

HUGO BOSS AG
Investor Relations
Dieselstrasse 12
72555 Metzingen
Deutschland

Freitag, 13. April 2018

Gegenantrag zur Hauptversammlung der HUGO BOSS AG am 3. Mai 2018 nach §§ 126 Absatz 1, 127 AktG

TOP 3: Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Vorstands für das Geschäftsjahr 2017

Antrag: Den Mitgliedern des Vorstands wird die Entlastung verweigert.

Begründung

Keine aussagefähige nicht-finanzielle Berichterstattung

Die CSR-Richtlinie der EU und das diesbezügliche Umsetzungsgesetz der Bundesregierung dokumentieren das zunehmende Interesse der Gesellschaft von Unternehmen zu erfahren wie sie ihre Gewinne erwirtschaften. Das Gesetz verpflichtet zudem die Aufsichtsräte zur inhaltlichen Prüfung der berichteten Informationen. Diese Anforderungen gehen über das aktuelle Berichtsformat der HUGO BOSS AG hinaus. Obwohl das Unternehmen angibt in der Lage zu sein, seine Umwelteinflüsse direkt miteinander zu vergleichen und die Faktoren mit dem größten Einfluss in den Lieferketten zu identifizieren, werden die Erkenntnisse nicht transparent berichtet. Auch die Problematik nicht existenzsichernder Löhne in der Lieferkette wird nicht aufgegriffen. Im Gegenteil, die Wahrscheinlichkeit höherer Löhne wird als Risiko dargestellt, dem mit einer konsequenten Umsetzung der Preispolitik zu begegnen ist.

Frage: Wie gedenkt der Vorstand, die CSR-Berichterstattung aussagefähiger zu gestalten und werden Impulse von Berichtsrahmen wie z.B. der Gemeinwohl-Ökonomie aufgenommen?

Vernachlässigung der ‚License to operate‘ und der ‚License to grow‘

Ohne eine Anpassung der Geschäftspolitik an die Herausforderungen der Nachhaltigkeit kann zukünftig weder die 'license to operate' noch die 'license to grow' gewährleistet werden. Diese Anpassung findet bis jetzt unternehmerisch nicht entschieden genug statt. Es gilt, das Geschäftsmodell zukunftsfähig zu machen bei gleichzeitiger Aufklärung der Kunden und des Handels. Dazu gehört, mit gesellschaftlichen Erwartungen zu kooperieren anstatt bewusst oder unbewusst dagegen zu arbeiten. Die Perspektiven aller internen und externen Berührungsgruppen des Unternehmens inklusive der Ökologie in die Entscheidungsprozesse des Unternehmens einzubeziehen, hilft, das Geschäftsmodell zukunftsfest zu machen.

Frage: Wie könnte eine konstruktive Zusammenarbeit mit zivilgesellschaftlichen Initiativen aussehen, die eine Verbesserung der Situation in der Lieferkette erwarten?

Intransparente Externalisierung von Kosten

An die Allgemeinheit und Umwelt ausgelagerte Kosten sind im Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht nicht transparent dargestellt. Dabei stellt die Information darüber, was der eigentliche Preis der jeweiligen Produkte sein müsste, eine wichtige Stellschraube dar, um bei Stakeholdern das Bewusstsein für die notwendigen Veränderungen zu schaffen. Auch würden so die Chancen und Handlungsspielräume für das Geschäftsmodell sichtbarer.

Frage: Wie hoch sind die externalisierten Kosten des Geschäftsmodells? In welchem Verhältnis stehen sie zum Gewinn?

Keine Vorreiterrolle im Textilbündnis

Das Textilbündnis der Bundesregierung ist ein geeignetes Forum, um die Geschäftspraktiken von Hugo Boss nachhaltiger auszurichten. Eine aktive, vorwärtsgehende Mitwirkung bietet zudem gute Einflussmöglichkeiten, die Praktiken der Branche in konstruktiver Zusammenarbeit zu verändern. Eine Chance im Textilbündnis eine Vorreiterrolle einzunehmen wurde vertan, da auf die freiwillige Veröffentlichung der Roadmap 2017 verzichtet wurde.

Frage: Welche Ziele setzt der Vorstand für die zukünftige Mitwirkung im Textilbündnis?

Fehlende Anpassung der Unternehmensstrategie

Das Geschäftsmodell eines nachhaltigkeitsorientierten Unternehmens erfordert grundlegend veränderte Beziehungen mit den Stakeholdern. Kunden sollten für Produkte gewonnen werden, die nachhaltig hergestellt werden. Der Umsatzanteil dieser Produkte sollte durch eine prioritäre Präsentation in Shops, Werbung und einer verstärkten Akquise von nachhaltigkeitsaffinen Kunden deutlich gesteigert werden.

Händler und Personal in den Shops sollten geschult werden, nachhaltig produzierte Mode anzubieten und erfolgreich zu verkaufen. Das kommt dem Bedürfnis vieler Menschen entgegen. Im Kontakt mit Aktionärinnen und Analysten sollte das Unternehmensprofil für eine stärkere Präsenz nachhaltigkeitsorientierter Geschäfte geschärft werden. Das kann eine Veränderung der Aktionärsstruktur erfordern bzw. zur Folge haben.

Für die noch nicht umfänglich initiierte Anpassung der Gesamtunternehmensstrategie an die Herausforderungen der Nachhaltigkeit brauchen Vorstand und Aufsichtsrat einen Ethikkompass. Dabei kann ein ganzheitlicher CSR-Ansatz, der die grundlegende Transformation zu einem nachhaltigen Geschäftsmodell, wie z.B. die Gemeinwohl-Ökonomie ihn anbietet, den nötigen Rahmen liefern. Aufbau und Ansatz der Gemeinwohl-Ökonomie initiieren Bewusstseins- und Reflektionsprozesse, da nicht nur Daten abgefragt werden, sondern die ethischen Fundamente des unternehmerischen Handelns und die daraus folgenden Konsequenzen positiv wie negativ thematisiert und bewertet werden.

Frage: Wie wird der Vorstand die Strategie-Erneuerung angehen und Kundinnen, Verkäuferinnen und Aktionärinnen für die Transformation zu einem nachhaltig handelnden Unternehmen gewinnen?

Nehmen sie den Antrag bitte zu Protokoll und machen sie ihn samt Begründung gemäß §§ 125, 126 Aktiengesetz zugänglich. Außerdem bitte ich Sie, mir den fristgerechten Eingang des Gegenantrags zu bestätigen.

Freundliche Grüße,

Gerd Hofielen
Anlage: Depotbescheinigung