum Bilanzstichtag rechnet HUGO BOSS auf Basis historischer Erfahrungen mit dem Eintritt aller derzeit als Cashflow-Hedge designierten Grundgeschäfte.

Die Sicherungsinstrumente, die das Unternehmen in Sicherungsbeziehungen designiert hat, haben folgende Auswirkungen auf die Bilanz zum 31. Dezember 2020:

(in TEUR)

	2020	2019
	Derivate mit Hedge- Beziehung	Derivate mit Hedge- Beziehung
Bilanzposten		
Buchwert Aktiva	2	1.501
Buchwert Passiva	-1.975	-321
Wertveränderung der zum Stichtag gehaltenen Sicherungsgeschäfte	-1.973	1.180
Nominalvolumen	16.771	20.047

Die oben genannten Sicherungsbeziehungen haben folgende Auswirkungen auf die Gewinn-und-Verlust-Rechnung oder das sonstige Ergebnis (OCI):

(in TEUR)

	2020	2019
Wertveränderung des Grundgeschäfts	1.973	-1.180
Cashflow-Hedge-Rücklage aus bestehenden Hedges	-1.973	1.180
Aus dem OCI umgegliederter Betrag aufgrund Fälligkeit Grundgeschäft	-978	825

Zum Bilanzstichtag waren 6.570 TEUR (2019: 7.411 TEUR) variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten ohne Designation als Sicherungsbeziehung abgesichert.

Für zusätzliche Informationen und eine detaillierte Beschreibung anderer finanzieller Risiken wird auf den Risiko- und Chancenbericht verwiesen.

Sonstige Erläuterungen

23|Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung 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. Die Veränderungen der Bilanzpositionen, die in der Kapitalflussrechnung dargestellt werden, lassen sich aufgrund von Wechselkursumrechnungen nicht unmittelbar aus der Bilanz ableiten.

Für eine Darstellung des in der Kapitalflussrechnung betrachteten Finanzmittelfonds wird auf das Kapitel „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“ verwiesen.

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.

24|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 inklusive Naher Osten und Afrika, 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 EBIT. Das Segmentergebnis ist somit definiert als das EBIT 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 Segmentvermögenswerte enthalten somit lediglich die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die Vorräte.

Verbindlichkeitenpositionen sind nicht Teil der internen Managementberichterstattung. Die Angabe von Segmentschulden 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 Vermögenswerte werden in den nachfolgenden Überleitungsrechnungen unter Corporate Units/Konsolidierung ausgewiesen. In den Corporate Units 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
2020					
Gesamtumsatz	1.231.405	307.528	342.736	64.174	1.945.843
Segmentergebnis	87.057	-97.033	32.025	53.647	75.696
In % des Umsatzes	7,1	-31,6	9,3	83,6	3,9
Segmentvermögen	249.946	143.340	129.398	22.187	544.871
Investitionen	83.091	23.239	71.680	14	178.024
Wertminderungen	-50.206	-36.473	-23.388	0	-110.067
Davon Sachanlagevermögen	-20.284	-26.918	-10.081	0	-57.283
Davon immaterielle Vermögenswerte	-197	-385	-4.100	0	-4.682
Davon Nutzungsrecht an Leasingobjekten	-29.725	-9.170	-9.207	0	-48.102
Davon Zuschreibung	0	0	0	0	0
Abschreibungen	-159.505	-61.298	-83.338	0	-304.141
2019					
Gesamtumsatz	1.802.843	559.755	437.750	83.708	2.884.056
Segmentergebnis	456.051	60.286	93.816	70.062	680.215
In % des Umsatzes	25,3	10,8	21,4	83,7	23,6
Segmentvermögen	274.115	156.470	109.691	23.298	563.574
Investitionen	129.508	47.637	82.405	16	259.566
Wertminderungen	-7.009	-2.469	-646	0	-10.124
Davon Sachanlagevermögen	-7.523	-2.656	-657	0	-10.836
Davon immaterielle Vermögenswerte	0	0	0	0	0
Davon Nutzungsrecht an Leasingobjekten	-1.063	0	0	0	-1.063
Davon Zuschreibung	1.577	187	11	0	1.775
Abschreibungen	-157.720	-63.555	-79.932	0	-301.207

¹ Inkl. Naher Osten/Afrika.

Überleitungsrechnungen

Nachfolgend werden die Überleitungsrechnungen von den Segmentwerten auf die Konzernwerte dargestellt.

Umsatz

(in TEUR)

	2020	2019
Umsatz – berichtspflichtige Segmente	1.945.843	2.884.056
Corporate Units	0	0
Konsolidierung	0	0
Gesamt	1.945.843	2.884.056

Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit

(in TEUR)

	2020	2019
Segmentergebnis (EBIT) – berichtspflichtige Segmente	75.696	680.215
Corporate Units	–310.907	–335.244
Konsolidierung	–407	–475
EBIT HUGO BOSS	–235.618	344.496
Zinsergebnis	–26.168	–31.465
Übrige Finanzpositionen	–11.450	–7.438
Ergebnis vor Ertragsteuern HUGO BOSS	–273.236	305.593

Segmentvermögen

(in TEUR)

	2020	2019
Segmentvermögen – berichtspflichtige Segmente	544.871	563.574
Corporate Units	245.588	279.162
Konsolidierung	0	0
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	18.484	33.359
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	20.717	32.341
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	99.985	123.200
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	125.277	132.626
Kurzfristige Vermögenswerte HUGO BOSS	1.054.922	1.164.262
Langfristige Vermögenswerte	1.515.570	1.713.203
Aktiva HUGO BOSS	2.570.492	2.877.465

Investitionen

(in TEUR)

	2020	2019
Investitionen – berichtspflichtige Segmente	178.024	259.566
Corporate Units	42.615	81.446
Konsolidierung	0	0
Gesamt	220.639	341.012

Wertminderungen/Wertaufholungen

(in TEUR)

	2020	2019
Wertminderungen – berichtspflichtige Segmente	110.067	10.124
Corporate Units	0	0
Konsolidierung	0	0
Gesamt	110.067	10.124

Abschreibungen

(in TEUR)

	2020	2019
Abschreibungen – berichtspflichtige Segmente	304.141	301.207
Corporate Units	51.119	51.131
Konsolidierung	0	0
Gesamt	355.260	352.338

Geografische Informationen

(in TEUR)

	Umsatzerlöse mit Dritten		Langfristige Vermögenswerte	
	2020	2019	2020	2019
Deutschland	276.081	412.458	416.760	459.125
Andere europäische Märkte	1.019.408	1.474.092	547.538	637.316
USA	217.096	406.223	168.555	217.496
Andere Märkte Nord- und Lateinamerika	90.431	153.531	32.322	54.575
China	211.360	239.294	46.263	42.710
Andere asiatische Märkte	131.467	198.458	111.455	186.813
Gesamt	1.945.843	2.884.056	1.322.893	1.598.035

25 | Angabe über Beziehungen und Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Im Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020 sind folgende berichtspflichtige Geschäfte mit nahestehenden Personen und Unternehmen getätigt worden:

Nicht konsolidierte Tochterunternehmen

Im Geschäftsjahr 2020 gab es wie im Vorjahr keine Transaktionen mit nicht konsolidierten Tochterunternehmen.

Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung

Im Rahmen bestehender Immobilienleasingverträge wurden im Geschäftsjahr 2020 Mietzahlungen an Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung in Höhe von 2.436 TEUR (2019: 11.905 TEUR) geleistet. Aus diesen Geschäftsbeziehungen bestehen zum 31. Dezember 2020 keine offenen Forderungen und Verbindlichkeiten. In den Leasingverträgen sind Ankaufsrechte für die jeweilige Immobilie zum erwarteten Marktwert enthalten. Die unkündbare Restlaufzeit der Leasingverträge beträgt sieben Jahre bei der GRETANA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt D 19 KG.

Im Geschäftsjahr 2019 erzielte HUGO BOSS zusammen mit der AL FUTTAIM Group mit der in Dubai gegründeten HUGO BOSS AL FUTTAIM UAE TRADING L.L.C., Dubai, V.A.E., an der die HUGO BOSS Middle East FZ-LLC, Dubai, V.A.E. 49% der Anteile hält, Umsatzerlöse in Höhe von 40.653 TEUR (2018: 29.857 TEUR). Zum 31. Dezember 2019 waren 210 TEUR (2018: 316 TEUR) an Forderungen ausstehend.

Nahestehende Personen

Nahestehende Personen umfassen die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats. Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sind auf den Seiten 212 bis 213 angegeben.

Vergütung für den Vorstand

Die Gesamtvergütung des Vorstandes beträgt 5.659 TEUR (2019: 5.061 TEUR). Der Aufwand für kurzfristig fällige Leistungen betrug 2020 insgesamt 3.898 TEUR (2019: 3.352 TEUR). Für die betriebliche Altersversorgung ist im Jahr 2020 ein Dienstzeitaufwand in Höhe von 1.516 TEUR (2019: 1.209 TEUR) angefallen. Für aktienbasierte Vergütung belief sich der Aufwand im Jahr 2020 auf 245 TEUR (2019: 500 TEUR). Die Angaben nach § 314 Abs. 1 Nr. 6 a) Satz 1 bis 4 HGB sind im Vergütungsbericht des zusammengefassten Lageberichts enthalten.

Die Gesamtvergütung der Mitglieder des Vorstands nach § 314 Abs. 1 Nr. 6 a) Satz 1 bis 4 HGB belief sich im Geschäftsjahr 2020 auf 5.402 TEUR (2019: 4.540 TEUR). Davon entfielen 2.294 TEUR auf die Grundvergütung inklusive Nebenleistungen (2019: 2.646 TEUR). Im Geschäftsjahr wurde eine Sondervergütung in Höhe von 200 TEUR (2019: 0 TEUR) gewährt. Ein Betrag in Höhe von 1.232 TEUR (2019: 0 TEUR) entfällt auf das für das Geschäftsjahr 2020 vereinbarte „Short Term Incentive“ (STI). Auf das „Long Term Incentive“ (LTI) 2020 - 2022 entfällt ein Betrag in Höhe von 1.676 TEUR, der sich für 50.286 im Jahr 2020 gewährte Bezugsrechte ergibt.

Ehemalige Vorstandsmitglieder und deren Hinterbliebene erhielten im Jahr 2020 Gesamtbezüge in Höhe von 3.502 TEUR (2019: 3.962 TEUR). Darin enthalten sind Vergütungen aus Anlass der Beendigung von Arbeitsverhältnissen in Höhe von 3.645 TEUR (2018: 3.513 TEUR).

Für frühere Mitglieder des Vorstands und deren Hinterbliebene bestehen Pensionsverpflichtungen in Höhe von 52.579 TEUR (2019: 51.268 TEUR). Das entsprechende Planvermögen in Form der Rückdeckungsversicherung beläuft sich auf 35.734 TEUR (2019: 35.715 TEUR).

Vergütung für den Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit im Jahr 2019 Gesamtbezüge in Höhe von 1.205 TEUR. Für das Jahr 2020 betragen die Gesamtbezüge voraussichtlich 1.204 TEUR.

Sonstige Angaben zu nahestehenden Personen

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten insgesamt circa 1 % (2019: weniger als 1 %) der von der HUGO BOSS AG ausgegebenen Aktien.

Mitglieder des Vorstands kaufen im Rahmen ihrer gewährten sonstigen zum Gehalt gehörenden Sachleistungen sowie für den persönlichen Bedarf vergünstigt bei HUGO BOSS ein. Darüber hinaus haben keine wesentlichen Transaktionen zwischen Gesellschaften des HUGO BOSS Konzerns und Personen in Schlüsselpositionen und ihren nahen Familienangehörigen stattgefunden.

26|Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Ende des Geschäftsjahres 2020 und der Aufstellung dieses Berichts am 5. März 2021 war das globale Geschäft von HUGO BOSS nach wie vor erheblich von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie betroffen. So wird erwartet, dass vor allem im ersten Halbjahr 2021 weitreichende temporäre Storeschließungen infolge anhaltender Lockdowns – allen voran in Europa, der mit Abstand größten Region des Unternehmens – eine nach wie vor vielerorts deutliche Einschränkung des öffentlichen Lebens inklusive umfangreicher Social-Distancing-Maßnahmen sowie das Andauern der internationalen Reisebeschränkungen sowohl auf der Erholung der Branche als auch dem Geschäft von HUGO BOSS lasten werden.

Darüber hinaus gab es keine wesentlichen gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, branchenbezogenen oder unternehmensspezifischen Veränderungen, die sich nach den Erwartungen des Managements maßgeblich auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Unternehmens auswirken könnten.

27|Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG haben im Dezember 2020 die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben. Diese ist auf der Website der Gesellschaft den Aktionären dauerhaft zugänglich.

28|Honorar des Konzernabschlussprüfers

(in TEUR)

	2020	2019
Prüfungsleistungen	1.852	1.772
Davon Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	529	479
Andere Bestätigungsleistungen	294	146
Davon Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	92	86
Steuerberatungsleistungen	27	73
Davon Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	0	0
Sonstige Leistungen	30	101
Davon Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	0	0
Gesamt	2.203	2.092

Die vom Konzernabschlussprüfer erbrachten Leistungen bestanden neben Prüfungsleistungen im Wesentlichen aus Umsatzbestätigungen und der Bestätigung des Nachhaltigkeitsberichts.

Vorstand

Vorstandsmitglied	Vorstand für die Bereiche
<p>Yves Müller (Hamburg/Metzingen, Deutschland)</p> <p>Sprecher des Vorstands (seit 16. Juli 2020) seit 1. Dezember 2017 Mitglied des Vorstands</p>	<p>Controlling, Finanzen und Steuern, Innenrevision, Investor Relations, Central Services, IT, Risiko- und Versicherungsmanagement, Recht/Compliance, Personal, Konzerneigener Einzelhandel, Wholesale, (ab Juli 2020 bis Januar 2021), Unternehmensstrategie, Kommunikation, (ab Juli 2020)</p>
<p>Dr. Heiko Schäfer (Hamburg/Metzingen, Deutschland)</p> <p>seit 16. März 2020 Mitglied des Vorstands</p>	<p>Operations, Eigenfertigung, Produktentwicklung und Beschaffung, Nachhaltigkeit und Qualitätsmanagement, Global Logistics (ab Juli 2020)</p>
<p>Oliver Timm (Meerbusch/Metzingen, Deutschland)</p> <p>seit 1. Januar 2021 Mitglied des Vorstands</p>	<p>Konzerneigener Einzelhandel, Wholesale einschließlich E-Commerce, Visual Merchandising, Retail Operations, Real Estate Management, Customer Relationship Management (CRM)</p>
<p>Ingo Wilts (Amsterdam, Niederlande / Metzingen, Deutschland)</p> <p>seit 15. August 2016 Mitglied des Vorstands</p>	<p>Creative Management, Lizenzen-Management, Global Marketing, Business Unit BOSS Menswear (ab Juli 2020), Business Unit BOSS Womenswear, Business Unit HUGO</p>
<p>Mark Langer (Stuttgart, Deutschland)</p> <p>bis 15. Juli 2020 Vorstandsvorsitzender und Mitglied des Vorstands</p>	<p>Unternehmensstrategie und Kommunikation, Konzerneigener Einzelhandel, Wholesale, Global Sustainability (bis März 2020), Globale Produktion und Beschaffung (bis März 2020), Supply Chain Management (bis März 2020), Business Unit BOSS Menswear, Global Logistics</p>

Aufsichtsrat

Aktionärsvertreter	Arbeitnehmervertreter
Hermann Waldemer (Blitzingen, Schweiz) Managementberater, Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit Mai 2020), Mitglied seit 2015	Sinan Piskin (Metzingen, Deutschland) Kaufmännischer Angestellter/Stellvertretender Betriebsrats- vorsitzender HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats (seit Mai 2020), Mitglied seit 2008
Iris Epple-Righi (München, Deutschland) Managementberaterin, Mitglied seit 2020	Katharina Herzog (Reutlingen, Deutschland) Director Group Finance & Tax HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, Mitglied seit 2020
Gaetano Marzotto (Mailand, Italien) Aufsichtsratsvorsitzender Gruppo Santa Margherita S.p.A., Fossalta di Portogruaro, Italien, Mitglied seit 2010	Anita Kessel (Metzingen, Deutschland) Kaufmännische Angestellte HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, Mitglied seit 2015
Luca Marzotto (Venedig, Italien) Vorstandsvorsitzender Zignago Holding S.p.A., Fossalta di Portogruaro, Italien, Mitglied seit 2010	Tanja Silvana Nitschke (Inzigkofen, Deutschland) 1. Bevollmächtigte und Kassiererin der IG-Metall-Geschäftsstelle Reutlingen-Tübingen, Reutlingen, Deutschland, Mitglied seit 2015
Christina Rosenberg (München, Deutschland) Managementberaterin innotail, München, Deutschland, Mitglied seit 2020	Martin Sambeth (Tiefenbronn, Deutschland) 2. Bevollmächtigter und Kassierer der IG-Metall- Geschäftsstelle Karlsruhe, Karlsruhe, Deutschland, Mitglied seit 2016
Robin J. Stalker (Oberreichenbach, Deutschland) Chartered Accountant, Mitglied seit 2020	Antonio Simina (Metzingen, Deutschland) Schneider/Betriebsratsvorsitzender HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats (bis Mai 2020), Mitglied seit 1985
Michel Perraudin (Hergiswil, Schweiz) Managementberater, Vorsitzender des Aufsichtsrats (bis Mai 2020), Mitglied von/bis 2015/2020	Fridolin Klumpp (Caslano, Schweiz) Business Director BOSS Womenswear HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, Mitglied von/bis 2015/2020
Kirsten Kistermann-Christophe (Oberursel, Deutschland) Managing Director Société Générale S.A., Frankfurt am Main, Deutschland, Mitglied von/bis 2015/2020	
Axel Salzmann (Großhansdorf, Deutschland) Finanzvorstand Hensoldt Holding GmbH, Taufkirchen, Deutschland, Mitglied von/bis 2015/2020	

Weitere Angaben zu den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern

Die Aufsichtsratsmitglieder der Gesellschaft sind gleichzeitig Mitglieder des Aufsichtsrats oder anderer vergleichbarer Kontrollgremien folgender Gesellschaften:¹

Katharina Herzog	HUGO BOSS Holding Netherlands B.V.	Amsterdam, Niederlande
	HUGO BOSS International B.V.	Amsterdam, Niederlande
Gaetano Marzotto	Style Capital SGR S.p.A. ²	Mailand, Italien
	TIPO S.p.A.	Mailand, Italien
	HIPPOCRATES HOLDING S.p.A.	Mailand, Italien
	Zignago Holding S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
	Zignago Vetro S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
Luca Marzotto	Dimora 01	Mailand, Italien
	Forte Forte S.r.l.	Sarcedo, Italien
	Isotex Engineering S.r.l.	Trissino, Italien
	Multitecno S.r.l.	Fossalta di Portogruaro, Italien
	Santex Rimar Group S.r.l.	Trissino, Italien
	Smit S.r.l.	Trissino, Italien
	Solwa S.r.l.	Trissino, Italien
	Sperotto Rimar S.r.l.	Trissino, Italien
	Vetri Speciali S.p.A.	Trient, Italien
	Zignago Vetro S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
Christina Rosenberg	Josef Tretter GmbH & Co. KG	München, Deutschland
	Villeroy & Boch AG	Mettlach, Deutschland
Robin J. Stalker	Commerzbank AG	Frankfurt, Deutschland
	Schaeffler AG	Herzogenaurach, Deutschland
	Schmitz Cargobull AG ²	Horstmar, Deutschland
Michel Perraudin (bis Mai 2020)	ODLO Sports Holding AG (Schweiz) ²	Hünenberg, Schweiz
Fridolin Klumpp (bis Mai 2020)	HUGO BOSS Ticino AG (Schweiz)	Coldrerio, Schweiz
Axel Salzmann (bis Mai 2020)	TeamViewer AG	Göppingen, Deutschland

¹ Nicht genannte Mitglieder haben keine Mandate in anderen Gesellschaften.

² Tätigkeit als Vorsitzender oder stellvertretender Vorsitzender.

Mitglieder des Vorstands

Die Vorstandsmitglieder der HUGO BOSS AG nahmen im Berichtszeitraum keine Mandate in Aufsichtsräten oder vergleichbaren anderen Kontrollgremien von nicht zum HUGO BOSS Konzern gehörenden Gesellschaften wahr. Zum Zweck der Konzernsteuerung und -überwachung hatten Mitglieder des Vorstands im Berichtszeitraum Mandate in Aufsichtsräten oder vergleichbaren anderen Kontrollgremien konzernangehöriger Gesellschaften inne.

Offenlegung

Der Jahres- und Konzernabschluss der HUGO BOSS AG werden im Bundesanzeiger bekannt gemacht und auf der Webseite von HUGO BOSS veröffentlicht.

Metzingen, den 5. März 2021

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Yves Müller
Dr. Heiko Schäfer
Oliver Timm
Ingo Wilts

Anteilsbesitz der HUGO BOSS AG

Soweit nicht anders vermerkt, beträgt die Kapitalbeteiligung 100 %.

(in TEUR)

Gesellschaft	Sitz	Eigenkapital 2020 ¹
HUGO BOSS Holding Netherlands B.V.	Amsterdam, Niederlande	647.831
HUGO BOSS International B.V.	Amsterdam, Niederlande	557.163
HUGO BOSS Internationale Beteiligungs-GmbH ^{2, 5}	Metzingen, Deutschland	524.800
HUGO BOSS USA, Inc. ⁴	New York, NY, USA	121.875
HUGO BOSS UK Limited	London, Großbritannien	59.076
HUGO BOSS China Retail Co. Ltd.	Shanghai, China	57.294
Lotus (Shenzhen) Commerce Ltd.	Shenzhen, China	57.155
HUGO BOSS Benelux B.V.	Amsterdam, Niederlande	52.546
HUGO BOSS Textile Industry Ltd. ²	Izmir, Türkei	49.079
HUGO BOSS Benelux B.V. y CIA S.C	Madrid, Spanien	38.191
HUGO BOSS France SAS	Paris, Frankreich	37.189
HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd.	Hongkong	36.493
HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG ²	Metzingen, Deutschland	32.670
HUGO BOSS Canada, Inc.	Toronto, Kanada	31.889
HUGO BOSS Ticino S.A.	Coldrerio, Schweiz	22.124
HUGO BOSS Mexico S.A. de C.V. ²	Mexiko-Stadt, Mexiko	21.851
HUGO BOSS International Markets AG	Zug, Schweiz	12.778
HUGO BOSS Holdings Pty. Ltd.	Preston, Australien	12.363
HUGO BOSS AL FUTTAIM UAE TRADING L.L.C. ⁶	Dubai, V.A.E.	12.169
HUGO BOSS Shoes & Accessories Italia S.p.A.	Morrovalle, Italien	10.193
HUGO BOSS Portugal & Companhia	Lissabon, Portugal	10.039
HUGO BOSS Rus LLC ²	Moskau, Russland	9.516
HUGO BOSS Middle East FZ-LLC	Dubai, V.A.E.	9.358
HUGO BOSS Hong Kong Ltd.	Hongkong	9.262
HUGO BOSS Scandinavia AB	Stockholm, Schweden	8.993
HUGO BOSS Italia S.p.A.	Mailand, Italien	8.312
HUGO BOSS do Brasil Ltda.	São Paulo, Brasilien	7.082
HUGO BOSS (Schweiz) AG	Zug, Schweiz	6.041
HUGO BOSS Ireland Limited	Dublin, Irland	4.209
HUGO BOSS Guangdong Trading Co. Ltd.	Guangzhou, China	4.056
HUGO BOSS Nordic ApS	Kopenhagen, Dänemark	3.994
Lotus Concept Trading (Macau) Co. Ltd.	Macau	3.982
HUGO BOSS Hellas LLC	Athen, Griechenland	3.449
HUGO BOSS Belgium BVBA ²	Diegem, Belgien	3.400
HUGO BOSS Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG ²	Metzingen, Deutschland	3.169
HUGO BOSS Australia Pty. Ltd.	Preston, Australien	2.492
HUGO BOSS Mexico Management Services S.A. de C.V. ²	Mexiko-Stadt, Mexiko	2.390
HUGO BOSS Finland OY	Helsinki, Finnland	2.053
HUGO BOSS Shoes & Accessories Poland Sp. z o.o.	Radom, Polen	1.847
HUGO BOSS South East Asia PTE.LTD.	Singapur	1.351

(in TEUR)

Gesellschaft	Sitz	Eigenkapital 2020¹
HUGO BOSS Holding Sourcing S.A.	Coldrerio, Schweiz	1.171
HUGO BOSS Malaysia SDN. BHD.	Kuala Lumpur, Malaysia	873
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Dieselstrasse KG ²	Metzingen, Deutschland	824
HUGO BOSS Magazacilik Ltd. Sti.	Izmir, Türkei	725
HUGO BOSS Korea Ltd.	Seoul, Südkorea	553
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Metzingen KG ^{2,3}	Grünwald, Deutschland	356
HUGO BOSS Dienstleistungs GmbH ²	Metzingen, Deutschland	118
HUGO BOSS Trade Mark Management Verwaltungs-GmbH	Metzingen, Deutschland	41
HUGO BOSS Beteiligungsgesellschaft mbH ^{2,5}	Metzingen, Deutschland	-85
HUGO BOSS Estonia OÜ	Tallinn, Estland	-135
HUGO BOSS Latvia SIA.	Riga, Lettland	-223
Salam Stores HUGO BOSS WLL ⁷	Doha, Katar	-475
GRAMOLERA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft Objekt Ticino mbH	Metzingen, Deutschland	-499
GRETANA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt D 19 KG	Grünwald, Deutschland	-539
HUGO BOSS New Zealand Ltd.	Auckland, Neuseeland	-2.149
HUGO BOSS Belgium Retail BVBA	Diegem, Belgien	-5.075
HUGO BOSS Benelux Retail B.V.	Amsterdam, Niederlande	-15.202
HUGO BOSS Japan K.K.	Tokio, Japan	-24.211

¹ Die Werte entsprechen den Jahresabschlüssen nach evtl. Gewinnabführung, bei Tochterunternehmen gemäß innenkonsolidiertem IFRS-Abschluss.

² Direkte Beteiligungen der HUGO BOSS AG.

³ Beteiligungen mit einem Kapitalanteil von 94%.

⁴ Teilkonzernabschluss.

⁵ Gesellschaften, die einen Ergebnisabführungsvertrag mit der HUGO BOSS AG haben.

⁶ Beteiligungen mit einem Kapitalanteil von 49%.

⁷ Beteiligungen mit einem Kapitalanteil von 70%.

4	An unsere Aktionäre
23	Zusammengefasster Lagebericht
118	Corporate Governance
146	Konzernabschluss
218	Weitere Angaben

KAPITEL 5 / 218 – 236

WEITERE ANGABEN

219	Versicherung der gesetzlichen Vertreter
220	Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers
230	Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit
233	Allgemeine Anmerkungen
233	Zukunftsgerichtete Aussagen
234	Zehnjahresübersicht
235	Kontakte
235	Impressum
236	Finanzkalender 2021

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 5. März 2021

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Yves Müller
Dr. Heiko Schäfer
Oliver Timm
Ingo Wilts

Der nachfolgend wiedergegebene Bestätigungsvermerk umfasst auch einen „Vermerk über die Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben des Abschlusses und des Lageberichts nach § 317 Abs. 3b HGB“ („ESEF-Vermerk“). Der dem ESEF-Vermerk zugrunde liegende Prüfungsgegenstand (zu prüfende ESEF-Unterlagen) ist nicht beigefügt. Die geprüften ESEF-Unterlagen können im Bundesanzeiger eingesehen bzw. aus diesem abgerufen werden.

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS

An die HUGO BOSS AG

Vermerk über die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts

Prüfungsurteile

Wir haben den Konzernabschluss der HUGO BOSS AG, Metzingen, und ihrer Tochtergesellschaften (der Konzern) – bestehend aus der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung und der Konzerngesamtergebnisrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2020, der Konzernbilanz zum 31. Dezember 2020, der Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung und der Konzernkapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2020 sowie dem Konzernanhang, einschließlich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Konzernlagebericht der HUGO BOSS AG, der mit dem Lagebericht der Gesellschaft zusammengefasst wurde, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2020 geprüft. Die in Abschnitt „Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung“ des Konzernlageberichts enthaltene nichtfinanzielle Erklärung sowie die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 315d HGB, die als Bestandteil des Konzernlageberichts auf der Internetseite der Gesellschaft öffentlich zugänglich gemacht wurde, worauf im Konzernlagebericht hingewiesen wird, haben wir in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Konzernabschluss in allen wesentlichen Belangen den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2020 sowie seiner Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2020 und
- vermittelt der beigefügte Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Konzernlagebericht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum Konzernlagebericht erstreckt sich nicht auf den Inhalt der oben genannten nichtfinanziellen Konzernklärung sowie der Erklärung zur Unternehmensführung.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-Abschlussprüferverordnung (Nr. 537/2014; im Folgenden „EU-APrVO“) unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von den Konzernunternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Darüber hinaus erklären wir gemäß Artikel 10 Abs. 2 Buchst. f) EU-APrVO, dass wir keine verbotenen Nichtprüfungsleistungen nach Artikel 5 Abs. 1 EU-APrVO erbracht haben. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht zu dienen.

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Konzernabschlusses

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutsamsten in unserer Prüfung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2020 waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Konzernabschlusses als Ganzem und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt; wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.

Nachfolgend beschreiben wir die aus unserer Sicht besonders wichtigen Prüfungssachverhalte:

1) Werthaltigkeit der den konzerneigenen Einzelhandelsgeschäften (DOS) zugeordneten Vermögenswerten des Anlagevermögens

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt:

Ein signifikanter Teil der Geschäftstätigkeit des HUGO BOSS Konzerns erfolgt über konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte (DOS). Die den DOS zugeordneten Vermögenswerte bilden den wesentlichen Teil des Anlagevermögens des HUGO BOSS Konzerns. Für Zwecke des Werthaltigkeitstests sind die DOS als eigenständige zahlungsmittelgenerierende Einheiten definiert.

Die regional und lokal unterschiedliche Entwicklung der Absatzmärkte erfordert sowohl hinsichtlich des angewandten Bewertungsmodells, der Bestimmung der Indikatoren für die Werthaltigkeitsprüfung (insbesondere die Entwicklung von Umsatz- und Profitabilitätskennzahlen) sowie hinsichtlich der ermittelten beizulegenden Zeitwerte, der Ermittlung des Diskontierungssatzes wie auch der Ermittlung der zukünftig zu erwartenden Zahlungsmittelzuflüsse in hohem Maße Einschätzungen und Annahmen insbesondere auch vor dem Hintergrund der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie. Dies gilt besonders für die spezifischen Wachstumsraten, die der Fortschreibung der Planung der Gesellschaft zugrunde liegen. Die Werthaltigkeit der den DOS zugeordneten Vermögenswerte des Anlagevermögens war aufgrund dieser Ermessensspielräume einer der bedeutsamsten Sachverhalte im Rahmen unserer Prüfung.

Prüferisches Vorgehen:

Wir haben das angewandte Verfahren der Ermittlung von Wertminderungen und Wertaufholungen mit den gesetzlichen Vertretern der Gesellschaft diskutiert und beurteilt. Dabei haben wir das Discounted-Cashflow Bewertungsmodell, insbesondere dessen rechnerische Richtigkeit, die Zusammensetzung der Buchwerte der zugeordneten Vermögenswerte sowie die verwendeten Abzinsungssätze mit Unterstützung von internen Bewertungsexperten nachvollzogen. Die Ableitung des Abzinsungssatzes und dessen einzelner Bestandteile haben wir unter Hinzuziehung unserer internen Bewertungsexperten gewürdigt, indem wir insbesondere die Peer Group hinterfragt, die Marktdaten mit externen Nachweisen abgeglichen und die rechnerische Richtigkeit der Ermittlung nachvollzogen haben.

Für eine bewusst ausgewählte Stichprobe der DOS haben wir die Zusammensetzung der Buchwerte und der fortgeführten Anschaffungskosten der zugeordneten Vermögenswerte nachvollzogen. Die in der detaillierten Planungsrechnung der jeweiligen DOS verwendeten Planungsannahmen haben wir in Stichproben mit der vom Vorstand verabschiedeten und vom Aufsichtsrat genehmigten Unternehmensplanung abgestimmt. Weiterhin haben wir die für die Fortschreibung der Planung über die Restnutzungsdauer der DOS verwendeten Retail-Wachstumsraten sowie die Entwicklung der Fixkosten durch Abgleich mit internen und externen Daten nachvollzogen. Zudem haben wir die Planungsrechnungen einzelner DOS im Hinblick auf die künftige Entwicklung abgeleitet aus Erkenntnissen der Vergangenheit analysiert, mit den gesetzlichen Vertretern der Gesellschaft auch hinsichtlich Sensitivität diskutiert, in Einzelfällen unterstützende Nachweise für einzelne Annahmen der Planungsrechnung eingeholt und diese vor dem Hintergrund der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie gewürdigt.

Sofern bei der Verteilung des Wertminderungsaufwands nicht der Nutzungswert, sondern der beizulegende Zeitwert zugrunde gelegt wurde, haben wir dessen Ermittlung unter Berücksichtigung der Auswirkungen der COVID-19 Pandemie mit den von der Gesellschaft eingeholten internen und externen Daten abgestimmt und die der Ermittlung zugrundeliegenden Annahmen gewürdigt.

Weiterhin haben wir uns mit der Vollständigkeit der Angaben im Konzernanhang befasst.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich keine Einwendungen hinsichtlich der Beurteilung der Werthaltigkeit der den DOS zugeordneten Vermögenswerte des Anlagevermögens durch die Gesellschaft ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben im Konzernabschluss:

Die Angaben der Gesellschaft zur Werthaltigkeit der den DOS zugeordneten Vermögenswerte des Anlagevermögens sind im Konzernanhang auf den Seiten 160 und 178 ff. enthalten.

2) Bewertung der Vorratsbestände

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt:

HUGO BOSS ist im gehobenen Premiumsegment des Bekleidungsmarktes tätig und ist einer sich ständig verändernden Kundennachfrage ausgesetzt. Ein sich schnell ändernder Markt führt insbesondere in Zeiten der COVID-19 Pandemie zu erhöhten Bestandsrisiken und Unsicherheiten bei der Bewertung der Vorratsbestände.

Insbesondere die Ermittlung der angewandten Abwertungssätze mit Hilfe der von der Gesellschaft verwendeten IT-gestützten Abwertungsverfahren sowie bei Bedarf die Ermittlung zusätzlicher manueller Abwertungen, die nicht durch dieses Abwertungsverfahren berücksichtigt werden, unterliegen in Zeiten der COVID-19 Pandemie in besonderem Maße dem Ermessen der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft.

Die Bewertung der Vorratsbestände war aufgrund der dabei bestehenden Ermessensspielräume einer der bedeutsamsten Sachverhalte im Rahmen unserer Prüfung.

Prüferisches Vorgehen:

Im Rahmen unserer Abschlussprüfung haben wir uns zunächst mit den von den gesetzlichen Vertretern der Gesellschaft eingerichteten Verfahren zur Ermittlung der Abwertungen hinsichtlich Lagerdauer und Verwertbarkeit befasst sowie die Wirksamkeit der in diesem Prozess implementierten Kontrollen beurteilt.

Die Eignung der IT-gestützten Abwertungsverfahren zur Erfassung von sich aus Reichweite, Gängigkeit und Nettoveräußerungswert ergebenden Bestandsrisiken haben wir auch vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen der COVID-19 Pandemie gewürdigt. Dazu haben wir unter Hinzuziehung von internen IT-Experten die systemseitige Umsetzung der Abwertungsverfahren in der IT beurteilt, in dem im Wesentlichen die Konsistenz der verwendeten Parameter zu Vorjahren nachvollzogen wurde. Sofern es im aktuellen Jahr Änderungen in der Abwertungsroutine gab, haben wir deren Ursachen und Umsetzung nachvollzogen. Die von der Gesellschaft angewandten Abwertungssätze haben wir weiterhin vor dem Hintergrund der Erfahrungen der Vergangenheit sowie unter Berücksichtigung der Auswirkungen der COVID-19 Pandemie hinsichtlich der aktuellen Absatzplanung durch analytische Vergleiche mit den in Vorjahren vorgenommenen Abwertungen je Land beurteilt. Die Berechnungslogik des Modells haben wir mit den von der Gesellschaft angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden abgeglichen und rechnerisch in Stichproben nachvollzogen.

Zusätzliche manuelle Anpassungen, die nicht durch die Abwertungsverfahren berücksichtigt werden, haben wir mit den gesetzlichen Vertretern der Gesellschaft insbesondere im Zusammenhang mit den Auswirkungen der COVID-19 Pandemie diskutiert, deren Datengrundlage und rechnerische Ermittlung nachvollzogen sowie unterstützende Nachweise aus Fachabteilungen eingeholt und weitere einzelfall-bezogene Prüfungshandlungen vorgenommen.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich keine Einwendungen hinsichtlich der Bewertung der Vorratsbestände der Gesellschaft ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben im Konzernabschluss:

Die Angaben der Gesellschaft zur Bewertung der Vorratsbestände sind im Konzernanhang auf den Seiten 161 und 184 f. enthalten.

3) Ansatz und Bewertung von aktiven latenten Steuern und sonstigen Steuerforderungen

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt:

Steuerliche Sachverhalte weisen aufgrund länderspezifischer Steuerregelungen eine hohe Komplexität auf und unterliegen Ermessenseinschätzungen in Bezug auf die Durchsetzbarkeit steuerlicher Ansprüche sowie das Vorhandensein künftigen zu versteuernden Einkommens. Die Werthaltigkeit von latenten Steuerforderungen aus temporären Differenzen und steuerlichen Verlustvorträgen beruht auf der Einschätzung der Nutzbarkeit in der Zukunft durch künftiges zu versteuerndes Einkommen, insbesondere vor dem Hintergrund tatsächlich angefallener Verluste aufgrund der COVID-19 Pandemie. Der Ansatz und die Werthaltigkeit der sonstigen Steuerforderungen beruht in hohem Maße auf der Einschätzung der Gesellschaft hinsichtlich der Durchsetzbarkeit der zu Grunde liegenden Sachverhalte.

Prüferisches Vorgehen:

Aufgrund der Komplexität der steuerlichen Berechnungen unter Berücksichtigung der lokalen steuerlichen Regelungen und Gesetzgebungen haben wir für die Beurteilung der aktiven latenten Steuern und der sonstigen Steuerforderungen interne Steuerexperten hinzugezogen. Diese haben uns bei der Beurteilung der zu Grunde liegenden Regelungen und der steuerlichen Durchsetzbarkeit der Forderungen unterstützt.

Zur Überprüfung der Werthaltigkeit von latenten Steuerforderungen aus temporären Differenzen sowie aus bestehenden Verlustvorträgen haben wir untersucht, ob die bestehenden Steuerplanungen zutreffend aus der vom Vorstand und Aufsichtsrat genehmigten Unternehmensplanung abgeleitet wurden. Zudem haben wir für die Gesellschaften in den Ländern Deutschland, USA, Belgien, Taiwan, Malaysia, Südkorea und Hongkong die wesentlichen Annahmen der Steuerplanungen insbesondere über die zukünftige steuerliche Ertragssituation und unter Berücksichtigung der aktuellen Verlustsituation

und den Auswirkungen der COVID-19 Pandemie mit der Gesellschaft diskutiert und in Bezug auf ihre Angemessenheit beurteilt. Weiterhin haben wir die Annahmen der Steuerplanung der jeweiligen Gesellschaft vor dem Hintergrund des in der Vergangenheit erwirtschafteten zu versteuernden Einkommens und des implementierten Transfer-Preis-Systems gewürdigt.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich keine Einwendungen hinsichtlich Ansatz und Bewertung von aktiven latenten Steuern und sonstigen Steuerforderungen ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben im Konzernabschluss:

Die Angaben der Gesellschaft zum Ansatz und zur Bewertung von aktiven latenten Steuern und sonstigen Steuerforderungen sind im Konzernanhang auf den Seiten 159 und 169 ff. enthalten.

4) Bilanzierung von Miet- und Leasingverträgen

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt:

Der Konzern hat in signifikantem Umfang Miet- und Leasingverträge zur Anmietung von Einzelhandelsgeschäften abgeschlossen. Das gesamte Vertragsportfolio unterliegt jährlich in erheblichem Maße Veränderungen hinsichtlich Vertragsanpassungen, -verlängerungen, -kündigungen und Neuabschlüssen.

Für die Bilanzierung und Bewertung bestehen wesentliche Risiken hinsichtlich der vollständigen Identifizierung und korrekten bilanziellen Erfassung von Verträgen, die ein Leasingverhältnis beinhalten insbesondere im Zusammenhang mit im Rahmen der COVID-19 Pandemie vorgenommenen Vertragsänderungen und Mietzugeständnissen.

Die Bilanzierung von Miet- und Leasingverträgen war aufgrund der Wesentlichkeit sowie aufgrund der im Rahmen der Bilanzierung und Bewertung bestehenden Risiken einer der bedeutsamsten Sachverhalte im Rahmen unserer Prüfung.

Prüferisches Vorgehen:

Wir haben uns mit dem von HUGO BOSS eingerichteten Prozess zur vollständigen und sachgerechten Erfassung von Vertragsänderungen und neu abgeschlossenen Verträgen sowie der Wertermittlung der aktivierten Nutzungsrechte im Rahmen einer Prozessaufnahme befasst.

Wir haben die Zugänge und die Fortentwicklung der bilanzierten Nutzungsrechte und der Leasingverbindlichkeiten zum 31. Dezember 2020 beurteilt. Dafür haben wir für Neuverträge und Vertragsänderungen im Jahr 2020 in einer statistisch ermittelten Stichprobe die Kriterien für den Ansatz des Leasingvertrags als Leasingverhältnis im Sinne des IFRS 16 beurteilt und die relevanten Daten in den Miet- und Leasingverträgen zu der Wertermittlung der Nutzungsrechte abgeglichen. Des Weiteren haben wir die Wertermittlung der Nutzungsrechte an Leasingobjekten, der Leasingverbindlichkeiten sowie der Abschreibungen und Zinsaufwendungen rechnerisch nachvollzogen. Zudem haben wir die Vollständigkeit der bilanzierten Leasingverhältnisse mittels einer Stichprobe aus der Grundgesamtheit, die wesentliche Vertragsänderungen und Neuverträge in bzw. aus 2020 umfasst, überprüft. Darüber hinaus haben wir die korrekte bilanzielle Erfassung der im Zuge der COVID-19 Pandemie gewährten Mietzugeständnisse überprüft.

Weiterhin haben wir uns mit der Vollständigkeit der Angaben im Konzernanhang befasst.

Unsere Prüfungshandlungen haben zu keinen Einwendungen hinsichtlich der Bilanzierung von Miet- und Leasingverträgen geführt.

Verweis auf zugehörige Angaben im Konzernabschluss:

Die Angaben der Gesellschaft zur Bilanzierung von Miet- und Leasingverträgen sind im Konzernanhang auf den Seiten 161 und 176 ff. enthalten.

Sonstige Informationen

Der Aufsichtsrat ist für den Bericht des Aufsichtsrats verantwortlich. Für die Erklärung nach § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex, die Bestandteil der Erklärung zur Unternehmensführung ist, sind die gesetzlichen Vertreter und der Aufsichtsrat verantwortlich. Im Übrigen sind die gesetzlichen Vertreter für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die im Geschäftsbericht in Kapitel 1 und 5 (mit Ausnahme des Bestätigungsvermerks des unabhängigen Abschlussprüfers) sowie die in Kapitel 3 im Abschnitt Corporate Governance und Erklärung zur Unternehmensführung gemachten Angaben, die in Abschnitt „Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung“ des Konzernlageberichts enthaltene nichtfinanzielle Konzernerklärung und die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 315d HGB, die als Bestandteil des Konzernlageberichts auf der Internetseite der Gesellschaft öffentlich zugänglich gemacht wurde, worauf im Konzernlagebericht hingewiesen wird. Von diesen sonstigen Informationen im Geschäftsbericht haben wir eine Fassung bis zur Erteilung dieses Bestätigungsvermerks erlangt.

Unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und Konzernlagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Konzernabschluss, Konzernlagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernabschlusses, der den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Konzernabschluss unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, es sei denn, es besteht die Absicht den Konzern zu liquidieren oder der Einstellung des Geschäftsbetriebs oder es besteht keine realistische Alternative dazu.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Konzernlageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind

die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Konzernlagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses des Konzerns zur Aufstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzernabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-APrVO unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Konzernabschlusses und Konzernlageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Konzernabschluss und im Konzernlagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können;
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Konzernabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Konzernlageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme abzugeben;
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben;

- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Konzernabschluss und im Konzernlagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass der Konzern seine Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann;
- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Konzernabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Konzernabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Konzernabschluss unter Beachtung der IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt;
- holen wir ausreichende, geeignete Prüfungsnachweise für die Rechnungslegungsinformationen der Unternehmen oder Geschäftstätigkeiten innerhalb des Konzerns ein, um Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Überwachung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung. Wir tragen die alleinige Verantwortung für unsere Prüfungsurteile;
- beurteilen wir den Einklang des Konzernlageberichts mit dem Konzernabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage des Konzerns;
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Konzernlagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Wir geben gegenüber den für die Überwachung Verantwortlichen eine Erklärung ab, dass wir die relevanten Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und erörtern mit ihnen alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen vernünftigerweise angenommen werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, und die hierzu getroffenen Schutzmaßnahmen.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, die wir mit den für die Überwachung Verantwortlichen erörtert haben, diejenigen Sachverhalte, die in der Prüfung des Konzernabschlusses für den aktuellen Berichtszeitraum am bedeutsamsten waren und daher die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte im Bestätigungsvermerk, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schließen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus.

Sonstige gesetzliche und andere rechtliche Anforderungen

Vermerk über die Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts nach § 317 Abs. 3b HGB

Prüfungsurteil

Wir haben gemäß § 317 Abs. 3b HGB eine Prüfung mit hinreichender Sicherheit durchgeführt, ob die in der beigefügten Datei HugoBoss_AG_KA+KLB_ESEF-2020-12-31.zip enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts (im Folgenden auch als „ESEF-Unterlagen“ bezeichnet) den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat („ESEF-Format“) in allen wesentlichen Belangen entsprechen. In Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften erstreckt sich diese Prüfung nur auf die Überführung der Informationen des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in das ESEF-Format und daher weder auf die in diesen Wiedergaben enthaltenen noch auf andere in der oben genannten Datei enthaltene Informationen.

Nach unserer Beurteilung entsprechen die in der oben genannten beigefügten Datei enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in allen wesentlichen Belangen den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat. Über dieses Prüfungsurteil sowie unsere im voranstehenden „Vermerk über die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts“ enthaltenen Prüfungsurteile zum beigefügten Konzernabschluss und zum beigefügten Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 hinaus geben wir keinerlei Prüfungsurteil zu den in diesen Wiedergaben enthaltenen Informationen sowie zu den anderen in der oben genannten Datei enthaltenen Informationen ab.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung der in der oben genannten beigefügten Datei enthaltenen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit § 317 Abs. 3b HGB unter Beachtung des Entwurfs des IDW Prüfungsstandards: Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben von Abschlüssen und Lageberichten nach § 317 Abs. 3b HGB (IDW EPS 410) und des International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised) durchgeführt. Unsere Verantwortung danach ist im Abschnitt „Verantwortung des Konzernabschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen“ weitergehend beschrieben. Unsere Wirtschaftsprüferpraxis hat die Anforderungen an das Qualitätssicherungssystem des IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1) angewendet.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für die ESEF-Unterlagen

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Erstellung der ESEF-Unterlagen mit den elektronischen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 1 HGB und für die Auszeichnung des Konzernabschlusses nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 2 HGB.

Ferner sind die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Erstellung der ESEF-Unterlagen zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat sind.

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind zudem verantwortlich für die Einreichung der ESEF-Unterlagen zusammen mit dem Bestätigungsvermerk und dem beigefügten geprüften Konzernabschluss und geprüften Konzernlagebericht sowie weiteren offenzulegenden Unterlagen beim Betreiber des Bundesanzeigers.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung der Erstellung der ESEF-Unterlagen als Teil des Rechnungslegungsprozesses.

Verantwortung des Konzernabschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die ESEF-Unterlagen frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB sind. Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – Verstöße gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen;
- gewinnen wir ein Verständnis von den für die Prüfung der ESEF-Unterlagen relevanten internen Kontrollen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Kontrollen abzugeben;
- beurteilen wir die technische Gültigkeit der ESEF-Unterlagen, d.h. ob die ESEF-Unterlagen enthaltende Datei die Vorgaben der Delegierten Verordnung (EU) 2019/815 in der zum Abschlussstichtag geltenden Fassung an die technische Spezifikation für diese Datei erfüllt;
- beurteilen wir, ob die ESEF-Unterlagen eine inhaltsgleiche XHTML-Wiedergabe des geprüften Konzernabschlusses und des geprüften Konzernlageberichts ermöglichen;
- beurteilen wir, ob die Auszeichnung der ESEF-Unterlagen mit Inline XBRL-Technologie (iXBRL) eine angemessene und vollständige maschinenlesbare XBRL-Kopie der XHTML-Wiedergabe ermöglicht.

Übrige Angaben gemäß Artikel 10 EU-APrVO

Wir wurden von der Hauptversammlung am 27. Mai 2020 als Konzernabschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 27. Juli 2020 vom Aufsichtsrat beauftragt. Wir sind ununterbrochen seit dem Geschäftsjahr 2012 als Konzernabschlussprüfer der HUGO BOSS AG tätig.

Wir erklären, dass die in diesem Bestätigungsvermerk enthaltenen Prüfungsurteile mit dem zusätzlichen Bericht an den Prüfungsausschuss nach Artikel 11 EU-APrVO (Prüfungsbericht) in Einklang stehen.

Verantwortlicher Wirtschaftsprüfer

Der für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüfer ist Herr Peter Werling.

Stuttgart, 9. März 2021

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Werling	Störzinger
Wirtschaftsprüfer	Wirtschaftsprüfer

VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS ÜBER EINE PRÜFUNG ZUR ERLANGUNG BEGRENZTER SICHERHEIT

An die HUGO BOSS AG, Metzingen

Wir haben die nichtfinanzielle Erklärung der HUGO BOSS AG im Sinne des § 289b HGB, die mit der nichtfinanziellen Erklärung des Konzerns im Sinne des § 315b HGB zusammengefasst ist, bestehend aus dem Kapitel „Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung“ sowie dem durch Verweisung als Bestandteil qualifizierten Kapitel „Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur“ des zusammengefassten Lageberichts für den Zeitraum vom 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 (nachfolgend: zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen. Sonstige Verweise auf Angaben außerhalb der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung sowie Angaben für Vorjahre waren nicht Gegenstand unseres Auftrags.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Aufstellung der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Erklärungen des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualitätssicherung

Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen zur Qualitätssicherung an, insbesondere die Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie den IDW Qualitätssicherungsstandard: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1).

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit beurteilen können, ob die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der Gesellschaft in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten

Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung, die wir im Wesentlichen in den Monaten Dezember 2020 bis März 2021 durchgeführt haben, haben wir u.a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragung von Mitarbeitern hinsichtlich der Auswahl der Themen für die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, der Risikoeinschätzung und der Konzepte von HUGO BOSS für die als wesentlich identifizierten Themen,
- Befragung von Mitarbeitern, die mit der Datenerfassung und -konsolidierung sowie der Erstellung der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung betraut sind, zur Beurteilung des Berichterstattungssystems, der Methoden der Datengewinnung und -aufbereitung sowie der internen Kontrollen, soweit sie für die Prüfung der Angaben in der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung relevant sind,
- Identifikation wahrscheinlicher Risiken wesentlicher falscher Angaben in der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung,
- Einsichtnahme in die relevante Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Aggregation und Validierung der Daten aus den relevanten Bereichen wie z. B. Menschenrechte und Arbeitsstandards in der Produktion im Berichtszeitraum sowie deren stichprobenartige Überprüfung,
- analytische Beurteilung von Angaben der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung auf Ebene des Mutterunternehmens und des Konzerns,
- Befragungen und Dokumenteneinsicht in Stichproben hinsichtlich der Erhebung und Berichterstattung von ausgewählten Daten,
- Beurteilung der Darstellung der Angaben der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung.

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der HUGO BOSS AG für den Zeitraum vom 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

Verwendungszweck des Vermerks

Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage des mit der HUGO BOSS AG geschlossenen Auftrags. Die Prüfung wurde für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt und nicht für andere als bestimmungsgemäße Zwecke zu verwenden. Dieser Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-) Entscheidungen treffen.

Auftragsbedingungen und Haftung

Für diesen Auftrag gelten, auch im Verhältnis zu Dritten, unsere Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vom 1. Januar 2017 (www.de.ey.com/IDW-Auftragsbedingungen). Wir verweisen ergänzend auf die dort in Ziffer 9 enthaltenen Haftungsregelungen und auf den Haftungsausschluss gegenüber Dritten. Dritten gegenüber übernehmen wir keine Verantwortung, Haftung oder anderweitige Pflichten, es sei denn, dass wir mit dem Dritten eine anders lautende schriftliche Vereinbarung geschlossen hätten oder ein solcher Haftungsausschluss unwirksam wäre.

Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass wir keine Aktualisierung des Vermerks hinsichtlich nach seiner Erteilung eintretender Ereignisse oder Umstände vornehmen, sofern hierzu keine rechtliche Verpflichtung besteht. Wer auch immer das in vorstehendem Vermerk zusammengefasste Ergebnis unserer Tätigkeit zur Kenntnis nimmt, hat eigenverantwortlich zu entscheiden, ob und in welcher Form er dieses Ergebnis für seine Zwecke nützlich und tauglich erachtet und durch eigene Untersuchungen erweitert, verifiziert oder aktualisiert.

München, 9. März 2021

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Richter	Johne
Wirtschaftsprüferin	Wirtschaftsprüferin

ALLGEMEINE ANMERKUNGEN

Die Entwicklung von HUGO BOSS kommt im Konzernabschluss am deutlichsten zum Ausdruck. Wie viele andere Unternehmen hat sich HUGO BOSS im Interesse der Übersichtlichkeit entschieden, die Zahlen des Jahresabschlusses der HUGO BOSS AG nicht in den Geschäftsbericht aufzunehmen. Dieser wird weiterhin nach deutschem Handelsgesetzbuch (HGB) erstellt und ist auf der Unternehmenswebsite unter group.hugoboss.com abrufbar.

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. HUGO BOSS hat weder die Absicht noch übernimmt das Unternehmen eine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend zu aktualisieren, da diese ausschließlich von den Umständen am Tag ihrer Veröffentlichung ausgehen.

ZEHNJAHRESÜBERSICHT

	2020 ¹	2019 ²	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	1.946	2.884	2.796	2.733	2.693	2.809	2.572	2.432	2.346	2.059
Umsatz nach Segmenten										
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	1.231	1.803	1.736	1.681	1.660	1.683	1.566	1.457	1.378	1.245
Amerika	308	560	574	577	582	671	587	570	559	455
Asien/Pazifik	343	438	410	396	382	393	361	347	353	309
Lizenzen	64	84	76	79	69	62	58	58	56	50
Umsatz nach Vertriebskanälen										
Eigener Einzelhandel	1.279	1.869	1.768	1.732	1.677	1.689	1.471	1.314	1.150	924
Großhandel	603	931	952	922	947	1.058	1.043	1.060	1.140	1.085
Lizenzen	64	84	76	79	69	62	58	58	56	50
Ertragslage (in Mio. EUR)										
Rohertrag	1.187	1.875	1.823	1.808	1.777	1.853	1.699	1.580	1.444	1.252
Rohertragsmarge in %	61,0	65,0	65,2	66,2	66,0	66,0	66,1	64,9	61,6	60,8
EBIT	-236 ³	344	347	341	263	448	449	456	432	395
EBIT-Marge in %	-12,1 ⁴	11,9	12,4	12,5	9,8	15,9	17,4	18,7	18,4	19,1
EBITDA	230	707	476	499	433	590	572	561	524	468
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	-219 ⁵	205	236	231	194	319	333	329	307	285
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 31. Dezember (in Mio. EUR)										
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	491	528	537	459	524	528	503	432	409	400
Langfristige Vermögenswerte	1.516	1.713	686	662	752	765	660	612	588	503
Eigenkapital	760	1.002	981	915	888	956	844	740	632	517
Eigenkapitalquote in %	30	35	53	53	49	53	51	49	40	36
Bilanzsumme	2.570	2.877	1.858	1.720	1.799	1.800	1.662	1.501	1.577	1.420
Finanzlage und Dividende (in Mio. EUR)										
Free Cashflow	164	457	170	294	220	208	268	230	221	195
Nettoverschuldung (zum 31. Dezember)	1.004	1.040	22	7	113	82	36	57	130	149
Investitionen	80	192	155	128	157	220	135	185	166	108
Abschreibungen	465 ⁶	362	129	158	169	142	123	105	92	73
Finanzierungsstärke (zum 31. Dezember) ⁷	-6,7	0,2	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3
Ausschüttungssumme	3 ⁸	3 ⁹	186	183	179	250	250	231	215	199
Weitere Erfolgsfaktoren										
Mitarbeiter (zum 31. Dezember) ¹⁰	13.759	14.633	14.685	13.985	13.798	13.764	12.990	12.496	11.852	11.004
Personalaufwand (in Mio. EUR)	570	640	629	604	605	563	514	483	450	374
Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte	1.157	1.113	1.092	1.139	1.124	1.113	1.041	1.010	840	622
Aktien (in EUR)										
Ergebnis je Aktie										
Stammaktie	-3,18 ¹¹	2,97	3,42	3,35	2,80	4,63	4,83	4,77	4,44	4,12
Vorzugsaktie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,13
Dividende je Aktie										
Stammaktie	0,04 ⁸	0,04 ⁹	2,70	2,65	2,60	3,62	3,62	3,34	3,12	2,88
Vorzugsaktie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,89
Schlusskurs (zum 31. Dezember)										
Stammaktie	27,29	43,26	53,92	70,94	58,13	76,60	101,70	103,50	79,80	55,19
Vorzugsaktie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	56,90
Aktienanzahl in Stück (zum 31. Dezember)										
Stammaktie	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000
Vorzugsaktie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35.860.000

¹ Unter Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen in Höhe von 110 Mio. EUR im Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen von COVID-19 auf das eigene Einzelhandelsgeschäft.

² Einige Finanzkennzahlen sind aufgrund der Anwendung des IFRS 16 ab dem Geschäftsjahr 2019 nur bedingt mit den Vorjahreswerten vergleichbar. Weiterführende Informationen zur Erstanwendung des IFRS 16 finden sich im Geschäftsbericht 2019.

³ Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen beläuft sich das EBIT auf minus 126 Mio. EUR.

⁴ Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen beläuft sich die EBIT-Marge auf -6,5%.

⁵ Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen beläuft sich das Konzernergebnis auf minus 131 Mio. EUR.

⁶ Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen belaufen sich die Abschreibungen auf 355 Mio. EUR.

⁷ Nettoverschuldung/EBITDA ohne Auswirkungen des IFRS 16.

⁸ Mit Blick auf das insgesamt äußerst herausfordernde Geschäftsjahr 2020 und angesichts der anhaltend hohen Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem weiteren Verlauf der Pandemie beabsichtigen der Vorstand und Aufsichtsrat von HUGO BOSS der Hauptversammlung vorzuschlagen, lediglich die gesetzliche Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie zu zahlen.

⁹ 2019: Vor dem Hintergrund der negativen Auswirkungen der Pandemie hatte HUGO BOSS seine Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2019 ausgesetzt, mit Ausnahme der gesetzlichen Mindestdividende von 0,04 EUR je Aktie.

¹⁰ Vollzeitäquivalent (Full-time equivalent, FTE).

¹¹ Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen beläuft sich das Ergebnis je Aktie auf minus 1,90 EUR.

KONTAKTE

Investor Relations

Telefon +49 7123 94–80903

E-Mail investor-relations@hugoboss.com

Christian Stöhr

Senior Leiter Investor Relations und Unternehmenskommunikation

Telefon +49 7123 94–87563

E-Mail christian_stoehr@hugoboss.com

Carolin Westermann

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon +49 7123 94–86321

E-Mail carolin_westermann@hugoboss.com

IMPRESSUM

HUGO BOSS AG

Dieselstraße 12
72555 Metzingen

Telefon +49 7123 94–0

www.hugoboss.com

Veröffentlichungstag

Donnerstag, 11. März 2021

Konzeption und Gestaltung

nexxar GmbH, Wien
www.nexxar.com

Fotos

Andreas Pohlmann

FINANZKALENDER 2021

11. März 2021	Ergebnisse des Geschäftsjahres 2020, Bilanzpressekonferenz sowie Telefonkonferenz für Finanzanalysten und Investoren
5. Mai 2021	Ergebnisse des ersten Quartals 2021
11. Mai 2021	Hauptversammlung
4. August 2021	Ergebnisse des zweiten Quartals 2021 & Halbjahresfinanzbericht 2021
4. November 2021	Ergebnisse des dritten Quartals 2021