

HUGO BOSS

Today. Tomorrow. Always.

NACHHALTIG-  
KEITSBERICHT  
2019

# INHALTSVERZEICHNIS

## **3 Vorstandsvorwort**

## **4 Interview**

## **5 Berichtsprofil**

## **7 Unternehmensprofil**

## **8 We**

Gemeinsam Werte schaffen

## **22 Umwelt**

Natürliche Ressourcen bewahren

## **31 Mitarbeiter**

Eine faire und verantwortungsbewusste Kultur fördern

## **41 Partner**

Verantwortung gemeinsam realisieren

## **52 Produkte**

Ideen für morgen

## **60 Gesellschaft**

Perspektiven fördern

## **63 Anhang**

64 Nachhaltigkeitsprogramm – Today. Tomorrow. Always.

75 Weitere Kennzahlen und Angaben

79 Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen und GRI-Aspekte

81 GRI-Index

87 Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers

über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit

90 Abkürzungsverzeichnis

## **91 Impressum**

# VORSTANDSVORWORT

## Liebe Leserinnen und Leser,

ich werde immer häufiger gefragt, was wir als Bekleidungsunternehmen für Umwelt und Gesellschaft leisten können. Einiges, möchte ich sagen, und Sie dazu einladen, diesen Bericht zu lesen: Wir sind dabei, unser Unternehmen und seine komplette Wertschöpfungskette zu optimieren, um nachhaltiger zu werden. Wir nutzen und entwickeln unsere ökonomischen Potenziale als Marktteilnehmer und unsere kreativen Potenziale. So stellen wir beispielsweise immer mehr auf Materialien aus nachhaltigeren Quellen um: Im letzten Jahr stammten 61 % der von HUGO BOSS verwendeten Baumwolle aus nachhaltigeren Quellen. Auch sind unsere besonders nachhaltigen Styles seit letztem Jahr als RESPONSIBLE gekennzeichnet. Damit erleichtern wir unseren Kunden, eine verantwortungsvolle Kaufentscheidung zu treffen. Wir bekennen uns zu Umwelt- und Klimaschutz, Menschen- und speziell Arbeitnehmerrechten, verpflichten uns zum Tierschutz und bieten Talenten attraktive, verantwortungsvolle Jobs. Um diese Ansprüche im Unternehmen und in seiner Lieferkette zu realisieren, setzen wir international anerkannte Managementinstrumente ein. Für diese Arbeit erhalten wir viele positive Rückmeldungen unter anderem von Analysten, die unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten für den Finanzmarkt bewerten. So wurden wir in diesem Jahr zum dritten Mal in Folge in den renommierten Dow Jones Sustainability Index aufgenommen. Sie sehen, Nachhaltigkeit hat für uns im Unternehmen und für mich persönlich große Bedeutung. Lesen Sie auf der nächsten Seite, wie wir uns grundlegenden Nachhaltigkeitsfragen stellen.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Metzingen, April 2020



**Mark Langer**

Vorstandsvorsitzender

# INTERVIEW

## **Andreas Streubig, Director Global Sustainability, im Interview**

### **Kann HUGO BOSS mit seiner Bilanz in Sachen Nachhaltigkeit zufrieden sein?**

Wir haben in den letzten Jahren einiges erreicht, und ich finde, unseren Mitarbeitern und Partnern gebührt Anerkennung für ihre Leistung. Aber wir dürfen uns auf Erreichtem nicht ausruhen, da Entwicklungen wie Klimawandel, Artensterben und weltweite Ressourcenverknappung sich absehbar verstärken und unsere Zukunft als Unternehmen stark beeinflussen werden. Deshalb haben wir uns langfristige strategische Nachhaltigkeitsziele gesetzt und arbeiten konsequent auf diese hin.

### **Welche Schwerpunkte setzt HUGO BOSS mit seiner Strategiearbeit?**

Die Schwerpunkte finden Sie in unserem neuen Nachhaltigkeitsprogramm, das in diesem Bericht näher beschrieben wird. Im letzten Jahr haben wir es in seiner Gesamtheit auf den Prüfstand gestellt. Anhand des Konzepts „Today. Tomorrow. Always.“ haben wir dabei für jedes wesentliche Thema geklärt, wo wir heute stehen, wo wir morgen hinwollen und wofür wir immer unser Wort geben. In diesem Zuge beschlossen wir unter anderem, die Klimaschutzbestrebungen von HUGO BOSS an unserem Bekenntnis zur Fashion Industry Charter for Climate Action auszurichten. Darin haben wir zugesagt, unsere Treibhausgasemissionen basierend auf den Methoden der Science-Based-Targets bis 2030 um 30% zu senken, und zwar für die gesamte Wertschöpfungskette. Ein weiterer Schwerpunkt unseres Nachhaltigkeitsprogramms ist die Umstellung der Produktstrategie auf nachhaltigere Materialien.

### **Welche Rolle spielen die HUGO BOSS Mitarbeiter im begonnenen Transformationsprozess zu mehr Nachhaltigkeit?**

Nachhaltigkeit kann nur gemeinsam gelingen. Das bedeutet, dass jeder Mitarbeiter bei HUGO BOSS einen wichtigen Beitrag zu unseren Nachhaltigkeitszielen leistet und die nötigen Veränderungen aktiv mitgestaltet. Die Mitarbeiter bei HUGO BOSS kennen die Auswirkungen ihrer Arbeit auf die Nachhaltigkeit unseres Wirtschaftens. Dadurch können sie morgen bessere Entscheidungen treffen als gestern und damit auch unseren Unternehmenserfolg positiv beeinflussen. Gleichzeitig spiegelt sich Nachhaltigkeit auch in unserem Personalmanagement wider: Mit einer offenen Unternehmenskultur, fairer Vergütung, Vielfalt und Chancengleichheit sowie einer ausgewogenen Work-Life-Balance stellen wir uns als attraktiver und zukunftssicherer Arbeitgeber auf.

### **Was will HUGO BOSS in seiner Lieferkette im Bereich Nachhaltigkeit erreichen?**

Wir pflegen generell partnerschaftliche Beziehungen mit unseren Lieferanten und bieten ihnen sichere Entwicklungs- und Absatzmöglichkeiten. Im Gegenzug erwarten wir unter anderem von ihnen, die Achtung der Menschenrechte zum integralen Bestandteil ihrer Geschäftstätigkeit zu machen und ein großes Augenmerk auf ihren ökologischen Fußabdruck zu legen. Die Grundlage dafür bilden unsere „Sozialstandards“. 2019 haben wir damit begonnen diese zu überarbeiten und Umweltthemen dabei deutlich mehr Gewicht als zuvor gegeben.

### **Welche Partnerschaften sind neben den Lieferantenbeziehungen für Sie wichtig?**

Wir kooperieren mit zahlreichen Partnern aus Wirtschaft, Gesellschaft und Wissenschaft auf nationaler und internationaler Ebene und gehen große Zukunftsthemen, zum Beispiel das Chemikalienmanagement in der Lieferkette oder die Linderung des Klimawandels gemeinsam an. Um Innovationen marktfähig zu machen, arbeiten wir zu einzelnen Themen eng mit Start-ups zusammen.

Der erste Schritt zur Zusammenarbeit ist immer der Dialog. Ganz in diesem Sinne verstehen wir diesen Bericht auch als Dialogangebot. Wir freuen uns, wenn Sie, unsere Leser, es annehmen. Gewiss kommen wir zusammen auf gute Ideen.

# BERICHTSPROFIL

HUGO BOSS legt hiermit seinen siebten jährlichen Nachhaltigkeitsbericht vor. Der Bericht wendet sich vor allem an Geschäftspartner, Investoren und Privataktionäre, Kunden, Mitarbeiter und Nicht-regierungsorganisationen sowie Interessierte aus gesellschaftlich engagierten Gruppen, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Er informiert über die Nachhaltigkeitsaktivitäten und -ziele des Unternehmens und wurde nach den Standards der Global Reporting Initiative in Übereinstimmung mit der Kern-Option erstellt. Die Berichtsinhalte hat HUGO BOSS anhand einer Wesentlichkeitsanalyse bestimmt und priorisiert, die im Jahr 2019 umfassend aktualisiert wurde. Berichtszeitraum ist das Geschäftsjahr 2019 mit Stichtag 31. Dezember. Wesentliche Aktivitäten, die nach diesem Datum eingetreten sind, wurden bis zum Redaktionsschluss am 1. April 2020 ebenfalls berücksichtigt. Der Nachhaltigkeitsbericht wurde durch den Vorstand der HUGO BOSS AG freigegeben und liegt in deutscher und englischer Sprache vor.

Die quantitativen Angaben des Berichts beziehen sich auf den gesamten HUGO BOSS Konzern. Wenn möglich wurden die Kennzahlen per Volldatenerhebung – also auf Basis tatsächlich vorliegender Daten – ermittelt. Bei Kennzahlen, bei denen keine Volldatenerhebung möglich war, dienten die unten genannten Tochtergesellschaften als Basis für die Hochrechnung auf den Konzern. Im Jahr 2019 beschäftigten diese (zum Stichtag 31. Dezember) 91 % der gesamten Belegschaft. Die Hochrechnung betrifft vor allem Kennzahlen im Bereich Umwelt und Arbeitssicherheit.

## **Europa** (inklusive Türkei)

- HUGO BOSS AG
- HUGO BOSS (Schweiz) AG
- HUGO BOSS Benelux B.V. y CIA, SC
- HUGO BOSS France SAS
- HUGO BOSS International Markets AG
- HUGO BOSS Ireland Ltd.
- HUGO BOSS Italia S.p.A.
- HUGO BOSS Portugal & Companhia
- HUGO BOSS Shoes & Accessoires Italia S.p.A.
- HUGO BOSS Shoes & Accessoires Poland Sp. z o.o.
- HUGO BOSS Textile Industry Ltd.
- HUGO BOSS Ticino S.A.
- HUGO BOSS UK Ltd.

## **Nordamerika**

- HUGO BOSS Canada, Inc.
- HUGO BOSS Fashions, Inc.
- HUGO BOSS México S.A. de C.V.
- HUGO BOSS Retail, Inc.

## **Asien/Pazifik**

- HUGO BOSS Australia Pty. Ltd.
- HUGO BOSS China Retail Co. Ltd.
- HUGO BOSS Guangdong Trading Co. Ltd.
- HUGO BOSS Hong Kong Ltd.
- HUGO BOSS Japan K.K.
- Lotus (Shenzhen) Commerce Ltd.
- HUGO BOSS (Macau) Company Ltd.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird zur Bezeichnung von Personengruppen in der Regel nur die männliche Sprachform verwendet. Diese Aussagen sind geschlechtsunabhängig zu verstehen, sofern dies nicht anders gekennzeichnet ist. Die Berichtsinhalte, die mit einem ● gekennzeichnet sind, wurden durch die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit auf Basis des International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised) unterzogen.

## UNTERNEHMENSPROFIL

Als globales Fashion- und Lifestyle-Unternehmen im Premiumsegment zählt HUGO BOSS zu den führenden Anbietern hochwertiger Damen- und Herrenbekleidung. Die Kollektionen seiner beiden **Marken BOSS und HUGO** sollen den Kunden eine umfassende Auswahl im Bereich der modernen Konfektion, eleganter Abendbekleidung, Freizeitmode, Schuhe sowie Accessoires bieten. Darüber hinaus werden Lizenzeinnahmen mit Produkten wie Düften, Brillen, Uhren und Kindermode erwirtschaftet. Die langfristige Steigerung der Markenbegehrlichkeit steht im Vordergrund sämtlicher Unternehmensaktivitäten und ist Mittelpunkt der Konzernstrategie. Im Jahr 2019 erzielte das in Metzingen (Deutschland) ansässige Unternehmen einen Umsatz von 2,9 Mrd. EUR.

---

### 00 | 01 Konzern im Überblick

 **2,9**  
Umsatz (Mrd. EUR)

 **~17.600<sup>1</sup>**  
Mitarbeiter

 **128**  
Länder

 **4** eigene  
Produktions-  
standorte  
(in Deutschland, Italien,  
Polen und der Türkei)

---

Die Kollektionen von BOSS und HUGO können heute in insgesamt **128 Ländern** erworben werden. Der Konzern gliedert dabei seinen Vertrieb in drei Absatzregionen, wobei Europa mit einem Anteil von 63% die umsatzstärkste Region darstellt. In Amerika und Asien werden 19% beziehungsweise 15% des Konzernumsatzes generiert. Innerhalb dieser Absatzregionen entfallen insgesamt rund 60% des Umsatzes auf die **sechs Kernmärkte** Deutschland, USA, Großbritannien, China, Frankreich und Benelux, wobei der Heimatmarkt Deutschland das umsatzstärkste Absatzgebiet ist. 3% des Konzernumsatzes entfallen auf das Lizenzgeschäft.

Die **textile Lieferkette** ist geprägt von komplexen Prozessen, die zu großen Teilen außerhalb der eigenen Unternehmensgrenzen ablaufen. Für eine exzellente Verarbeitungsqualität und die optimale Warenverfügbarkeit seiner Produkte arbeitet HUGO BOSS daher mit einem stabilen Netzwerk aus erfahrenen und spezialisierten Zulieferbetrieben zusammen. → **Partner**

Ausführlichere Informationen rund um das Unternehmen sind im Konzernprofil des Geschäftsberichts 2019 enthalten. → **Geschäftsbericht 2019, Konzernprofil**

---

<sup>1</sup> Der hier berichtete Wert bezieht sich auf Headcounts zum Stand 31. Dezember 2019. Der im Geschäftsbericht veröffentlichten Angabe (rund 14.600) hingegen liegt eine Zählweise in Vollzeitäquivalenten (FTE) zugrunde.



<b>8</b>	<b>We</b>
22	Umwelt
31	Mitarbeiter
41	Partner
52	Produkte
60	Gesellschaft
63	Anhang

SEITEN 8–21

# WE



## WE – auf einen Blick

Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil der Geschäftstätigkeit von HUGO BOSS. Ziel der Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens ist es, durch kontinuierliche Verbesserung und ein vorausschauendes Management ökologischer, sozialer und ökonomischer Chancen und Risiken den Erfolg des Unternehmens langfristig zu sichern. Bei der Entwicklung und Umsetzung seiner Nachhaltigkeitsstrategie setzt HUGO BOSS auf den Dialog und die Zusammenarbeit mit seinen Stakeholdern. Das Unternehmen bekennt sich darüber hinaus zu seiner Verantwortung, an einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft mitzuwirken. HUGO BOSS orientiert sich hierbei an den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen, genannt Sustainable Development Goals (SDGs).

## Managementansatz

Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet für HUGO BOSS, die traditionell hohe Qualität und Langlebigkeit sowie gleichzeitig die von den Kunden und der Gesellschaft zunehmend geforderte sozial- und umweltverträgliche Herstellung seiner Produkte zu gewährleisten. Seine **vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten** versteht das Unternehmen daher immer auch als Beitrag, die Kundenzufriedenheit zu steigern und HUGO BOSS weltweit als begehrteste Fashion- und Lifestyle-Marke im Premiumsegment zu etablieren. Dieses ganzheitliche Nachhaltigkeitsverständnis leitet HUGO BOSS bei der Weiterentwicklung seines Geschäftsmodells sowie in dem Bestreben, Ressourcen effizienter einzusetzen und die Prozesse entlang der Wertschöpfungskette weiter zu optimieren.

2015 verabschiedeten die Vereinten Nationen 17 Ziele und 169 Unterziele. Sie sind das Herzstück der **Agenda 2030**, eines globalen Aktionsplans für eine nachhaltige Entwicklung. Mit den 17 SDGs sollen einige der drängendsten globalen Herausforderungen unserer Zeit, beispielsweise die Reduktion von Armut, angegangen werden. HUGO BOSS bekennt sich zu den SDGs und leistet im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit einen Beitrag zur Erreichung dieser Ziele und Unterziele. Das Unternehmen arbeitet daran, die negativen Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeit zu verringern und dabei, wo möglich, einen positiven Wandel in seinem Einflussbereich zu fördern. Die folgenden **sechs SDGs** wurden im Rahmen der Strategiearbeit als besonders relevant für die Geschäftstätigkeit des Unternehmens identifiziert und werden daher bei der Planung und Durchführung von Maßnahmen und Projekten besonders berücksichtigt.

---

### 01 | 01 Für HUGO BOSS besonders relevante SDGs

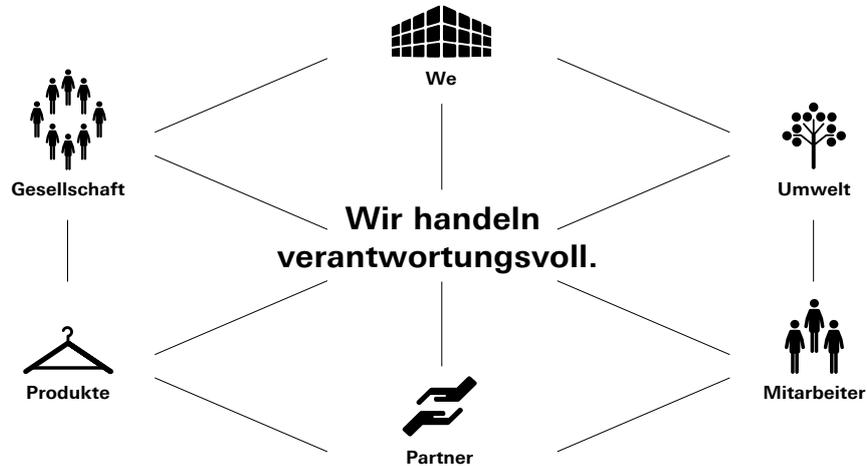



---

Die Verknüpfung der Nachhaltigkeitsaktivitäten von HUGO BOSS mit den SDGs wird in den folgenden Kapiteln des Berichts, im Nachhaltigkeitsprogramm sowie auf der Unternehmenswebsite transparent dargestellt. → [Nachhaltigkeitsprogramm](#) → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

Seinem ganzheitlichen Verständnis entsprechend hat HUGO BOSS Nachhaltigkeit unternehmensweit in die Geschäftsprozesse und operativen Bereiche integriert. Die Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf den **sechs vom Unternehmen definierten Handlungsfeldern** We, Umwelt, Mitarbeiter, Partner, Produkte und Gesellschaft.

01 | 02 Die HUGO BOSS Nachhaltigkeitshandlungsfelder



Auch organisatorisch ist Nachhaltigkeit im Unternehmen fest verankert. Die **Gesamtverantwortung** für alle Nachhaltigkeitsbelange liegt beim **Vorstand** der HUGO BOSS AG. Er befasst sich in seinen Sitzungen regelmäßig mit nachhaltigkeitsrelevanten Themen. Zudem beschließt er die konzernweit geltenden Richtlinien und Standards im Bereich Nachhaltigkeit. Zu deren Umsetzung betreibt das Unternehmen ein vom Bereich Global Sustainability gesteuertes gesondertes Nachhaltigkeitsmanagement.

Das zentrale Gremium zur **Steuerung der Nachhaltigkeitsstrategie** ist das **Sustainability Committee** unter Vorsitz des Vorstandsvorsitzenden. Es setzte sich im Berichtsjahr aus den Verantwortlichen aller relevanten Ressortfunktionen (Brand & Creative Management, Construction & Facility Management, Communications, Controlling, Finance, Human Resources, Investor Relations, Legal Affairs, Logistics, Operations, Retail und Sustainability) zusammen. 2019 befasste sich das Gremium unter anderem mit den Themen „Nachhaltige Produkte“ und „Produktkommunikation bezüglich Nachhaltigkeit“. Weiterer Arbeitsschwerpunkt war das Thema „Einbeziehung von Anspruchsgruppen“ (Stakeholder-Engagement). Dabei ging es beispielsweise um Mitarbeitererevents, den Stakeholder-Dialog und Themen in der Lieferkette.

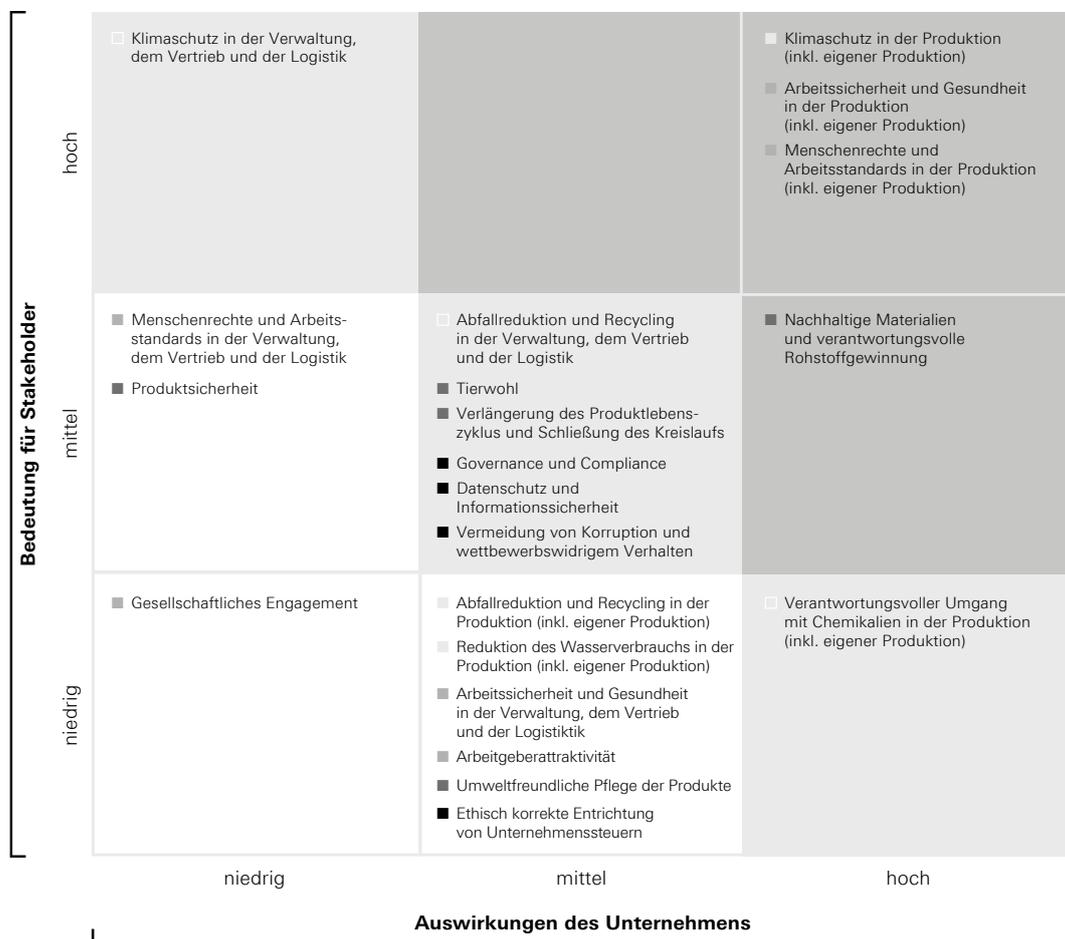
Die **Leistungen seines Nachhaltigkeitsmanagements** bemisst HUGO BOSS unter anderem auf Grundlage von Rating- und Rankingergebnissen und nutzt diese außerdem im Rahmen seines Vergütungssystems. So wird die Einstufung im Dow Jones Sustainability Index bei der Festlegung der Vergütungen für Mitglieder des Vorstands und für Führungskräfte der beiden darunter angesiedelten Ebenen berücksichtigt.

HUGO BOSS stellt sich den **Erwartungen seiner Stakeholder** und sucht den offenen Austausch mit ihnen, um unterschiedliche Anforderungen zu erörtern und gemeinsam mögliche Lösungswege zu gestalten. Das Unternehmen begreift diese Herangehensweise als geschäftsrelevante Notwendigkeit und als Chance, für Gesellschaft und Unternehmen einen Mehrwert zu schaffen. Unter der Überschrift **We** fasst HUGO BOSS seine Grundsätze für das Nachhaltigkeitsmanagement und das Stakeholder-Engagement des Unternehmens in einem Handlungsfeld zusammen. Die Grundlagen seines Stakeholder-Engagements hat das Unternehmen in einem entsprechenden Leitfaden auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht. → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

## Wesentlichkeitsanalyse

Seit 2015 führt HUGO BOSS regelmäßig eine sogenannte Wesentlichkeitsanalyse durch, um alle für das Unternehmen bedeutenden Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren und die Schwerpunkte seiner Nachhaltigkeitsstrategie und -berichterstattung festzulegen. Hierbei werden sowohl die Vorgaben der **Global Reporting Initiative (GRI)** als auch die des **CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG)** beachtet. 2019 hat HUGO BOSS seine Wesentlichkeitsanalyse umfassend aktualisiert und damit die Basis für die Fortführung seiner Strategiearbeit erneuert. Folgende Themen wurden im Rahmen des Prozesses betrachtet und ihrer Relevanz entsprechend in der Wesentlichkeitsmatrix platziert:

### 01 | 03 Wesentlichkeitsmatrix



Umweltverantwortung
  Soziale Verantwortung
  Produktverantwortung
  Wirtschaftliche Verantwortung

Über die GRI-relevanten Themen informiert der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht. Schwerpunktmäßig wird dabei über diejenigen Themen berichtet, die aufgrund ihrer hohen oder mittleren Relevanz für die Stakeholder und des Einflusses auf das Unternehmen in den grau hinterlegten Quadranten der Matrix liegen. Zu den im Sinne des CSR-RUG wesentlichen Themen äußert sich das Unternehmen in der **zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung** im Geschäftsbericht. → **Geschäftsbericht 2019, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung**

Der Prozess der Wesentlichkeitsanalyse im Jahr 2019 erfolgte in **vier Phasen**: Zunächst wurden die in den Wesentlichkeitsanalysen der Vorjahre betrachteten Themen von einem Expertenkreis aus Mitarbeitern und dem Leiter des Bereichs Global Sustainability auf Aktualität überprüft und entsprechend angepasst. Die so entstandene Themenliste wurde vom Sustainability Committee verabschiedet. Im nächsten Schritt wurden die **Auswirkungen des Unternehmens** auf die einzelnen Themen bewertet. Dabei hat HUGO BOSS die aktuellen Herausforderungen in der Textilbranche besonders berücksichtigt und auch neue Themen einbezogen, die durch das Unternehmen bis dato noch nicht überwacht und gesteuert werden konnten. Die Bewertung der umweltrelevanten Themen erfolgte anhand der umfangreichen Naturkapitalbewertung des Unternehmens. Zur Bewertung sozialer Themen wurde entsprechende Literatur hinzugezogen. In der dritten Phase der Analyse wurde die **Relevanz der Themen für verschiedene Stakeholder** anhand einer Auswertung von Stakeholder-Anfragen, Umwelt, Sozial und Governance (Environment, Social, Governance, ESG) Ratings, aktuellen Forschungsergebnissen und Berichterstattung in den Medien eingeschätzt. Abschließend wurden die Ergebnisse mit den Nachhaltigkeitsexperten aus den relevanten Fachbereichen diskutiert, finalisiert und schließlich durch das Sustainability Committee freigegeben.

Die Erkenntnisse aus der Wesentlichkeitsanalyse fließen in die **kontinuierliche Strategiearbeit** von HUGO BOSS ein. So definiert das Unternehmen in seinem Nachhaltigkeitsprogramm strategische Ziele für seine Handlungsfelder und berichtet über Fortschritte beziehungsweise bereits erreichte Ziele.

Nach der Aktualisierung seiner Wesentlichkeitsanalyse Ende 2019 hat HUGO BOSS sein **Nachhaltigkeitsprogramm** den wesentlichen Themen entsprechend überarbeitet und deutlich geschärft. Das neue Programm stellt gemäß dem Konzept „Today. Tomorrow. Always.“ für alle Nachhaltigkeitsaktivitäten des Konzerns einen zeitlichen Bezug her. **Today.** repräsentiert die im Laufe des Berichtszeitraums erreichten Meilensteine. Unter **Tomorrow.** finden sich die konkreten Ziele, die sich HUGO BOSS für die Zukunft gesteckt hat. **Always.** schließlich steht für die Nachhaltigkeitsgrundsätze des Unternehmens, zu deren Einhaltung es sich zu jedem Zeitpunkt klar bekennt.

Die bis zum Jahr 2019 befristeten Ziele wurden alle erreicht und finden daher im aktuellen Nachhaltigkeitsprogramm keine explizite Erwähnung mehr. Im vorliegenden Bericht werden die dafür jeweils umgesetzten Aktivitäten jedoch erläutert. Der genaue Wortlaut der auf das Jahr 2019 terminierten Ziele ist im Nachhaltigkeitsbericht 2018 zu finden. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

## Klimaschutz

In Verbindung mit der Überprüfung der Nachhaltigkeitsziele hat HUGO BOSS dem Klimaschutz einen noch höheren Stellenwert beigemessen und eine handlungsfeldübergreifende strategische Initiative zu diesem Thema gestartet. Den Ausgangspunkt bildete die Unterzeichnung der auf die **Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen** (United Nations Framework Convention on Climate Change, UNFCCC) zurückgehenden Fashion Industry Charter for Climate Action durch HUGO BOSS im Jahr 2018. Damit bekennt sich der Konzern gemeinsam mit anderen Unternehmen zu der Vision, bis 2050 eine **klimateure Modeindustrie** zu schaffen. Für den Weg dorthin wurde als Etappenziel eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen um 30% bis 2030 festgesetzt.

Dementsprechend begann HUGO BOSS im Jahr 2019 seine **Klimaschutz-Roadmap** umfassend zu überarbeiten und eine auf wissenschaftlich fundierten Zielvorgaben (gemäß Methoden der Science-Based-Targets) basierende Klimastrategie zu entwickeln. Als Basis für die Klimastrategie wurden die CO<sub>2</sub>-Reduktionspotenziale für die Bereiche „Gebäude“, „Logistik/Transporte“, „Produktion“ und „Rohwaren“ identifiziert. Im Rahmen der Strategiearbeit hat HUGO BOSS Ziele entwickelt, mit denen das Unternehmen im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen von 2015 steht und einen Beitrag dazu leisten kann, die globale Erderwärmung auf 1,5°C zu beschränken. Das Unternehmen wird diese Ziele bei der **Science Based Targets Initiative** einreichen. Um die anspruchsvollen Vorgaben der

Initiative zu erreichen, hat HUGO BOSS sich vorgenommen, seine Scope-1 + 2-Emissionen bis 2030 um mindestens 51 % (Basisjahr 2018) zu reduzieren. Für die Scope-3-Emissionen, die hauptsächlich aus Transport, Produktion und Rohwaren stammen, wird eine Reduktion von 30 % bis 2030 (Basisjahr 2018) angestrebt. → **Umwelt → Partner → Produkte**

HUGO BOSS sieht die Zielsetzung seiner Klimaschutzstrategie nicht als isoliertes Unternehmensziel, sondern als ein Vorhaben, das nur in einer gemeinsamen Anstrengung erreicht werden kann. Da sich das Ziel auf die gesamte **Wertschöpfungskette** bezieht, spielt die Zusammenarbeit mit den Partnern in der Lieferkette hier eine zentrale Rolle. Die Scope-3-Emissionen machen über 90% der Emissionen in der gesamten Wertschöpfungskette des Unternehmens aus. Dies ergab die von HUGO BOSS durchgeführte **Naturkapitalbewertung**. Das Ziel kann daher nur erreicht werden, wenn die Partner in den Strategieprozess eingebunden und dazu befähigt werden, ihren eigenen Beitrag zur Reduktion zu leisten. Zur Definition geeigneter Maßnahmen engagiert sich das Unternehmen im Rahmen der Fashion Industry Charter unter anderem in Arbeitsgruppen zu den Themen „Rohwaren“ und „Energieeffizienz und erneuerbare Energien im Herstellungsprozess“.

## Corporate Governance

HUGO BOSS legt großen Wert auf eine gute und verantwortungsvolle Corporate Governance. Das Unternehmen sieht hierin einen wesentlichen Faktor für langfristigen Unternehmenserfolg und betreibt deshalb ein Corporate-Governance-Management gemäß internationalen und nationalen Standards wie dem **Deutschen Corporate Governance Kodex** (DCGK). In der jährlichen Entsprechenserklärung zum DCGK informiert HUGO BOSS über die Erfüllung der Vorgaben. Weitere umfassende Angaben zu Corporate Governance und Informationen zur Zusammensetzung, zu den Aufgaben sowie der Vergütung der Führungs- und Kontrollorgane von HUGO BOSS können dem Geschäftsbericht entnommen werden.

→ **Geschäftsbericht 2019, Corporate-Governance-Bericht mit Erklärung zur Unternehmensführung**

Das Unternehmen ist in verschiedenen Regionen und Rechtsordnungen geschäftlich tätig. HUGO BOSS achtet sorgfältig darauf, dass die dadurch bedingten, vielfältigen Regeln eingehalten werden und zugleich die eigene wertebasierte Unternehmenskultur gelebt wird. Diese bildet die Basis für die Zusammenarbeit und den Umgang mit Mitarbeitern, Geschäftspartnern, Aktionären und der Öffentlichkeit. Die **Wahrung der Menschenrechte** hat für HUGO BOSS hierbei oberste Priorität. Ein entsprechendes Bekenntnis des Vorstands ist auf der Unternehmenswebsite öffentlich einsehbar. → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

Mit seinem „Verhaltenskodex“ hat das Unternehmen einen einheitlichen und verpflichtenden Rahmen für das berufliche Handeln aller seiner Beschäftigten geschaffen. Der „Verhaltenskodex“ regelt die Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmens sowie mit Kunden, Lieferanten und Dienstleistern. Er enthält Vorschriften zur Vermeidung von Interessenkonflikten, zum Datenschutz, zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, zu Umwelt-, Tier- und Artenschutz sowie zu den Themen fairer Wettbewerb, Kartellrecht und Antikorrruption. Er verlangt zudem ausdrücklich von allen im und für das Unternehmen tätigen Personen, die international anerkannten Menschenrechte zu respektieren und auf ihre Einhaltung zu achten. Dazu gehört vor allem der Schutz der persönlichen Würde und der Privatsphäre jedes Einzelnen. Bewusstes Fehlverhalten und absichtliche Verstöße gegen den „Verhaltenskodex“ werden nicht toleriert. Der **„HUGO BOSS Verhaltenskodex“** wird jedem Mitarbeiter bereits mit dem Arbeitsvertrag ausgehändigt und ist in mehr als zehn Sprachen in elektronischer Form für alle Mitarbeiter verfügbar. Zudem ist er für die Öffentlichkeit auf der Unternehmenswebsite einsehbar.

→ [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

Als Teil seiner Corporate Governance spielt auch die ethisch korrekte Entrichtung von Unternehmenssteuern für HUGO BOSS in seinen globalen wirtschaftlichen und sozialen Beziehungen eine wichtige Rolle. Die Steuerstrategie von HUGO BOSS kann auf der Unternehmenswebsite eingesehen werden.

→ [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Der verantwortungsbewusste Umgang mit Risiken ist ein weiterer wesentlicher Bestandteil einer guten und verantwortungsvollen Corporate Governance. Das **Risikomanagementsystem** des Unternehmens umfasst alle für einen transparenten und systematischen Umgang mit Risiken notwendigen Maßnahmen. Es zielt darauf ab, Risiken frühestmöglich zu identifizieren, sie adäquat zu bewerten und mittels geeigneter Maßnahmen zu begrenzen beziehungsweise zu vermeiden, zu überwachen und zu dokumentieren. Die Koordination des konzernweiten Risikomanagements obliegt einer **eigenständigen Risikomanagementfunktion** am Hauptsitz der HUGO BOSS AG. Der Aufsichtsrat ist über seinen Prüfungsausschuss (Audit Committee) in das Risikomanagement eingebunden und befasst sich regelmäßig mit relevanten Themen.

Auch nichtfinanzielle Themen im Bereich der Nachhaltigkeit sind in die Risikobewertung integriert. Hierbei wird die Wirkung nach außen, also die Frage nach der Auswirkung des Unternehmenshandelns auf diese Themen, in die Betrachtung einbezogen (**Inside-Out-Analyse**). Besonders wichtig ist in diesem Zusammenhang die Beurteilung der Risiken, die in Bezug auf Menschenrechte eintreten könnten. Diese Risiken bewertet HUGO BOSS in einem systematischen, in das Risikomanagementsystem integrierten und mit der gebotenen Sorgfalt ausgeführten Verfahren (Due-Diligence-Prozess) für seine gesamte Wertschöpfungskette.

Die Wertschöpfungskette von HUGO BOSS reicht von der Erzeugung der Rohware über die Produktion von Stoffen und Bekleidung einschließlich Administration und Transport bis hin zum Verkauf der Produkte an den Kunden. Für diese einzelnen Stufen in der Wertschöpfungskette wurden, bezogen auf Tätigkeitsart und -umfeld, **Gefahren einschätzungen** für die potenziell betroffenen Personengruppen erstellt. Diese Analyse hat bestätigt, dass die größten Risiken in der vorgelagerten Lieferkette, also bei den Zulieferern der direkten Lieferanten des Unternehmens, liegen. Insbesondere die Rechte von Kindern, Frauen und Wanderarbeitern sind in bestimmten Beschaffungsmärkten gesetzlich nicht ausreichend berücksichtigt. Die Priorisierung der oben genannten **Risikofelder und -gruppen** wurde zudem durch die 2019 aktualisierte Wesentlichkeitsanalyse und unter Einbezug externer Stakeholder bekräftigt.

Die auftretenden Menschenrechtsrisiken in den externen Lieferketten finden im Risikomanagement des Unternehmens daher dezidiert Beachtung. Nach umfassender Bewertung der Menschenrechte und auf Basis seiner langjährigen Erfahrung in der textilen Produktion, hat das Unternehmen die von der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD) definierten **Sektorrisiken für die Textilindustrie** als für sein Geschäftsmodell relevantestes Rahmenwerk definiert. Es enthält Themen wie „Kinderarbeit“, „Diskriminierung“, „Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz“ sowie „Arbeitszeiten“ und bildet die Basis für das Risikomanagement von HUGO BOSS im Bereich Menschenrechte. → **Partner**

Zudem fordert HUGO BOSS von allen Lieferanten, in ihrem eigenen Einflussbereich in Bezug auf sämtliche Geschäftsaktivitäten die Menschenrechte zu achten. Um **potenziellen Menschenrechtsverletzungen** von Grund auf vorzubeugen, hat HUGO BOSS entsprechende Anforderungen in die vertraglichen Vereinbarungen mit den Partnern aufgenommen. Diese Anforderungen basieren auf der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, den Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte, den Kernkonventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (International Labour Organization, ILO) sowie auf den Leitsätzen der OECD für multinationale Unternehmen. Darüber hinaus unterstützt HUGO BOSS verschiedene Initiativen zum Thema Menschenrechte und setzt in seiner Zusammenarbeit mit Partnern in der vorgelagerten Lieferkette auf entsprechende Sensibilisierungs- und Trainingsmaßnahmen. → **We, Tabelle Kooperationen → Partner**

## Compliance

HUGO BOSS erwartet von allen Mitarbeitern ein rechtlich einwandfreies Verhalten im unternehmerischen Alltag einschließlich der Vermeidung von Korruption und wettbewerbsschädigendem Verhalten. Dazu nutzt HUGO BOSS ein **Compliance-Managementsystem**. Als zentrales Dokument hierfür dient der unternehmenseigene „Verhaltenskodex“. Darüber hinaus gelten für alle Mitarbeiter strenge interne Compliance-Richtlinien.

Corporate Compliance ist wesentliche Leitungsaufgabe des Vorstands und umfasst Maßnahmen zur Einhaltung gesetzlicher und behördlicher Vorschriften sowie unternehmensinterner Richtlinien und Kodizes weltweit. Zur Unterstützung oder bei Fragen zu einem rechtlich korrekten Verhalten können sich die Mitarbeiter an ihre Vorgesetzten oder die lokalen und zentralen **Compliance-Ansprechpartner** wenden.

### Beschwerdemechanismen

HUGO BOSS ermutigt die eigenen Mitarbeiter, aber auch externe Personen, etwa Beschäftigte von Lieferanten, Hinweise auf beziehungsweise Beschwerden über **Compliance-Verstöße** zu melden. Dabei steht es dem Hinweisgeber frei, in welcher Form er sich äußern und welcher Person er sich anvertrauen möchte.

Der HUGO BOSS Konzern nimmt jeden Vorfall, der ihm gemeldet wird, ernst und geht konsequent gegen Compliance-Verstöße vor. Sobald ein Hinweis beziehungsweise eine Beschwerde eingegangen ist, wird ein klar geregelter, standardisierter Prozess in Gang gesetzt und durch entsprechende Maßnahmen flankiert. Die persönlichen Daten des **Hinweisgebers** und der Inhalt der Beschwerde werden in dem gesamten Untersuchungsprozess streng vertraulich behandelt. Das Einreichen eines Hinweises oder einer Beschwerde darf in keinem Fall negative Folgen für den Hinweisgeber nach sich ziehen. Ausgenommen davon sind offensichtlich grundlose oder vorsätzlich falsche Beschwerden, die nachweislich eingereicht wurden, um einem anderen Mitarbeiter zu schaden.

Die HUGO BOSS Mitarbeiter können sich mit einer Beschwerde stets an ihren direkten Vorgesetzten wenden. Daneben stehen ihnen die **zentrale Compliance-Abteilung** und die lokalen Compliance-Beauftragten zur Verfügung. Zudem besteht die Möglichkeit, die Beschwerden an Mitarbeiter der Personalabteilung zu richten. Den Beschäftigten der HUGO BOSS AG steht der Betriebsrat der AG als Ansprechpartner zur Verfügung. In den USA hält der Konzern ferner eine Hinweisgeber-Hotline bereit.

Daneben können sich HUGO BOSS Mitarbeiter, Lieferanten, deren Beschäftigte, als auch andere Dritte, an einen unabhängigen **externen Ombudsmann** wenden. Dieser bietet den Hinweisgebern die Möglichkeit einer anonymen Meldung von Verstößen. Hinweise an den Ombudsmann werden von diesem im Anschluss an die Compliance-Abteilung weitergeleitet und dort bearbeitet, dabei bestimmt der Hinweisgeber den Umfang. Dies gilt für alle Hinweise und Compliance-Anfragen weltweit. Die Kontaktdaten des Ombudsmanns sind auf der Unternehmenswebsite zu finden. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Um den Mitarbeitern seiner Lieferanten einen zusätzlichen Beschwerdeweg zur Meldung von Compliance-Verstößen zu eröffnen, verpflichtet das Unternehmen seine Lieferanten dazu, einen eigenen **anonymen Beschwerdemechanismus** einzurichten.

Sämtliche Meldewege für Compliance-Verstöße sind für alle Mitarbeiter weltweit im HUGO BOSS Mitarbeiter-Portal einsehbar. Kunden, Lieferanten und Dritte können sich auf der Unternehmenswebsite von HUGO BOSS über das Beschwerdemanagement des Konzerns informieren. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

### Compliance-Schulungen für Mitarbeiter

Ein konzernweit etabliertes, weltweit abrufbares und für alle Mitarbeiter zugängliches **E-Learning-Programm** soll das Bewusstsein für die Compliance-Regeln im Unternehmen stärken. Das Programm enthält auch Module zu den Themen „Datenschutz“, beispielsweise Kundendatenschutz, sowie zu „Menschenrechtsfragen“ und artverwandten Themen. Im Berichtsjahr wurde es überarbeitet und beinhaltet seither noch umfangreichere und klarer definierte Compliance-Vorgaben. Bereits kurz nach Inbetriebnahme des neuen E-Learning-Programms haben im Konzern über 2.500 Mitarbeiter das **Compliance-Online-Training** absolviert.

Mitarbeiter in Positionen, für die das Thema Compliance besondere Relevanz hat, werden durch Präsenzschulungen für ihren Verantwortungsbereich speziell geschult. 2019 führte der Compliance-Officer bei 429 Mitarbeitern ein solches **Compliance-Präsenztraining** durch.

### Vermeidung von Korruption, Bestechung und Kartellrechtsverletzungen

Zu ethisch einwandfreiem und rechtmäßigem Verhalten gehört auch die Vermeidung von Korruption, Bestechung und Kartellrechtsverletzungen. Alle Konzerngesellschaften werden regelmäßigen **Risikoanalysen** und gegebenenfalls detaillierten **Audits** unterzogen. Sollten Fälle von Korruption offenkundig werden, wird der Aufsichtsrat entsprechend informiert. 2019 wurden dem Unternehmen keine Korruptions-, Bestechungs- und Kartellverstöße, im Sinne von behördlich oder gerichtlich festgestellten Verstößen bekannt ✓. Im Vorjahr wurden ebenfalls keine Fälle registriert. Weitere Ausführungen hierzu finden sich im Geschäftsbericht. → **Geschäftsbericht 2019, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Bekämpfung von Korruption und Bestechung**

### Datenschutz und Informationssicherheit

Als international agierendes Unternehmen werden im HUGO BOSS Konzern tagtäglich personenbezogene Daten verarbeitet. Seit Geltung der **Datenschutz-Grundverordnung** sind die datenschutzrechtlichen Anforderungen gestiegen. Diesen begegnet HUGO BOSS unter anderem mit einem Ausbau der Datenschutzorganisation. Für das Unternehmen haben dabei insbesondere Kunden- und Mitarbeiterdaten sowie Daten von Geschäftspartnern eine hohe Relevanz. Verstöße gegen den Datenschutz stellen stets ein Risiko für die jeweiligen Betroffenen, zugleich aber auch ein erhebliches Compliance-Risiko für das Unternehmen dar. Diesen Risiken begegnet HUGO BOSS mit einer **datenschutzkonformen Aufstellung** sowie angemessenen technischen und organisatorischen Maßnahmen. In diesem Zusammenhang bekennt und verpflichtet sich der Vorstand der HUGO BOSS AG auch zur Einhaltung der gesetzlichen Datenschutzvorgaben. Die „**HUGO BOSS Datenschutzbestimmungen**“ sind online einsehbar. → **group.hugoboss.com** → **Geschäftsbericht 2019, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Sozialbelange**

Der Wahrung sämtlicher Betroffenenrechte räumt HUGO BOSS einen besonders hohen Stellenwert ein. So werden alle Personen, deren Daten das Unternehmen verwendet, zum einen durch entsprechende Datenschutzinformationen transparent über den Zweck und den Umfang der Datenverarbeitung informiert. Zum anderen achtet HUGO BOSS darauf, dass die **Rechte von Betroffenen** auf Auskunft, Berichtigung, Löschung, Widerspruch, Datenübertragbarkeit und Einschränkung der Verarbeitung fristgerecht erfüllt werden. Beschwerden und potenzielle Datenschutzvorfälle werden gemäß der „Beschwerderichtlinie Datenschutzverletzung“ überprüft und bearbeitet. Im Berichtsjahr gab es eine aufsichtsbehördliche Datenschutzprüfung, die aufgrund der Beschwerde eines Kunden eingereicht wurde. Nach Aufklärung des Sachverhalts stellte die Behörde jedoch fest, dass HUGO BOSS kein Datenschutzverstoß vorgeworfen werden konnte. Im Berichtsjahr wurden dem Unternehmen folglich keine Verstöße im Sinne behördlich oder gerichtlich festgestellter Datenschutzverletzungen bekannt ✓. → **group.hugoboss.com** → **Geschäftsbericht 2019, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Sozialbelange**

Vor dem Hintergrund des digitalen Wandels steigen auch die Bedeutung und Anforderungen an eine verlässliche **Informationssicherheitsstrategie**. In diesem Zusammenhang hat HUGO BOSS umfassende Maßnahmen ergriffen, um den Stand der Informationssicherheit konzernweit zu optimieren. So konnte das Unternehmen beispielsweise die 2018 begonnene Implementierung eines Security-, Incident- und Event-Managementsystems fertigstellen. Mithilfe dieser Software können kritische Daten gesammelt und bewertet werden. So kann HUGO BOSS im Ernstfall schnelle und angemessene Maßnahmen ergreifen. Zudem hat das Unternehmen Ende des Berichtsjahres erste Schritte unternommen, ein Informationssicherheitsmanagement nach **ISO 27000** zu etablieren.

## Dialogorientierte Unternehmenskultur

Als global tätiges Unternehmen steht HUGO BOSS im Spannungsfeld verschiedener, sich weiterentwickelnder Interessen und mitunter gegensätzlicher Positionen. Daher ist es immer wieder nötig, das eigene Agieren anzupassen, um den geschäftlichen Erfolg mit der notwendigen Rücksichtnahme auf Mensch und Umwelt in Einklang zu bringen und für beide Seiten einen Mehrwert zu schaffen.

Ein systematischer **Austausch mit relevanten Stakeholdern** wird von HUGO BOSS hierfür als Chance gesehen und gepflegt. Basierend auf einer an den Standard AA 1000 SES angelehnten Stakeholder-Analyse setzt HUGO BOSS für seine Dialogpraxis eine Reihe standardisierter Formate ein.

### 01|04 Formate und Ansätze der Stakeholderkommunikation

Website, Nachhaltigkeitsbericht und Soziale Medien	<b>(Potenzielle) Mitarbeiter</b>	Intranet, Mitarbeiter-Newsletter und informative E-Mails, Soziale Medien, Nachhaltigkeitsevents und -dialoge, Mitarbeiterbefragungen (z. B. zu Mitarbeiterzufriedenheit), Hochschulkooperationen
	<b>Kunden</b>	Kundenservice (telefonisch oder per E-Mail), Kundenbefragungen (auch zu nachhaltigkeitsbezogenen Themen), HUGO BOSS Onlineshop, Kunden-Newsletter und Info-E-Mails, Soziale Medien, persönliche Gespräche am Verkaufspunkt, Kundenevents und Fashion Shows
	<b>Geschäftspartner</b>	Workshops, Audits, Lieferantentage, persönliche Gespräche und Diskussionen, Round Tables, Stakeholder Dialog, Zusammenarbeit und Kooperation bei bestimmten Themen
	<b>Aktionäre und Investoren</b>	Geschäftsbericht, Quartalsbericht, Pressemitteilungen, Telefonkonferenzen, Hauptversammlung, Analystenkonferenz, Investorentag, persönliche Gespräche im Rahmen von Unternehmensbesuchen, Roadshows und Konferenzen
	<b>Forschung und Wissenschaft</b>	Geschäftsbericht, Unternehmensbesuche, Beratung und Dialog, Round Tables, Gastvorträge, Forschungsprojekte, Zusammenarbeit und Kooperation bei bestimmten Themen
	<b>Politik und Verwaltung</b>	Berichte zu bestimmten Themen, Pressemitteilungen, Round Tables, Kooperation bei bestimmten Themen
	<b>NGOs und Gewerkschaften</b>	Individuelle Anfragen, persönliche Gespräche, themenspezifische Diskussionen, Teilnahme an Umfragen, Pressemitteilungen, Round Tables, Stakeholder-Dialog, Mitgliedschaft und Kooperation bei bestimmten Themen
	<b>Weitere Stakeholder</b>	Pressemitteilungen, Geschäftsbericht, direkter Kontakt (E-Mails, Meetings, Telefonate), Round Tables, Kooperation bei bestimmten Themen

Im Jahr 2019 veranstaltete HUGO BOSS seinen inzwischen vierten **internationalen Stakeholder-Dialog** zu Nachhaltigkeitsthemen. Repräsentanten verschiedener Nichtregierungsorganisationen (Non Governmental Organizations, NGOs), von Kooperationen und der Bundesregierung sowie Wissenschaftler und sonstige Partner trafen mit Managementvertretern von HUGO BOSS zusammen – darunter der Vorstandsvorsitzende – um über die Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens zu diskutieren. Die Teilnehmer besprachen die Herausforderungen der Zukunft, stellten sich kritischen Stimmen und tauschten sich über mögliche Lösungswege aus.

Viele bestehende **Kontakte mit Stakeholdern**, beispielsweise mit wissenschaftlichen Institutionen, wurden im Jahr 2019 weiter vertieft. Darüber hinaus arbeitet HUGO BOSS themenbezogen mit Start-ups zusammen und engagiert sich in verschiedenen Kooperationen und Initiativen, um seine ökologischen und sozialen Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette zu stärken und gemeinsam mit anderen voranzutreiben. So unterstützt HUGO BOSS seit dem Berichtsjahr Cotton made in Africa (CmiA). Auch beteiligte sich das Unternehmen von Anfang an an der Datenbank zu Textil- und Bekleidungsfabriken des Open Apparel Registry, die 2019 zum ersten Mal veröffentlicht wurde. → **We, Tabelle Kooperationen**  
→ **Partner** → **Produkte** → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

Zur Förderung des Nachhaltigkeitsgedankens innerhalb der Belegschaft führt das Unternehmen unterschiedliche **Informationsveranstaltungen zu Nachhaltigkeitsthemen** für Mitarbeiter durch. So kamen im Berichtsjahr Mitarbeiter aus der eigenen Produktionsstätte in Izmir (Türkei) an den Konzernsitz nach Metzingen, um ihre lokalen Nachhaltigkeitsaktivitäten vorzustellen. Zudem konnten Mitarbeiter den Hersteller des sogenannten Olivenleder® – das im vergangenen Jahr erstmals in ausgewählten HUGO BOSS Produkten verwendet wurde – besuchen und an einer Führung durch die Gerberei teilnehmen. Neben den Veranstaltungen hat HUGO BOSS einen Nachhaltigkeitskanal in sein internes Informationsportal integriert, der die Mitarbeiter über die aktuellen Nachhaltigkeitsthemen bei HUGO BOSS informiert. Zusätzlich bietet das Unternehmen seinen Mitarbeitern zahlreiche (teilweise vorgeschriebene) **Schulungen zu Nachhaltigkeitsinhalten** an. Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Anzahl der für diese Schulungen aufgewendeten Arbeitsstunden:

**01|05 Schulungen mit Nachhaltigkeitsbezug nach Kategorie** (in Stunden)

	<b>2019</b>
Arbeitssicherheit und Gesundheit	2.888
Aus- und Weiterbildung	3.578
Compliance und IT-Sicherheit	4.521
Produkt und Lieferkette	5.599
Andere	2.862
<b>Gesamt</b>	<b>19.448</b>

Ein weiterer Bestandteil des **regelmäßigen Dialogs im Unternehmen** sind unterschiedliche Gesprächsformate wie das Vorstandsfrühstück oder die jährlichen Betriebsversammlungen an den Standorten in Metzingen, Coldrerio (Schweiz) und Izmir. Außerdem veranstaltet das Unternehmen regelmäßig eine globale Mitarbeiterzufriedenheitsumfrage nach dem externen, konzernweit gültigen Standard Great Place to Work® – so auch im Berichtsjahr. → **Mitarbeiter**

HUGO BOSS respektiert das Recht seiner Mitarbeiter, sich gewerkschaftlich zu organisieren. So steht das Unternehmen beispielsweise an seinem wichtigsten Produktionsstandort in Izmir in regelmäßigem Dialog mit den lokalen Gewerkschaften und ihren Dachorganisationen. Seit 2019 engagiert sich HUGO BOSS außerdem im Rahmen des **Bündnisses für nachhaltige Textilien** (Textilbündnis) in einer Initiative für existenzsichernde Löhne. Im Rahmen von Action, Collaboration, Transformation, einem internationalen Abkommen zwischen globalen Marken, Händlern und Gewerkschaften ist es unter anderem Ziel der Initiative, kollektive Tarifverhandlungen in Beschaffungsländern zu fördern. → **Partner**

Weitere Informationen zum **Stakeholder-Engagement** von HUGO BOSS finden Sie auf der Unternehmenswebsite. → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

## Auszeichnungen im Berichtszeitraum

- Aufnahme in den Dow Jones Sustainability Index World im Sektor Textilien, Kleidung und Luxusgüter zum dritten Mal
- Bestätigung als Mitglied im FTSE4Good Index
- HUGO BOSS zum ersten Mal im Euronext Vigeo Index: Eurozone 120
- Prime-Status beim ISS-oekom Corporate Rating
- LEED-Zertifikat in Gold für das BOSS Einzelhandelsgeschäft in Boston
- LEED-Zertifikat für das BOSS Outlet in Denver
- Zertifikat in Platin der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e. V. (DGNB) für den Bau des neuen BOSS Outlets in Metzingen
- DGNB-Zertifikat in Platin für die Innenräume des neuen BOSS Outlets in Metzingen
- Gewinner des Corporate Health Awards 2019 in der Kategorie „Konsumgüter“
- Gold-Award in der Kategorie „Best Benefits, Wellness and Well-Being Program“ des Brandon Hall Excellence Awards für HUGO BOSS Izmir
- Bronze-Award in der Kategorie „Health and Wellbeing Best Practice“ der Stevie Awards für HUGO BOSS Izmir
- Australian Packaging Covenant Organisation Award für HUGO BOSS Australien

## Externe Standards und Vereinbarungen

- Unterzeichner der charta der vielfalt  
[charta-der-vielfalt.de](http://charta-der-vielfalt.de)
- Standort Izmir ist Unterzeichner der Women’s Empowerment Principles  
[weps.org](http://weps.org)
- Unterzeichner der Fashion Industry Charter for Climate Action der UNFCCC  
[unfccc.int](http://unfccc.int)
- Unterzeichner des 2020 Circular Fashion System Commitment der Global Fashion Agenda (GFA)  
[globalfashionagenda.com](http://globalfashionagenda.com)
- Standard des Global Social Compliance Programme (GSCP) für Umweltaudits des The Consumer Goods Forum  
[theconsumergoodsforum.com](http://theconsumergoodsforum.com)
- ISO 9001, ISO 14001, ISO 14041, ISO 45001 und ISO 50001<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Alle im Bericht erwähnten ISO-Zertifizierungen beziehen sich auf die DIN-EN-ISO-Normen.

## Kooperationen

### 01|06 Kooperationen (Auswahl)<sup>1</sup>

Name	Ziel der Kooperation	Aktivitäten der Kooperation und Beitrag von HUGO BOSS
<b>Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh (ACCORD)</b>  (Mitglied seit 2016)	Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie Bangladeschs werden durch Gebäude- und Arbeitssicherheitsmaßnahmen verbessert.	Die Brandschutz- und Gebäudesicherheitsanforderungen werden bei den beteiligten Lieferanten standardisiert und geschulte ACCORD-Mitarbeiter überprüfen diese regelmäßig.  HUGO BOSS unterstützt eigene Lieferanten dabei, ihre Aktionspläne umzusetzen und führt Fortschrittskontrollen durch.
<b>Apparel and Footwear International RSL Management (AFIRM)</b>  (Mitglied seit 2009)	Der Einsatz und die Auswirkungen von Schadstoffen in Bekleidung, Schuhen, Accessoires und Produktverpackungen werden reduziert.	In kontinuierlicher Zusammenarbeit mit anderen Marken, internationalen Prüflabors sowie externen Beratern werden branchenweite Restricted Substances Lists (RSL) – die Product RSL und die Packaging RSL – aufgebaut und weiterentwickelt.  Seit 2018 stimmt die „HUGO BOSS RSL“ (als Vertragsbedingung für alle Lieferanten) mit den Standards der AFIRM RSL überein.
<b>Better Cotton Initiative (BCI)</b>  (Mitglied seit 2017)	Es wird ein ganzheitlicher Ansatz für eine nachhaltige Baumwollproduktion, die ökologische, soziale und ökonomische Aspekte berücksichtigt, geschaffen.	BCI-Partner führen Trainings für Baumwoll-Farmer durch und bieten eine professionelle Beratung zum Anbau von Better Cotton an (dies wird durch eine volumenabhängige Gebühr der Mitglieder finanziert).  HUGO BOSS organisiert BCI-Trainings für Lieferanten, die darüber informieren, wie man Baumwolle als Better Cotton bezieht und ermöglicht den Austausch mit BCI-Experten.  Bis 2025 bezieht HUGO BOSS 100% der verwendeten Baumwolle seiner Produkte aus nachhaltigen Quellen (Stand im Jahr 2019: rund 61%), von denen ein großer Teil als Better Cotton durch ein Mass-Balance-System bezogen wird.  HUGO BOSS unterstützt das The Egyptian Cotton Project, ein Pilotprojekt, bei dem Baumwolle nach dem Better Cotton Standard System und biologischen Leitlinien Ägyptens angebaut wird.
<b>Bündnis für nachhaltige Textilien (Textilbündnis)</b>  (Mitglied seit 2015)	Soziale, ökologische und ökonomische Verbesserungen werden entlang der textilen Lieferkette erreicht, indem sich die Mitglieder austauschen und miteinander kooperieren.	HUGO BOSS verpflichtet sich, jährlich seine Nachhaltigkeitsziele in der Lieferkette (Sustainability Roadmap) sowie einen entsprechenden Fortschrittsbericht zu veröffentlichen.  HUGO BOSS trägt aktiv dazu bei, dass durch die Mitarbeit in Arbeitsgruppen, wie zu den Themen „Beschwerdemechanismen“ und „Einkaufspraktiken“, branchenweit ein Austausch stattfindet und gemeinsame Projekte angestoßen werden.
<b>2020 Circular Fashion System Commitment der Global Fashion Agenda (GFA)</b>  (unterzeichnet im Jahr 2017)	Ressourcen werden geschont, indem eine Kreislaufwirtschaft in der Modeindustrie gefördert wird.	Öffentliche Aufmerksamkeit wird geschaffen sowie das Thema Kreislaufwirtschaft in der Modeindustrie vorangetrieben, indem sich die Unterzeichner zu konkreten Zielen verpflichten.  HUGO BOSS bekennt sich zu Zielen im Bereich „Circular Design“ bis 2020. Sie umfassen unter anderem zirkuläre Designprinzipien in allen Designbriefings und regelmäßige Schulungen zum Thema Zirkularität.
<b>Fair Labor Association (FLA)</b>  (Mitglied seit 2014, akkreditiert im Jahr 2018)	Arbeitnehmerrechte werden gefördert und geschützt und Arbeitsbedingungen weltweit verbessert.	Die FLA akkreditiert das HUGO BOSS Social-Compliance-Programm und gibt basierend auf Self-Assessments von HUGO BOSS und zentral ausgeführten Beurteilungen kontinuierlich Feedback für Verbesserungen.  Die FLA führt unabhängige Audits bei selbst ausgewählten Lieferanten durch. Die veröffentlichten Ergebnisse steigern die externe Transparenz.  HUGO BOSS überprüft kontinuierlich, ob die von der FLA auditierten Lieferanten die definierten Corrective Action Plans umsetzen. Die FLA führt Prüfungen durch, um sicherzugehen, dass Arbeitsbedingungen verbessert werden.
<b>Fashion Industry Charter for Climate Action der United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC)</b>  (unterzeichnet im Jahr 2018)	Durch ein industrieweites Bekenntnis und industrieweite Zusammenarbeit werden Maßnahmen entwickelt und durchgeführt, um Treibhausgasemissionen im Rahmen des Pariser Übereinkommens zu reduzieren.	HUGO BOSS bekennt sich zu den Zielen der Charta und arbeitet in den Arbeitsgruppen „Rohwaren“, „Energieeffizienz und erneuerbare Energien im Herstellungsprozess“ sowie „Politisches Engagement“ mit, um geeignete Maßnahmen zu definieren.  In den Arbeitsgruppen arbeitet HUGO BOSS mit Stakeholder-Gruppen der Modeindustrie zusammen, um ein gemeinsames Verständnis für notwendige Aktivitäten bezüglich der Rohstoffe Baumwolle, Viskose und Polyester zu schaffen.  HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt seine CO <sub>2</sub> -Emissionen in der Lieferkette bis 2030 um 30% zu reduzieren.

Name	Ziel der Kooperation	Aktivitäten der Kooperation und Beitrag von HUGO BOSS
<p><b>Initiative des Bündnisses für nachhaltige Textilien für Tamil Nadu</b></p> <p>(Engagement in der Initiative seit 2017)</p>	<p>Sozialstandards werden in Spinnereien und Textilfabriken der südindischen Region Tamil Nadu verbessert, wobei der Schwerpunkt insbesondere auf der Stärkung der Frauenrechte liegt.</p>	<p>Bereits über 15.000 Arbeitnehmer haben durch die Initiative in Spinnereien und Textilfabriken an Trainingsprogrammen zu Sozialstandards teilgenommen.</p> <p>HUGO BOSS beteiligt sich aktiv an Veranstaltungen der Initiative, beispielsweise besuchte das Management die erste Jahreskonferenz in Tamil Nadu.</p> <p>HUGO BOSS unterstützt die Initiative dabei, einen politischen Dialog zwischen lokaler Regierung, Marken, Lieferanten und der Zivilgesellschaft aufzubauen, um Vertrauen zwischen den Stakeholder-Gruppen zu stärken und die Herausforderungen des Sektors zu diskutieren.</p>
<p><b>Initiative des Bündnis für nachhaltige Textilien für Existenzsichernde Löhne</b></p> <p>(Engagement in der Initiative seit 2019)</p>	<p>Wirkungsvolle Lösungen für existenzsichernde Löhne werden in Produktionsländern erreicht.</p>	<p>HUGO BOSS führt eine Selbsteinschätzung zu eigenen Einkaufspraktiken und deren Auswirkungen auf Löhne bei seinen Lieferanten durch Purchasing Practices Self-Assessment.</p> <p>HUGO BOSS konzipiert Verbesserungsmaßnahmen, um Lieferanten einen größeren Spielraum für Lohnerhöhungen zu bieten.</p>
<p><b>Leather Working Group (LWG)</b></p> <p>(Mitglied seit 2017)</p>	<p>Protokolle werden entwickelt und gepflegt, um die Umweltverträglichkeit von Lederherstellern zu bewerten und nachhaltige Geschäftspraktiken zu fördern.</p>	<p>Die LWG stellt Informationen, Schulungen und weitere Unterstützung für Gerbereien bereit, um Umweltstandards kontinuierlich zu verbessern.</p> <p>Gerbereien werden zur Zertifizierung nach LWG-Vorgaben gefördert und im Prozess durch HUGO BOSS unterstützt.</p> <p>HUGO BOSS nimmt am regelmäßigen Austausch zwischen den beteiligten Marken, Produktherstellern, Gerbereien und Chemielieferanten teil, um gemeinsame Fortschritte in Gerbeprozessen zu erzielen.</p> <p>Bis 2025 bezieht HUGO BOSS 100% des verwendeten Leders in seinen Produkten von Gerbereien, die von der LWG (oder nach einem vergleichbaren Standard) zertifiziert sind (Stand im Jahr 2019: 52%).</p>
<p><b>Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)</b></p> <p>(Mitglied seit 2017)</p>	<p>Schädliche Chemikalien werden in der kompletten textilen und Lederlieferkette eliminiert.</p>	<p>Das ZDHC Roadmap to Zero Programm bietet Zugang zu Informationsplattformen über Chemikalien sowie Trainings zum Chemikalien- und Abwassermanagement für HUGO BOSS und seine Lieferanten.</p> <p>HUGO BOSS engagiert sich in Arbeitsgruppen, wie zur Aktualisierung der ZDHC Manufacturing Restricted Substances List (ZDHC MRSL), und wirkt an der Überarbeitung der Abwasserrichtlinie für Lederprozesse mit.</p> <p>HUGO BOSS implementiert ZDHC-Tools, einschließlich strenger Richtlinien für den Einsatz von Chemikalien (ZDHC MRSL) und den Umgang mit Abwasser (ZDHC Wastewater Guidelines) bei seinen Lieferanten.</p>

<sup>1</sup> Bei den aufgelisteten Kooperationen handelt es sich um eine Auswahl. Weitere Kooperationen finden Sie auf der Unternehmenswebsite.



8	We
<b>22</b>	<b>Umwelt</b>
31	Mitarbeiter
41	Partner
52	Produkte
60	Gesellschaft
63	Anhang

SEITEN 22 – 30

# UMWELT



**– 5 %**

**Gesamt-  
Energieverbrauch**



**– 18 %**

**CO<sub>2</sub>-Emissionen**



**– 8 %**

**Gesamt-  
Wasserverbrauch**



## UMWELT – auf einen Blick

HUGO BOSS ist sich seiner Mitverantwortung für den Schutz von Umwelt und Klima bewusst. Demzufolge engagiert sich das Unternehmen für die Einführung und Weiterentwicklung umwelt- und klimafreundlicher Prozesse und ergreift entsprechende Maßnahmen zur Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks seiner firmeneigenen Standorte, Produktionsstätten und Geschäfte sowie der gesamten Logistikkette. Ein schonender Umgang mit natürlichen Ressourcen ist in diesem Zusammenhang ebenso wesentlich wie die Vermeidung und das Recycling von Abfällen oder die Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen. Deshalb unterzeichnete HUGO BOSS gemeinsam mit knapp 100 anderen Unternehmen im Jahr 2018 die Fashion Industry Charter for Climate Action unter der Schirmherrschaft der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen (United Nations Framework Convention on Climate Change, UNFCCC). Damit bekennt sich das Unternehmen zur Vision einer klimaneutralen Modeindustrie bis 2050. Mit seinem gesamten Engagement leistet HUGO BOSS einen Beitrag zu den Sustainable Development Goals 6, 12 und 13.

## Managementansatz

HUGO BOSS betrachtet das systematische Management von Umwelt- und Energiethemen als Chance, wirtschaftliche und ökologische Interessen in Einklang zu bringen. Das Unternehmen will die Umweltauswirkungen der eigenen Geschäftstätigkeit kontinuierlich verringern, hat sich ambitionierte Ziele gesteckt und betreibt hierzu ein **umfassendes Umweltmanagement**. Dieses beinhaltet die firmeneigenen Verwaltungsstandorte und Produktionsstätten, die Planung, Errichtung und den Betrieb eigener Einzelhandelsgeschäfte sowie die eigene Logistik. Darüber hinaus arbeitet HUGO BOSS eng mit seinen Lieferanten zusammen, damit auch diese ihre Prozesse umwelt- und klimaschonend gestalten. → **Partner**

In seinem öffentlich zugänglichen „Umweltleitfaden“ beschreibt HUGO BOSS die **Grundsätze des Umweltschutzes** für alle relevanten Unternehmensbereiche. Die Grundsätze gelten darüber hinaus auch für alle Partner, von denen das Unternehmen Waren direkt bezieht. Ergänzt wird der „Umweltleitfaden“ durch konkrete Anforderungen im **Transport- und Logistikbereich** und ein **Storekonzept**, das Nachhaltigkeitskriterien bei der Planung und im Betrieb eigener Einzelhandelsgeschäfte (Retail) definiert. Weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit in den Einzelhandelsgeschäften finden sich auf der Unternehmenswebsite. → **group.hugoboss.com**

2019 begann HUGO BOSS, seinen „Umweltleitfaden“ – dieser läuft seitdem unter dem neuen Namen **„Umweltpolitik“** – zu überarbeiten, um ihn an die aktuellen Entwicklungen in den Bereichen Klimaschutz, Abwasser und Wasser sowie Chemikalienmanagement im Unternehmen anzupassen. Die „Umweltpolitik“ wird im ersten Halbjahr 2020 veröffentlicht. → **Partner → Produkte**

Die **Gesamtverantwortung für den konzernweiten Umweltschutz** bei HUGO BOSS liegt beim **Vorstand**. Inhaltlich verantwortlich ist das Umweltmanagementteam am Unternehmenssitz in Metzingen. Gemeinsam mit den in den Tochtergesellschaften lokal Verantwortlichen koordiniert es konzernweit die Umwelt- und Energieprojekte und erstellt Wirtschaftlichkeitsrechnungen. Über verschiedene weitere Gremien, zum Beispiel das Sustainability Committee, werden Vorstandsmitglieder und die Führungsebene unterhalb des Vorstands regelmäßig über die Fortschritte bei der Erreichung der Umwelt- und Klimaziele unterrichtet. Die Beurteilung von Umwelt- und Klimarisiken liegt im Aufgabenbereich des Konzernrisikomanagements. → **Geschäftsbericht 2019, Risikobericht**

Das Unternehmen betreibt **Umwelt- und Energiemanagementsysteme** nach ISO 14001 beziehungsweise ISO 50001, welche turnusgemäß durch externe Zertifizierungsgesellschaften überprüft werden. Die an den drei eigenen Produktionsstätten in Italien, Polen und der Türkei implementierten und zertifizierten Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001 werden vor Ort verantwortet. Für die Energiemanagementsysteme gemäß ISO 50001 an den europäischen Standorten ist das **Umweltmanagementteam in Metzingen** zusammen mit den Energiemanagementverantwortlichen der einzelnen Gesellschaften zuständig. Im Rahmen der Managementsysteme sind klare Ziele für die Bereiche Umweltschutz und Energieeffizienz sowie Aktionspläne zu ihrer Umsetzung festgelegt. Um Verbesserungspotenziale zu erkennen, erheben und analysieren die Umweltmanagementverantwortlichen des Konzerns regelmäßig Umweltdaten. Außerdem verfügt HUGO BOSS über eigene zertifizierte Auditoren, die regelmäßig interne Energie- und Umweltaudits durchführen, um so Verbesserungspotenziale vor Ort feststellen zu können.

In Verbindung mit dem Energiemanagement spielen auch die Energiebereitstellung beziehungsweise -beschaffung sowie die Bewirtschaftung der eigenen Immobilien eine wichtige Rolle. An seinen Standorten bezieht HUGO BOSS deshalb nach Möglichkeit **Energie aus erneuerbaren Quellen**. Das Unternehmen prüft zudem regelmäßig, wie sich die Energieeffizienz seiner Gebäude steigern lässt. Bei der Renovierung sowie der Planung und dem Neubau von Betriebsgebäuden achtet HUGO BOSS stets darauf, dass die energiebedingten Emissionen durch Energieversorgungssysteme und energieeffiziente Technologien

reduziert werden. Auch bei Renovierungen und Sanierungen der eigenen Einzelhandelsgeschäfte wird die bestehende Anlagentechnik auf **Energieeffizienz** geprüft. Grundsätzlich strebt HUGO BOSS bei allen Neubauten eigener Betriebsimmobilien Nachhaltigkeitszertifizierungen an. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Das neue BOSS Outlet in Metzingen wurde 2020 von der **Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e. V.** (DGNB) zwei Mal mit einem Platin-Zertifikat ausgezeichnet – sowohl der Bau selbst als auch die Innenräume. Bei der DGNB-Zertifizierung wird die Gesamtpformance eines Gebäudes anhand unterschiedlicher Kriterien, wie die ökologische, die ökonomische und die soziokulturelle Qualität, bewertet. Ein Platin-Zertifikat erhalten solche Gebäude, die die entsprechenden Kriterien in herausragender Weise erfüllen.

Die im Folgenden berichteten **Umweltkennzahlen** beinhalten die Kategorien Strom, Heizenergie, CO<sub>2</sub>-Emissionen, Wasser, Abwasser und Abfall. Weiterführende Kennzahlen sind im Anhang zu finden.  
→ **Weitere Kennzahlen und Angaben**

Über die gesetzten Ziele, den Grad ihrer Realisierung und die implementierten Maßnahmen im Handlungsfeld Umwelt wird auch im Nachhaltigkeitsprogramm berichtet. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

## Klimaschutz

Im Rahmen seines Engagements in der Fashion Industry Charter for Climate Action der UNFCCC will HUGO BOSS seine Klimaschutzaktivitäten mithilfe wissenschaftlich fundierter Ziele – sogenannten **Science-Based-Targets** (SBT) – wirksam und effizient gestalten. In einem ersten Schritt hat sich das Unternehmen für seine gesamte Wertschöpfungskette eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen um 30% bis 2030 zum Ziel gesetzt. → **We → Nachhaltigkeitsprogramm**

### Energie

Ein Hebel zur Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen an den eigenen Unternehmensstandorten von HUGO BOSS ist die Einsparung von Energie. Im Jahr 2018 wurde das sogenannte **GREENBUDGET** konzernweit eingeführt, mit dem Umwelt- und Energieeinsparmaßnahmen im Unternehmen gefördert werden. Die Maßnahmen können von Tochtergesellschaften weltweit eingereicht werden und werden auf Grundlage wirtschaftlicher und ökologischer Aspekte priorisiert. In regelmäßigen GREENBUDGET-Committees, bestehend aus Vorstand, Construction & Facility Management und Controlling, wird anschließend gemeinsam über die eingereichten Projekte und Budgets entschieden. Nach erfolgter Genehmigung der Projekte können die entsprechenden Gesellschaften ihr freigegebenes Budget direkt zur Umsetzung des Projekts nutzen. In diesem Rahmen wurden 2019 drei Projekte zur Umstellung auf LED-Beleuchtung an den Standorten Metzingen und Toronto (Kanada) abgeschlossen. Die Stromeinsparung der GREENBUDGET-Projekte beträgt insgesamt rund 1.200 MWh pro Jahr.

Auch durch die eigene **Erzeugung von regenerativer Energie** trägt HUGO BOSS dazu bei, die CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren. 2019 wurde im Zuge des Neubaus des BOSS Outlets in Metzingen eine Photovoltaikanlage auf dem Dach installiert (potenzielle Stromerzeugung circa 535 MWh pro Jahr). Damit betreibt HUGO BOSS nun insgesamt vier eigene Photovoltaikanlagen, welche im Berichtsjahr insgesamt 847 MWh Strom erzeugten. Das entspricht ungefähr dem Jahresverbrauch von 169 Vierpersonenhaushalten. Ein kleiner Teil des so erzeugten Stroms wird in externe Stromnetze eingespeist. Der überwiegende Teil wird selbst verbraucht. Insgesamt stammten mehr als die Hälfte (52%) beziehungsweise 46.311 MWh des 2019 im Konzern verbrauchten Stroms aus erneuerbaren Energiequellen.

Mit der Umstellung auf **Strom aus erneuerbaren Energiequellen** nutzt HUGO BOSS eine weitere Möglichkeit, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu reduzieren. Die Stromversorgung am Unternehmenssitz in Metzingen bestand 2019 zu 100% aus zertifiziertem Ökostrom. Weitere Standorte in Italien, Polen, der Schweiz, Großbritannien, der Türkei, Schweden, Norwegen, Dänemark und Österreich nutzten ebenfalls Ökostrom.

Im Berichtsjahr lag der Energieverbrauch an den HUGO BOSS Standorten bei 131.140 MWh.

**02|01 Energieverbrauch nach Region und Energiequelle<sup>1</sup>** (in MWh) 

Direkter Energieverbrauch	Europa	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Heizöl	921	0	0	921
Flüssiggas	22	0	15	37
Erdgas	33.995	5.779	0	39.774
Photovoltaik	604	0	0	604
Andere Energieträger	0	0	0	0
<b>Gesamter direkter Energieverbrauch</b>	<b>35.542</b>	<b>5.779</b>	<b>15</b>	<b>41.336</b>
Indirekter Energieverbrauch				
Zertifizierter Ökostrom	45.707	0	0	45.707
Strom	14.705	14.718	12.694	42.117
Andere Energieträger (z. B. Fernwärme)	1.980	0	0	1.980
<b>Gesamter indirekter Energieverbrauch</b>	<b>62.392</b>	<b>14.718</b>	<b>12.694</b>	<b>89.804</b>

<sup>1</sup> Die Energiedaten für Retail basieren grundsätzlich auf Datenabfragen bei den Einzelhandelsgeschäften und Outlets. Für den Erdgasverbrauch liegen Daten für 35% der in die Datenerhebung einbezogenen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets vor, für Strom konnten 82% und für Fernwärme 61% der einbezogenen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets Verbräuche angeben. Für die restlichen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets wurde der Verbrauch auf Basis der vorhandenen Werte über einen Durchschnittswert (kWh/m<sup>2</sup>) hochgerechnet.

Im Rahmen des Energiemanagements wird im gesamten Konzern kontinuierlich an einer **Reduktion der Energieverbräuche** gearbeitet. Dadurch ist es gelungen, die Energieverbräuche im Jahr 2019 etwa 5% unter den Vorjahreswert zu senken. Der Anstieg beim Heizöl ist auf die Nutzung eines neuen Logistikstandorts in Deutschland zurückzuführen. Der Rückgang bei Erdgas lag hauptsächlich an der Stilllegung des Blockheizkraftwerks am Hauptsitz Metzingen und an der Modernisierung von drei Dampfkesseln am größten Produktionsstandort in Izmir. Der Rückgang bei Strom lag an der Umsetzung von zahlreichen internationalen Energieprojekten. In mehreren Administrationsgebäuden und Logistikzentren in den Regionen Europa, Amerika und Asien/Pazifik konnten die Stromverbräuche durch die Umstellung auf LED-Beleuchtung reduziert werden. Des Weiteren wurden durch die Installation eines Energiemanagement-Tools im Distributionszentrum in Savannah (USA) rund 500 MWh Strom eingespart. Die Erneuerung der Anlagen zur unterbrechungsfreien Stromversorgung in den deutschen Rechenzentren führt zu einer kalkulierten **Reduzierung der Stromverbräuche** um circa 465 MWh pro Jahr.

**02|02 Energieverbrauch nach Energiequelle<sup>1</sup>** (in MWh)

Direkter Energieverbrauch	 2019	2018	2017
Heizöl	921	432	901
Flüssiggas	37	30	24
Erdgas	39.774	42.082	39.645
Photovoltaik	604	536	512
Andere Energieträger	0	0	0
<b>Gesamter direkter Energieverbrauch</b>	<b>41.336</b>	<b>43.080</b>	<b>41.082</b>
Indirekter Energieverbrauch			
Zertifizierter Ökostrom	45.707	31.086	23.746
Strom	42.117	61.782	71.364
Andere Energieträger (z. B. Fernwärme)	1.980	2.011	1.435
<b>Gesamter indirekter Energieverbrauch</b>	<b>89.804</b>	<b>94.879</b>	<b>96.545</b>
<b>Gesamter Energieverbrauch</b>	<b>131.140</b>	<b>137.959</b>	<b>137.627</b>

<sup>1</sup> Die Energiedaten für Retail basieren grundsätzlich auf Datenabfragen bei den Einzelhandelsgeschäften und Outlets. Für den Erdgasverbrauch liegen Daten für 35% der in die Datenerhebung einbezogenen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets vor, für Strom konnten 82% und für Fernwärme 61% der einbezogenen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets Verbräuche angeben. Für die restlichen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets wurde der Verbrauch auf Basis der vorhandenen Werte über einen Durchschnittswert (kWh/m<sup>2</sup>) hochgerechnet.

Im Rahmen der **konzernweiten Klimaschutzstrategie** hat sich HUGO BOSS als Ziel gesetzt, den Energieverbrauch (direkt und indirekt) im Verhältnis zur Fläche (m<sup>2</sup>) bis 2030 um 20 % (Basisjahr 2018) zu senken. Im Vergleich zum Vorjahr konnte 2019 der Energieverbrauch im Verhältnis zur Fläche um 8 % reduziert werden.

**02|03 Reduktion der Energieverbräuche pro m<sup>2</sup> Fläche<sup>1</sup>** (in kWh/m<sup>2</sup>)

	2019	2018
Ist-Wert	157,2	171,4
Veränderung Ist-Wert (in %)	-8	

<sup>1</sup> Verhältnis des Energieverbrauchs zur Fläche. Die prozentuale Veränderung des Jahres 2019 bezieht sich auf das Basisjahr 2018. Die Energiedaten für Retail basieren grundsätzlich auf Datenabfragen bei den Einzelhandelsgeschäften und Outlets. Für den Erdgasverbrauch liegen Daten für 35% der in die Datenerhebung einbezogenen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets vor, für Strom konnten 82% und für Fernwärme 61% der einbezogenen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets Verbräuche angeben. Für die restlichen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets wurde der Verbrauch auf Basis der vorhandenen Werte über einen Durchschnittswert (kWh/m<sup>2</sup>) hochgerechnet.

**Emissionen**

Im Berichtsjahr 2019 wurden im HUGO BOSS Konzern 66.492 t **CO<sub>2</sub>-Emissionen** verursacht. Darin eingerechnet sind Emissionen aus Strombezug, eigener Primärenergieverbrennung, der eigenen Logistik und Geschäftsreisen per Flugzeug und Pkw (Scope 1 bis 3 des Greenhouse Gas Protocol). Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies einen Rückgang von 18%, was insbesondere auf die Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Energien in der Produktionsstätte in Izmir und eine Optimierung der logistischen Abläufe zurückgeht.

**02|04 Direkte, indirekte und sonstige Treibhausgasemissionen<sup>1</sup>** (in t CO<sub>2</sub>)

	2019	2018	2017
<b>Scope 1</b>			
Eigene Fahrzeuge	2.980	3.052	3.007
Direkter Energieverbrauch	9.029	9.396	8.994
<b>Gesamt Scope 1</b>	<b>12.009</b>	<b>12.448</b>	<b>12.001</b>
<b>Scope 2</b>			
Indirekter Energieverbrauch	20.384	30.328	35.924
<b>Gesamt Scope 2</b>	<b>20.384</b>	<b>30.328</b>	<b>35.924</b>
<b>Scope 3</b>			
Flugreisen	7.012	7.567	7.519
Transport <sup>2</sup>	27.087	30.689	25.043
<b>Gesamt Scope 3</b>	<b>34.099</b>	<b>38.256</b>	<b>32.562</b>
<b>Gesamt Scope 1 bis 3</b>	<b>66.492</b>	<b>81.032</b>	<b>80.487</b>

<sup>1</sup> Zur Berechnung der Treibhausgasemissionen wird das „Greenhouse Gas Protocol“ angewandt. Für die Berechnung der Scope-2-Emissionen wird grundsätzlich der Market-based-Ansatz angewandt, indem das Unternehmen spezifische Emissionsfaktoren der Energielieferanten für den zertifizierten Ökostrom nutzt. Für konventionellen Strom werden spezifische Länderemissionsfaktoren verwendet.

<sup>2</sup> Der Transportwert 2018 wurde aufgrund einer umfassenderen Datenerhebung angepasst, was ebenfalls zu einer Änderung der Gesamt-Scope-3- und Gesamt-Scope-1-bis 3-Werte 2018 führt.

Eine Aufstellung der nach dem **Location-based-Ansatz** berechneten Scope-2-Emissionen ist im Anhang zu finden. Bei der Berechnung der Daten wurde hier allein auf die durchschnittlichen Emissionsfaktoren in den einzelnen Märkten zurückgegriffen. → **Weitere Kennzahlen und Angaben**

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, die **Scope-1 + 2-Emissionen** im Vergleich zum Basisjahr 2018 um mindestens 51 % zu senken (gemäß SBT). → **Nachhaltigkeitsprogramm**

## 02|05 Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 1 + 2)<sup>1</sup> (in t)

	2019	2018
Ist-Wert	32.393	42.776
Veränderung Ist-Wert (in %)	-24	

<sup>1</sup> Die prozentuale Veränderung des Jahres 2019 bezieht sich auf das Basisjahr 2018. Für die Berechnung der Scope-2-Emissionen wird grundsätzlich der Market-based-Ansatz angewandt, indem das Unternehmen spezifische Emissionsfaktoren der Energielieferanten für den zertifizierten Ökostrom nutzt. Für konventionellen Strom werden spezifische Länderemissionsfaktoren verwendet.

Im Jahr 2019 führte der gesunkene Energieverbrauch und der erhöhte Anteil an erneuerbaren Energien zu einer 24%igen Reduzierung der Scope-1 + 2-Emissionen.

Neben den eigenen Standorten sind auch die **Logistik- und Transportprozesse** ein wichtiger Hebel, um CO<sub>2</sub>-Emissionen langfristig zu senken und Ressourcen zu schonen. Hierzu hat HUGO BOSS alle Transportflüsse in enger Zusammenarbeit mit den ausführenden Dienstleistern analysiert. Zudem wurde im Berichtsjahr die reguläre Überprüfung der Frachtkosten um die zusätzliche Komponente der durch den Transport verursachten Emissionen erweitert. Die Emissionsdaten werden vierteljährlich in einem **internen CO<sub>2</sub>-Report** zum Status quo der verwendeten Transportwege (Schiff, Schiene, Schiff/Schiene kombiniert, Lkw und Luftfracht) und der damit einhergehenden CO<sub>2</sub>-Emissionen zusammengefasst. Diese Berichterstattung erhöht die Transparenz, erleichtert damit die strategische Planung der Transportflüsse, und die erkannten Potenziale können konsequent genutzt werden.

In Verbindung mit der Unterzeichnung der **Fashion Industry Charter for Climate Action** der UNFCCC hat HUGO BOSS neue wissenschaftlich fundierte Reduktionsziele (gemäß SBT) auch für seine Scope-3-Emissionen, zu denen auch die Emissionen in der Logistik gehören, formuliert. Diese sollen bis 2030 um 30% (Basisjahr 2018) verringert werden. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Außerdem achtet HUGO BOSS bei der Planung seiner Transporte gleichzeitig auf Qualitätssicherung und eine Verringerung der Umweltauswirkungen. Die öffentlich einsehbare „**HUGO BOSS Logistikleitlinie**“ mit ihren Regelungen und Empfehlungen spielt hierbei eine wichtige Rolle. Sie legt fest, wie Transporte für HUGO BOSS vorzubereiten und durchzuführen sind, und definiert ökologische Mindestanforderungen, die zu einer langfristigen Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen beitragen. Treibhausgasemissionen, die mit Transportaufträgen von HUGO BOSS verbunden sind, werden in Zusammenarbeit mit bestimmten Transportdienstleistern durch Finanzierung von **Klimaschutzprojekten** kompensiert. Neben umweltbezogenen Aspekten umfasst die „Logistikleitlinie“ soziale Themen. Hierzu gehören eine langfristige Ausrichtung von Lieferverträgen sowie die Wahrung der Menschenrechte innerhalb der Logistikprozesse.

Im Jahr 2019 beliefen sich die Treibhausgasemissionen der eingehenden Warenströme auf rund 14 Gramm CO<sub>2</sub> pro 1.000 Tonnenkilometer, also der transportierten Masse in Tonnen mal zurückgelegter Wegstrecke in Kilometern. Dies bedeutet im Vergleich zum Vorjahr eine Reduktion, die auf die Anstrengung des Konzerns zur **Vermeidung von Luftfrachten** und die Nutzung umweltfreundlicherer Transportmodi, etwa per Bahn aus China oder per Seefracht, zurückzuführen ist.

## 02|06 Umweltauswirkungen durch Transporte<sup>1</sup>

	2019	2018 <sup>2</sup>	2017
Tonnenkilometer (in Ttkm)	200.341	184.916	159.780
CO <sub>2</sub> -Emissionen (in t)	27.087	30.689	25.043

<sup>1</sup> Berücksichtigt sind alle eingehenden Warenströme zu den HUGO BOSS Logistikzentren in Deutschland, den USA und Kanada sowie die Rohwarentransporte von HUGO BOSS zu seinen Produzenten.

<sup>2</sup> Die Vorjahreszahlen wurden aufgrund einer Änderung in der Datenerfassungsmethode angepasst.

Im Berichtsjahr konnten die transportbedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen um 12% reduziert werden. Auch in Zukunft soll Luftfracht weiter vermieden und somit eine konstante Senkung von CO<sub>2</sub>-Emissionen erreicht werden.

## Wasser

HUGO BOSS prüft in seinem direkten Verantwortungsbereich kontinuierlich Maßnahmen zum **ressourcenschonenden Umgang mit Wasser**. Dabei setzt das Unternehmen Schwerpunkte vor allem dort, wo es an seinen eigenen Standorten die größten Potenziale zur Senkung des Verbrauchs identifiziert. Die konzernweiten Wasserverbräuche sind 2019 im Vergleich zum Vorjahr um circa 8% gesunken. Insbesondere ist der Rückgang bei Wasser auf einen renovierten Standort zurückzuführen. Des Weiteren konnte der Wasserverbrauch durch eine neue automatisierte Gartenbewässerung am Standort Savannah reduziert werden. An mehreren Standorten wurden zudem wassersparende Armaturen, sogenannte Perlatoren installiert, die den Wasserverbrauch durch Beimischung von Luft in den Wasserstrahl verringern. Bewegungssensoren passen zudem die Wasserzufuhr an den aktuellen Bedarf an. Mit der Umsetzung des nachhaltigen Storekonzepts werden bei Neueröffnungen und Renovierungen ebenfalls entsprechende Lösungen berücksichtigt.

Der Wasserverbrauch wird auch im Hinblick auf die Verfügbarkeit von Trinkwasser analysiert. Insbesondere in wasserarmen Regionen wie der Türkei soll der Wasserverbrauch so weit wie möglich reduziert werden. Beispielsweise konnten durch die im Jahr 2017 installierten Erdwassertanks am Standort in Izmir im Berichtsjahr 23.681 m<sup>3</sup> Wasser gesammelt und für die Grünflächenbewässerung sowie die Sanitäranlagen vor Ort genutzt werden. Dies entspricht einem Anteil von circa 11%. Das restliche Frischwasser wird von externen Wasserversorgungsquellen bezogen. → **Weitere Kennzahlen und Angaben**

### 02|07 Wasserverbrauch nach Region<sup>1</sup> (in m<sup>3</sup>)

	2019	2018	2017
Europa	166.998	184.363	173.536
Amerika	21.364	21.828	21.190
Asien/Pazifik	18.496	18.708	21.871
<b>Gesamt</b>	<b>206.858</b>	<b>224.899</b>	<b>216.597</b>

<sup>1</sup> Die Daten zum Wasserverbrauch Retail basieren grundsätzlich auf Datenabfragen bei den Einzelhandelsgeschäften und Outlets. Für den Wasserverbrauch liegen für 17% der in die Datenerhebung einbezogenen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets Daten vor. Für die restlichen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets wurde ein Benchmark der Immobilien-Investment-Management-Gesellschaft Redevco (redevco.com) aus dem Jahr 2013 herangezogen und ein Wert von 0,22 m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup> für den Bekleidungseinzelhandel zugrunde gelegt.

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2025 den Wasserverbrauch im Verhältnis zum Konzernumsatz um 40% (Basisjahr und Berichtsscope 2016) zu senken. 2019 betrug der Wasserverbrauch im Verhältnis zum Konzernumsatz 55,8 m<sup>3</sup>/Mio. EUR Umsatz und lag damit 17% unter dem Wert des Basisjahres 2016. Berücksichtigt ist der Wasserverbrauch aus der externen Wasserversorgung (ohne unternehmensinterne Erdwassertanks). → **Nachhaltigkeitsprogramm**

### 02|08 Reduktion der Wasserverbräuche im Verhältnis zum Umsatz (Berichtsscope und Basisjahr 2016)<sup>1</sup> (in m<sup>3</sup>/Mio. EUR Umsatz)

	2019	2018	2017	2016
Ist-Wert	<b>55,8</b>	<b>57,6</b>	<b>65,9</b>	<b>66,9</b>
Veränderung Ist-Wert (in %)	-17	-14	-2	

<sup>1</sup> Verhältnis des Wasserverbrauchs zum Konzernumsatz. Die prozentuale Veränderung der Jahre 2017 bis 2019 stellt die Veränderung jeweils im Vergleich zum Basisjahr 2016 dar. Die Daten zum Wasserverbrauch Retail basieren grundsätzlich auf Datenabfragen bei den Einzelhandelsgeschäften und Outlets. Für den Wasserverbrauch liegen für 17% der in die Datenerhebung einbezogenen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets Daten vor. Für die restlichen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets wurde ein Benchmark der Immobilien-Investment-Management-Gesellschaft Redevco (redevco.com) aus dem Jahr 2013 herangezogen und ein Wert von 0,22 m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup> für den Bekleidungseinzelhandel zugrunde gelegt.

## Abwasser und Abfall

Um Abwasser und Abfall zu reduzieren, setzt HUGO BOSS auf die **Optimierung seiner Prozesse**, insbesondere an den eigenen Standorten.

### Abwasser

Im Berichtsjahr hat der Konzern insgesamt 157.154 m<sup>3</sup> Abwässer hauptsächlich in die kommunalen Abwassersysteme der Standorte eingeleitet. Dies waren circa 11 % weniger als im Vorjahr.

#### 02|09 Abwassereinleitungen nach Region<sup>1</sup> (in m<sup>3</sup>)

	2019	2018	2017
Europa	120.422	137.700	126.497
Amerika	18.236	18.722	18.861
Asien/Pazifik	18.496	18.708	21.871
<b>Gesamt</b>	<b>157.154</b>	<b>175.130</b>	<b>167.229</b>

<sup>1</sup> Für die einbezogenen Retailgeschäfte (Einzelhandelsgeschäfte und Outlets) wird davon ausgegangen, dass das Abwasser dem Wasserverbrauch entspricht.

### Abfall

Das gesamte Abfallaufkommen lag 2019 bei 7.097 t. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einer Steigerung von circa 14%. Der Anstieg lag insbesondere an diversen Umbaumaßnahmen und an der Schließung des alten HUGO BOSS Outlets in Metzingen. Des Weiteren ist die Steigerung auf eine höhere Produktnachfrage – und ein in diesem Zusammenhang höheres Verpackungsaufkommen – zurückzuführen.

#### 02|10 Abfallaufkommen nach Art<sup>1</sup> (in t)

	2019	2018	2017
Gefährliche Abfälle <sup>2</sup>	56	57	45
Nicht gefährliche Abfälle	7.041	6.174	5.931
<b>Gesamt</b>	<b>7.097</b>	<b>6.231</b>	<b>5.976</b>

<sup>1</sup> Für Abfall im Bereich Retail bilden die verkauften Produkte in den einbezogenen Einzelhandelsgeschäften und Outlets beziehungsweise die durchgeführten Transporte unter Berücksichtigung der jeweiligen Produkt- und Transportverpackung die Grundlage für die Berechnung.

<sup>2</sup> Unter gefährliche Abfälle werden verschiedene Abfallarten zusammengefasst, die eine Gefahr für die Gesundheit und/oder Umwelt darstellen. Im Berichtsjahr entstand gefährlicher Abfall in den Kategorien „Batterien“, „Chemikalien“, „Öl“, „elektronische Geräte“, „Tonerkartuschen“ und „andere gefährliche Abfälle“.

#### 02|11 Abfallaufkommen nach Art und Region<sup>1</sup> (in t)

	Europa	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Gefährliche Abfälle	51	3	2	56
Nicht gefährliche Abfälle	5.352	950	739	7.041
<b>Gesamt</b>	<b>5.403</b>	<b>953</b>	<b>741</b>	<b>7.097</b>

<sup>1</sup> Für Abfall im Bereich Retail bilden die verkauften Produkte in den einbezogenen Einzelhandelsgeschäften und Outlets beziehungsweise die durchgeführten Transporte unter Berücksichtigung der jeweiligen Produkt- und Transportverpackung die Grundlage für die Berechnung.

Ein Großteil des Abfallaufkommens wird an den Standorten von HUGO BOSS dem Recycling zugeführt (2019: 60%). Alle weiteren Abfälle werden gemäß den lokal gültigen Bestimmungen entsorgt.

Der größte eigene Produktionsstandort in Izmir hat sich zum Ziel gesetzt, das Abfallvolumen innerhalb eines Jahres um 3% zu senken. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Darüber hinaus arbeitet HUGO BOSS an einer weiteren Reduktion von Abfällen im Zusammenhang mit **Produkt- und Transportverpackungen**. So überprüft HUGO BOSS zum Beispiel die Notwendigkeit von Plastikverpackungen und senkt das Abfallvolumen durch Umstellung auf wiederverwendbare Verpackungen. → **Produkte**



8	We
22	Umwelt
<b>31</b>	<b>Mitarbeiter</b>
41	Partner
52	Produkte
60	Gesellschaft
63	Anhang

SEITEN 31 – 40

# MITARBEITER



**17.560**

**Mitarbeiter**  
weltweit



**49 %**

**Mitarbeiterinnen**  
in Führungspositionen



**~ 270.000**

**erfolgreich absolvierte  
Weiterbildungskurse**  
in der HUGO BOSS University



## MITARBEITER – auf einen Blick

HUGO BOSS verdankt seine Wettbewerbsfähigkeit und seine internationale Bekanntheit den vielen qualifizierten und leistungsbereiten Mitarbeitern an den eigenen Verwaltungs-, Produktions-, und Logistikstandorten sowie in den eigenen Einzelhandelsgeschäften. Ziel von HUGO BOSS ist es daher, seine Beschäftigten täglich aufs Neue zu inspirieren, durch anspruchsvolle und abwechslungsreiche Aufgaben zu motivieren und an sich zu binden. HUGO BOSS übernimmt Verantwortung für das Wohlergehen jedes Einzelnen und fördert eine Unternehmenskultur der gegenseitigen Wertschätzung und des Respekts. Das Unternehmen setzt sich für Chancengleichheit ein, hilft, Privat- und Berufsleben miteinander zu vereinbaren, bietet exzellente Entwicklungsmöglichkeiten und sorgt für sichere, gesundheitlich unbedenkliche Arbeitsplätze. Auf diese Weise will HUGO BOSS seinen Ruf als attraktiver Arbeitgeber festigen. Das Unternehmen bekennt sich klar zur Achtung der Menschenrechte und trägt durch faire, leistungsgerechte Vergütung, Schutz vor Diskriminierung und Achtung von Arbeitnehmerrechten zu dem Sustainable Development Goal 8 bei.

## Managementansatz

Der Bekleidungsmarkt unterliegt einem steten Wandel. Die Anforderungen aufseiten der Kunden steigen kontinuierlich, zugleich verändern technologische Umbrüche den Geschäftsalltag. Hinzu kommen gesellschaftliche Veränderungen und Trends, auf die das Unternehmen reagieren muss, beispielsweise der demografische Wandel oder der wachsende Bedarf an verlässlicher Orientierung. Um mit diesen Veränderungen Schritt zu halten und langfristig erfolgreich zu sein, arbeitet HUGO BOSS kontinuierlich an einer Weiterentwicklung seiner **Unternehmenskultur**. Hierbei setzt das Unternehmen auf Agilität, Eigenverantwortung und Mitsprache. HUGO BOSS will so als Arbeitgeber künftig noch attraktiver werden und seine Mitarbeiter durch stärkere Einbindung und agile Prozesse dazu befähigen, schnellere verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen und Veränderungen proaktiv mitzugestalten. Die Konstante in diesem Veränderungsprozess bilden die HUGO BOSS Werte **Qualität, Respekt, Innovation, Leidenschaft und Kooperation**.

Arbeiten bei HUGO BOSS war schon immer geprägt durch ein motivierendes Arbeitsumfeld, offene, transparente Kommunikation und eine wertschätzende Führungskultur. Diese Qualitäten sind heute wichtiger denn je. Als **attraktiver Arbeitgeber** zu gelten, ist für HUGO BOSS, sowohl im härter werdenden Wettbewerb um neue Talente als auch im Hinblick auf das Bestreben, qualifiziertes Personal an das Unternehmen zu binden, entscheidend. Um den hohen Erwartungen seiner Mitarbeiter und Bewerber gerecht zu werden, bietet HUGO BOSS attraktive berufliche Perspektiven: Mit einem breiten Angebot an Mitarbeiterentwicklungsprogrammen und Trainings ermöglicht das Unternehmen allen Kollegen, ihr Wissen stetig zu erweitern, neue Fähigkeiten und Fertigkeiten zu erlernen und sich persönlich weiterzuentwickeln. Darüber hinaus unterstützt HUGO BOSS seine Mitarbeiter dabei, berufliche und familiäre Belange miteinander zu vereinbaren und fördert damit ihre Zufriedenheit und Leistungsfähigkeit sowie ihre Verbundenheit mit dem Unternehmen. Gleichfalls von hoher Wichtigkeit ist für HUGO BOSS eine breit gefächerte Belegschaft. HUGO BOSS fördert deshalb gezielt die Vielfalt der Mitarbeiter (Diversity). In der Vergangenheit hat das Unternehmen erlebt, dass heterogene und inklusive Teams bei komplexen Sachverhalten bessere und kreativere Problemlösungen erzielen und sich positiv auf die Mitarbeiterzufriedenheit auswirken.

HUGO BOSS bekennt sich für alle Mitarbeiter unternehmensweit zur **Achtung der Menschenrechte und Arbeitsnormen** auf Grundlage international anerkannter Standards. Das Unternehmen tritt weltweit für Vereinigungsfreiheit und striktes Diskriminierungsverbot ein. Durch ein strukturiertes und nachvollziehbares Vergütungssystem, gerechte Entwicklungschancen und Teilhabemöglichkeiten kann HUGO BOSS einen Beitrag zu fairen Arbeitsbedingungen leisten. Als verantwortungsvoller Arbeitgeber misst HUGO BOSS darüber hinaus der **betrieblichen Sicherheit und Gesundheit** seiner Mitarbeiter sehr hohe Bedeutung bei. → **We**

Verantwortlich für die kontinuierliche Überprüfung und Weiterentwicklung des konzernweiten Personalmanagements ist die zentrale Personalabteilung mit Sitz in Metzingen, die dem Director Global Human Resources untersteht. Sie arbeitet in enger Kooperation mit den Leitern anderer Zentralbereiche sowie den Personalabteilungen und Führungskräften der Konzerngesellschaften. Die zentrale Personalabteilung tauscht sich eng mit dem Vorstand aus.

Die Verantwortung für die Themen **Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz** ist bei HUGO BOSS dezentral organisiert. In den jeweiligen Konzerngesellschaften wurden hierfür, ebenso wie in den eigenen Einzelhandelsgeschäften, klare Verantwortlichkeiten definiert. Die verantwortlichen Mitarbeiter berichten regelmäßig sowie anlassbezogen an die zuständigen Abteilungen in der Firmenzentrale. Hinsichtlich der Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz findet zudem ein regelmäßiger Austausch mit dem Vorstand statt. Bei Bedarf werden die bestehenden Prozesse im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheit (Occupational Health & Safety, OHS) überarbeitet und optimiert. Im Jahr 2020 wird das

Arbeitssicherheitsteam überprüfen, ob die Implementierung eines umfassenden Managementkonzepts für das Thema Arbeitsschutz zielführend ist, und dieses gegebenenfalls umsetzen. Mit diesem sollen alle relevanten Prozesse dokumentiert und bewertet sowie die jeweils nötigen Maßnahmen gesteuert werden.

Das Personalmanagement von HUGO BOSS beruht sowohl auf zentralen als auch dezentralen Richtlinien. Die grundlegenden Voraussetzungen für ein vertrauensvolles Miteinander im Unternehmen sowie im Umgang mit Kunden und Lieferanten wurden im „**HUGO BOSS Verhaltenskodex**“ festgeschrieben. Dieser schafft mit verbindlichen Regeln Klarheit in wesentlichen ethischen und rechtlichen Fragen. Zentrale Bedeutung für das Personalmanagement insbesondere in den eigenen Produktionsstandorten haben auch die „**HUGO BOSS Sozialstandards**“. Deren Einhaltung wird in regelmäßigen Sozialaudits vor Ort überprüft. → **Partner**

Zusätzlich zu diesen Richtlinien hat HUGO BOSS eine ausdrückliche „**Selbstverpflichtung zur Arbeitssicherheit und zum Gesundheitsschutz (Health & Safety Commitment)**“ veröffentlicht. Dezentral, für die Geschäftstätigkeiten der unterschiedlichen Tochtergesellschaften, setzt HUGO BOSS eine Vielzahl weiterer Richtlinien ein, um sein Personalmanagement den eigenen Standards und den jeweiligen Rechtsnormen entsprechend zu gestalten. → **group.hugoboss.com**

Die Wirksamkeit seiner Maßnahmen zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität evaluiert HUGO BOSS unter anderem in einer **jährlichen Mitarbeiterbefragung**. Ermittelt werden hierbei auch die Bedürfnisse und die Zufriedenheit der Mitarbeiter. HUGO BOSS erzielte im Berichtsjahr gute Ergebnisse insbesondere in den Kategorien „Weiterbildungsmöglichkeiten“ und „Work-Life-Balance“. Darüber hinaus führt HUGO BOSS weitere Evaluationsprozesse für das Personalmanagement sowie das Arbeitssicherheits- und Gesundheitsmanagement durch und veranlasst beispielsweise verschiedene interne und externe Audits. → **Partner** → **Geschäftsbericht 2019, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Arbeitnehmerbelange**

Über die gesetzten Ziele, den Grad ihrer Realisierung und die implementierten Maßnahmen im Bereich Mitarbeiter wird im Nachhaltigkeitsprogramm berichtet. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

## Beschäftigte

Am Ende des Geschäftsjahres 2019 waren im HUGO BOSS Konzern 17.560<sup>3</sup> Mitarbeiter beschäftigt (2018: 17.579). Der Wert war damit im Vergleich zum Vorjahr stabil.

### 03|01 Mitarbeiter nach Region (in Personen)

	2019	2018	2017
Europa	13.100	13.117	12.343
Amerika	2.212	2.271	2.334
Asien/Pazifik	2.248	2.191	2.100
<b>Gesamt</b>	<b>17.560</b>	<b>17.579</b>	<b>16.777</b>

Im Berichtsjahr waren für 49% der Belegschaft die Arbeitsbedingungen durch kollektivvertragliche Vereinbarungen mit Gewerkschaften oder betriebliche Arbeitnehmervereinbarungen geregelt (2018: 49%). Das prozentuale Verhältnis von Frauen und Männern ist im Jahr 2019 im Vergleich zum Vorjahr gleichgeblieben.

<sup>3</sup> Der hier berichtete Wert bezieht sich auf Headcounts zum Stand 31. Dezember 2019. Der im Geschäftsbericht veröffentlichten Angabe (rund 14.600) hingegen liegt eine Zählweise in Vollzeitäquivalenten (FTE) zugrunde.

**03|02 Mitarbeiter nach Geschlecht und Region (in %)**

	2019		2018		2017	
	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich
Europa	59	41	59	41	59	41
Amerika	49	51	48	52	47	53
Asien/Pazifik	70	30	68	32	68	32
<b>Gesamt</b>	<b>59</b>	<b>41</b>	<b>59</b>	<b>41</b>	<b>59</b>	<b>41</b>

2019 wurden 4.459 neue Mitarbeiter eingestellt (2018: 4.876). 4.596 Personen sind aus dem Unternehmen ausgeschieden.

**03|03 Neuanstellungen nach Region<sup>1</sup> (in Personen)**

	2019	2018	2017
Europa	2.870	3.312	2.729
Amerika	891	927	926
Asien/Pazifik	698	637	687
<b>Gesamt</b>	<b>4.459</b>	<b>4.876</b>	<b>4.342</b>

<sup>1</sup> ohne Auszubildende, Praktikanten, Diplomanden und Aushilfskräfte.

Insgesamt betrug die Fluktuationsquote im Berichtsjahr 29% und ist somit im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen (2018: 28%). Die arbeitnehmerbedingte Fluktuation lag im Jahr 2019 im Bereich Retail bei 34% und im Bereich Corporate bei 9%. Ziel des Unternehmens ist es weiterhin, die arbeitnehmerbedingte Fluktuation zu senken. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Um zukünftig differenziertere Aussagen über die **Bindungskraft des Unternehmens** treffen zu können, hat die Personalabteilung die Methode zur Auswertung der Fluktuationsquote für das Berichtsjahr 2019 umgestellt. Es ist wichtig, die Bereiche Retail und Corporate (alle Funktionen im Unternehmen, die nicht dem eigenen Einzelhandel zuzuordnen sind) getrennt zu betrachten. Eine separate Erhebung ist aufgrund der unterschiedlichen Tätigkeitsprofile sinnvoll, da der Retail-Bereich stärker von flexiblen Arbeitsplatzwechseln geprägt ist. Für beide Bereiche kann so ein individueller Handlungsbedarf abgeleitet und passende Maßnahmen realisiert werden.

Um herauszufinden, wie sich die Mitarbeiterbindung verbessern und auf diesem Wege die Fluktuationsquote senken lässt, möchte HUGO BOSS die Gründe für das Ausscheiden künftig strukturiert erfassen. Hierzu werden mit den ausscheidenden Kollegen sogenannte Austrittsgespräche geführt. Auch die 2017 eingeführte Retail Academy nutzt das Unternehmen neben den Verkaufstrainings, um die Identifikation und Verbundenheit mit HUGO BOSS zu stärken.

**03|04 Fluktuationsquote nach Grund und Region<sup>1</sup> (in %) ☑**

	Europa	Amerika	Asien/Pazifik	<b>Weltweit<sup>2</sup></b>
Arbeitnehmerbedingt	15	42	24	<b>20</b>
Arbeitgeberbedingt	9	11	7	<b>8</b>
Redundanz	0	1	0	<b>0</b>
Ruhestand	1	0	0	<b>1</b>
Tod, Auswanderung	0	0	0	<b>0</b>
<b>Gesamt</b>	<b>25</b>	<b>54</b>	<b>31</b>	<b>29</b>

<sup>1</sup> ohne Auszubildende, Praktikanten, Diplomanden und Aushilfskräfte.

<sup>2</sup> Die Zahl Weltweit spiegelt die Fluktuationsquote nach gewichteten Regionen wider. Die Gewichtung resultiert aus den unterschiedlichen Mitarbeiterzahlen der Regionen.

### 03|05 Arbeitnehmerbedingte Austritte nach Region<sup>1</sup>

	2019		2018		2017	
	in Personen	in %	in Personen	in %	in Personen	in %
Europa	1.815	15	1.857	16	1.817	19
Amerika	778	42	688	35	590	30
Asien/Pazifik	509	24	519	26	548	28
<b>Gesamt</b>	<b>3.102</b>	<b>20</b>	<b>3.064</b>	<b>19</b>	<b>2.955</b>	<b>20</b>

<sup>1</sup> ohne Auszubildende, Praktikanten, Diplomanden und Aushilfskräfte.

Weiterführende Kennzahlen zur Mitarbeiterstruktur sind im Anhang zu finden. → **Weitere Kennzahlen und Angaben**

## Diversity und Chancengleichheit

Die **Vielfalt der Mitarbeiter** ist bei HUGO BOSS als international agierendem Unternehmen **selbstverständlicher Teil der Unternehmenskultur** und gelebte Wirklichkeit. HUGO BOSS ist es wichtig, allen Mitarbeitern ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld zu bieten und Chancengleichheit zu ermöglichen. Dieses Bekenntnis wurde 2008 mit dem Beitritt zur charta der vielfalt öffentlich unterstrichen.

Als Beitrag zur **Chancengleichheit** unterstützt HUGO BOSS seine Mitarbeiter an den Standorten dabei, Privatleben und Beruf miteinander zu vereinbaren, beispielsweise bei der Bewältigung familiärer Aufgaben wie der Pflege von Angehörigen oder der Kinderbetreuung. So bietet das Unternehmen Mutter- und Vaterschaftsurlaubsregelungen an, die – etwa an den internationalen Standorten Coldrerio und Hong Kong (China)– über das gesetzlich vorgeschriebene Minimum hinausgehen. Für die Schließung einer Ehe oder eingetragenen Lebenspartnerschaft, der Geburt eines Kindes und andere familiäre Ereignisse werden zudem Sonderurlaube von ein bis drei Tagen gewährt. Am Hauptsitz in Metzingen erweitert HUGO BOSS das Angebot für Mitarbeiter mit Kindern im Alter zwischen sechs Monaten und drei Jahren durch den Bau einer eigenen Kindertagesstätte.

Frauen bilden mit einem Anteil von 59% die Mehrheit der Belegschaft. Auf den vier Führungsebenen waren 2019 49% der Stellen durch Frauen besetzt (2018: 48%). Im Aufsichtsrat waren 2019 drei Frauen (25%) ✓. In der Zukunft will HUGO BOSS die Frauenquote in den oberen Führungsebenen erhöhen.

→ [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

### 03|06 Mitarbeiter nach Managementlevel und Geschlecht (in %)

	2019		2018		2017	
	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich
Vorstand	0	100	0	100	0	100
Top-Management	15	85	16	84	19	81
Mittleres Management	46	54	45	55	44	56
Management	51	49	50	50	48	52
<b>Gesamt</b>	<b>49</b>	<b>51</b>	<b>48</b>	<b>52</b>	<b>47</b>	<b>53</b>

Weitere Informationen zum Thema Diversity und Chancengleichheit sind auf der Unternehmenswebsite verfügbar. → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

## Aus- und Weiterbildung

Aus- und Weiterbildung betrachtet HUGO BOSS als wichtigen **Beitrag zur Zukunftssicherung**. Grundsätzlich verfolgt das Unternehmen mit den unterschiedlichen Schulungs- und Weiterbildungsangeboten das Ziel, den Mitarbeitern die Möglichkeit zu geben, ihre Kenntnisse stets auf dem neuesten Stand zu halten. Neben sachbezogenen Schulungen werden auch Trainings zur Vermittlung sozialer Kompetenzen angeboten. Dies soll die **wertschätzende, kooperative und leistungsorientierte Unternehmenskultur** fördern. → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com) → **Geschäftsbericht 2019, Mitarbeiter**

Bei der Besetzung von Positionen und der Weiterentwicklung von Mitarbeitern im Konzern legt HUGO BOSS großen Wert auf **Transparenz und Fairness**. Mit dem im Berichtsjahr in Deutschland implementierten Job-Grading-System sollen zukünftig alle Stellen im Unternehmen – unabhängig vom jeweiligen Stelleninhaber – anhand klar definierter Kriterien bewertet und in Stellenprofilen transparent dargestellt werden. Das System soll bis Ende 2022 global ausgerollt werden.

Mit dem Ziel, die Leistung und die Entwicklungspotenziale aller Mitarbeiter auf nachvollziehbare und faire Weise zu identifizieren und diese Informationen für die individuelle Entwicklungsplanung zu nutzen, hat HUGO BOSS Ende 2019 begonnen, ein weiteres Instrument einzuführen: den sogenannten **Performance & Development Dialog** (PDD). Bei dem PDD handelt es sich um einen umfassenden Prozess mit mehreren Dialog- und Bewertungsformaten. Dieser Prozess soll eine ganzheitliche Einschätzung der Mitarbeiter bezüglich Leistung und Potenzial ermöglichen. Er basiert auf einem detaillierten Beurteilungsbogen, welcher unter anderem eine Selbsteinschätzung durch den Beschäftigten beinhaltet, und endet mit einem offenen Gespräch zwischen Führungskraft und Mitarbeiter. Neben der Beurteilung durch den Vorgesetzten wird auch das Feedback Dritter berücksichtigt, um eine ganzheitliche Einschätzung der Mitarbeiter zu bewirken. Die Ergebnisse des PDD werden eingesetzt, um für jeden Mitarbeiter im Unternehmen eine bestmögliche Einsatzmöglichkeit zu finden und um **Talente und Know-how** langfristig im Unternehmen zu halten. Mithilfe eines Onlinetools wird der gesamte PDD-Prozess zunächst am Firmensitz in Metzingen und an weiteren europäischen Standorten eingeführt. In den kommenden Jahren soll er global in weiteren Konzerngesellschaften etabliert werden.

**03|07 Mitarbeiter mit Leistungsbeurteilungen nach Region** (in %)

	2019	2018	2017
Europa	84	85	82
Amerika	27	28	39
Asien/Pazifik	93	94	88
<b>Gesamt</b>	<b>79</b>	<b>79</b>	<b>78</b>

Zur gezielten Weiterentwicklung potenzieller Leistungsträger setzt HUGO BOSS spezielle **Personalentwicklungsprogramme** ein: Das Employee Development Program richtet sich an die gesamte Belegschaft und soll Mitarbeiter fördern, die sich in Richtung Fach- oder Führungskarriere weiterentwickeln wollen. Ausgenommen sind lediglich befristet beschäftigte Mitarbeiter. Das Angebot besteht bereits seit Längerem am Hauptsitz in Metzingen und wurde 2019 auch von anderen internationalen Konzerngesellschaften übernommen. Im Berichtsjahr wurde zudem das HUGO BOSS Leadership Development Program speziell für Führungskräfte eingeführt, um diese auf ihre nächsten Karriereschritte vorzubereiten. Zusätzlich bietet HUGO BOSS an seinen internationalen Standorten weitere umfangreiche Entwicklungsprogramme für Mitarbeiter und Führungskräfte an.

Das Schulungsprogramm von HUGO BOSS besteht aus **Präsenz- und Onlinetrainings** zu sozialen, fachlichen und Führungskompetenzen. Die Onlinetrainings werden über die konzernweite Plattform HUGO BOSS University angeboten und ermöglichen es, unternehmensweit einheitliche Trainingsinhalte zu vermitteln. Im vergangenen Geschäftsjahr führte HUGO BOSS konzernweit 2.070 Präsenztrainings durch (2018: 2.360). Der verstärkte Fokus im Berichtsjahr auf zeitlich und räumlich flexibel durchführbare Onlineformate führte entsprechend zu einem Anstieg der Onlinetrainings und einem Rückgang der Präsenzs Schulungen. Das Unternehmen setzt auf die kontinuierliche Weiterbildung seiner Mitarbeiter und garantiert pro Mitarbeiter jährlich mindestens 15 Trainingsstunden, im Berichtsjahr haben weltweit alle Mitarbeiter durchschnittlich knapp 20 Trainingsstunden absolviert.

**03|08 Schulungen nach Art<sup>1</sup>** (Anzahl)

	2019	2018	2017
Präsenztrainings	2.070	2.360	2.808
Mitarbeiter, die an Onlinetrainings teilgenommen haben	7.710	6.496	4.309
Erfolgreich absolvierte Onlinetrainings	266.758	85.018	30.477

<sup>1</sup> ohne OHS- und Compliance-Trainings.

Bei HUGO BOSS werden interne Jobwechsel und Einsätze in den internationalen Tochtergesellschaften des Konzerns unterstützt. Das Unternehmen will seinen Mitarbeitern auf diesem Wege zusätzlich **attraktive Karriere- und Entwicklungschancen** bieten.

Auch über das Beschäftigungsverhältnis hinaus unterstützt HUGO BOSS seine Mitarbeiter am Ende des Berufslebens bei der persönlichen Weiterentwicklung. Mitarbeitern, die in absehbarer Zeit in den Ruhestand gehen, bietet HUGO BOSS in Deutschland zielgerichtete Programme an. Hierzu gehört ein Altersteilzeitprogramm, bei dem Mitarbeiter weiterhin von betrieblichen Vorteilen, wie einem freien Zugang zum Fitnessstudio oder zum Betriebsrestaurant, profitieren.

Zusätzlich arbeitet HUGO BOSS eng mit regionalen, nationalen und internationalen Hochschulen und anderen Ausbildungseinrichtungen zusammen, um seine **Nachwuchskräfte** zu fördern. Gemeinsam mit diesen bietet das Unternehmen ein breites Spektrum gewerblich-technischer und kaufmännischer Ausbildungen sowie dualer Studiengänge an.

**Faire Arbeitsbedingungen**

Die **Achtung der Menschenrechte und die Einhaltung geltender Arbeitsstandards** stellen für HUGO BOSS einen integralen Bestandteil der Unternehmenskultur dar. Dies gilt für alle Bereiche seiner globalen Geschäftstätigkeit – von der Verwaltung über die eigenen Produktionsstandorte und die Logistik bis hin zum eigenen Einzelhandel. Auch bei seinen Lieferanten achtet HUGO BOSS auf die Wahrung der Menschenrechte und Arbeitsstandards. → **Partner** → **Geschäftsbericht 2019, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Achtung der Menschenrechte**

Vor dem Hintergrund der bereits bestehenden hohen Arbeitsstandards an den eigenen Unternehmensstandorten liegt der Schwerpunkt dort in den Themenfeldern „Vereinigungsfreiheit“, „Diskriminierungsverbot“ und „faire Vergütung“.

HUGO BOSS gesteht seinen Beschäftigten weltweit ein Recht auf die Bildung von beziehungsweise den Beitritt zu **Mitarbeitervertretungen** (zum Beispiel Betriebsräten) zu und ermöglicht ihnen die Teilnahme an Tarifverhandlungen im Rahmen des jeweiligen nationalen Rechts.

Zudem schreitet HUGO BOSS konsequent gegen alle im Unternehmen bekannt gewordenen Fälle von Diskriminierung und Verstößen gegen die Vereinigungsfreiheit, das Recht auf Tarifverhandlungen und den Anspruch auf faire Arbeitsbedingungen ein. Für die Meldung derartiger Vorkommnisse hält das Unternehmen **umfassende Beschwerdemechanismen** und verschiedene Meldewege bereit. → **We**

Im Berichtsjahr wurden 14 interne Diskriminierungsfälle gemeldet ✓ (2018: 11). In allen gemeldeten Fällen wurden entsprechende Maßnahmen eingeleitet. Zehn Fälle konnten bis zur Veröffentlichung des Berichts abgeschlossen werden.

Neben dem Beschwerdemanagement ist die offene Kommunikation über und die Sensibilisierung für das Thema Diskriminierung ein wichtiges Instrument zur **Sicherung von Chancengleichheit und Diversität**. HUGO BOSS bietet ein Umfeld, in dem alle Mitarbeiter in ihrer Individualität anerkannt werden und sich nicht zu verstellen brauchen. Dementsprechend ist das Thema Antidiskriminierung regulärer Bestandteil der Compliance-Schulungen des Konzerns. Zudem plant HUGO BOSS, im Jahr 2020 ein gesondertes Training zum Thema Diskriminierung aufzusetzen. Mit ihm sollen die Beschwerdeempfänger, aber auch jeder andere HUGO BOSS Mitarbeiter, für das Thema sensibilisiert werden.

Die Wirksamkeit seiner Maßnahmen zur Sicherung von Chancengleichheit und Diversität überprüft HUGO BOSS mit dem standardisierten Fragebogen von **Great Place to Work®**, in dem Mitarbeiter ihre Einschätzung zu entsprechenden Themenfeldern geben können.

Faire Arbeitsbedingungen implizieren immer auch eine **transparente und der Leistung angemessene Vergütung**. Dieses Verständnis bildet die Grundlage für das Vergütungssystem von HUGO BOSS. Es umfasst fixe und variable Gehaltskomponenten, übertarifliche Zulagen, Sachbezüge sowie weitere immaterielle Leistungen. Die jeweilige Höhe der Vergütung orientiert sich an den marktbasieren HUGO BOSS Gehaltsbändern und ist unabhängig von Geschlecht oder anderen Diversitätsaspekten. Das zugrunde liegende Job-Grading-System bewertet nach stellenabhängigen Qualifikations- und Leistungsmerkmalen. Grundsätzlich hat sich HUGO BOSS in seinen „Sozialstandards“ dazu verpflichtet, mindestens den gesetzlichen Mindestlohn oder einen branchenübergreifenden und angemessenen Lohn zu zahlen. Ziel von HUGO BOSS ist es, die **Fairness und Wettbewerbsfähigkeit** seines Vergütungssystems weiter zu erhöhen und seinen Mitarbeitern auf globaler Ebene eine faire und marktkonforme Vergütung zu garantieren, die mindestens ausreicht, um die Lebenshaltungskosten zu decken. → **Geschäftsbericht 2019, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Achtung der Menschenrechte**

Tariflich Beschäftigte in Deutschland werden in Form eines jährlichen Bonus am Unternehmenserfolg beteiligt. Außertariflich angestellte Mitarbeiter erhalten neben ihrem Grundgehalt eine Tantieme, die an Unternehmensziele und die Erreichung qualitativer und quantitativer persönlicher Ziele geknüpft ist. Um das Bewusstsein für soziale und ökologische Themen insbesondere im oberen Management zu stärken, bilden Nachhaltigkeitsaspekte, darunter auch die Mitarbeiterzufriedenheit, feste Komponenten der langfristigen Managementvergütung. HUGO BOSS leistet außerdem einen wichtigen Beitrag zur **betrieblichen Altersvorsorge** seiner Mitarbeiter. Deren Umfang und Konditionen sind von Land zu Land verschieden. Weitere Zusatzleistungen betreffen den Gesundheitsschutz, Unfall- und Arbeitsunfähigkeitsabsicherungen, den Mutterschutz und ähnliche Angebote, beispielsweise Elternzeit.

→ **Geschäftsbericht 2019, Mitarbeiter**

Angebote zur betrieblichen Altersvorsorge sind bei HUGO BOSS für alle Arbeitnehmergruppen innerhalb Deutschlands gleich. Sie enthalten jeweils eine arbeitgeber- und eine arbeitnehmerfinanzierte Komponente. Letztere wird durch den Arbeitgeber zusätzlich bezuschusst. Vergleichbare Angebote gibt es auch in den anderen Regionen, in denen das Unternehmen tätig ist.

## Arbeitssicherheit und Gesundheit

Die Verhütung von Arbeitsunfällen und der Schutz der Gesundheit der Beschäftigten sind zentrale Ziele von HUGO BOSS. Im Rahmen der Umstrukturierung des Bereichs OHS hat das Unternehmen 2019 begonnen, die **OHS-Strategie** zu überarbeiten. In diesem Zuge prüft HUGO BOSS derzeit, ob ein OHS-Managementsystem nach ISO 45001 eingeführt werden soll.

### Arbeitssicherheit

Mit einer Reihe bewährter OHS-Instrumente erreicht HUGO BOSS auch bisher schon ein hohes Niveau in der Arbeitssicherheit. So führt das Unternehmen **regelmäßige Health-and-Safety-Begehungen** durch, bei denen Arbeitsschutzspezialisten, Führungskräfte und bei Bedarf auch externe Experten involviert sind. Zudem unterstützt das Arbeitssicherheitsteam alle Fachbereiche bei der Erstellung von **Gefährdungsbeurteilungen**. Hiermit können potenzielle Gefährdungen rechtzeitig erkannt und bewertet sowie geeignete Vorsorgemaßnahmen getroffen werden.

Zur Abwehr unterschiedlicher Gefahren und Vermeidung gefährlicher Situationen betreibt HUGO BOSS ein Meldesystem und setzt entsprechende Notfallmaßnahmen um. Beauftragte Ersthelfer, Sicherheitsbeauftragte und Brandschutzhelfer ermöglichen in gefährlichen Situationen oder in Notfällen, dass alle Meldewege und sonstigen Rahmenbedingungen eingehalten werden und die Prozesse reibungslos ablaufen.

Die Mitarbeiter des Unternehmens werden außerdem regelmäßig zu Themen des Arbeitsschutzes und der Arbeitssicherheit geschult. Verwaltungs- und Retail-Mitarbeiter durchlaufen standardisierte **OHS-Online trainings**. Gewerbliche Mitarbeiter an den eigenen Produktions- und Logistikstandorten werden über Präsenzs Schulungen und Arbeitsplatz einweisungen in Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit unterwiesen. Darüber hinaus veranstaltet HUGO BOSS regelmäßige Schulungen (Erstausbildung und Auffrischung) für Brandschutzhelfer und Ersthelfer. Alle Standorte weltweit führen außerdem groß angelegte Räumungsübungen durch.

Trotz der hohen Standards und der Beachtung der Sorgfaltspflichten kam es 2019 zu 244 (2018: 250) Unfällen von Mitarbeitern, die jeweils zu einer Ausfallzeit von mehr als einem Arbeitstag führten. Insgesamt kam es zu 3.363 (2018: 4.248) unfallbedingten Ausfalltagen und somit wie im Vorjahr zu einer Ausfalltagerate<sup>4</sup> von 0,1% ✓. Darüber hinaus waren keine Arbeitsunfälle von Mitarbeitern der von HUGO BOSS beauftragten Personaldienstleistungsunternehmen zu verzeichnen. Ziel des Unternehmens ist es, die Zahl der Arbeitsunfälle weiter zu senken. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

### 03|09 Arbeitsunfälle und dazugehörige Ausfalltage nach Region<sup>1</sup> (Anzahl)

	Arbeitsunfälle > 1 Ausfalltag			Ausfalltage		
	✓ 2019	2018	2017	✓ 2019	2018	2017
Europa	213	217	157	2.704	3.152	1.696
Amerika	23	22	20	430	892	539
Asien/Pazifik	8	11	6	229	204	77
<b>Gesamt</b>	<b>244</b>	<b>250</b>	<b>183</b>	<b>3.363</b>	<b>4.248</b>	<b>2.312</b>

<sup>1</sup> Sofern gemäß lokalen Rahmenbedingungen Wegeunfälle und Eventunfälle (Unfälle bei Firmenveranstaltungen) als Arbeitsunfälle deklariert sind, werden diese bei der Erfassung berücksichtigt. Ein Arbeitstag entspricht 8 Stunden.

<sup>4</sup> Die Ausfalltagerate zeigt die Anzahl der Abwesenheitstage aufgrund von Arbeitsunfällen im Verhältnis zu den Soll-Arbeitstagen an.

### 03 | 10 Unfallhäufigkeitsrate (Lost Time Injury Frequency Rate, LTIFR) <sup>1</sup>

	2019	2018	2017
Unfallhäufigkeitsrate (gesamt)	8,7	9,3	7,0

<sup>1</sup> Die Unfallhäufigkeitsrate misst die Anzahl der Arbeitsunfälle mit mindestens einem Ausfalltag pro Million Arbeitsstunden.

Eine Analyse der arbeitsbedingten Gefahren ergab, dass Ausrutschen und Stolpern zu den Hauptunfallursachen gehören, die ein hohes Verletzungsrisiko bergen und zu schwerwiegenden Folgen führen können. Als Abhilfemaßnahme haben Führungskräfte im Bereich der Produktion und Logistik mit ihren Teams zusätzliche arbeitsplatzbezogene Unterweisungen durchgeführt und die verwendeten Sicherheitsschuhe überprüft. Weiterhin wurden **regelmäßige vorbeugende Sicherheitstrainings** eingeführt.

#### Gesundheit am Arbeitsplatz

Die Stärkung der **physischen und psychischen Gesundheit** seiner Mitarbeiter ist HUGO BOSS ein sehr wichtiges Anliegen. Dazu stellt das Unternehmen im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagement eine große Bandbreite an international unterschiedlich ausgestalteten Angeboten zu Themen wie körperlicher und mentaler Fitness, Ernährung oder Ergonomie am Arbeitsplatz bereit. Am Firmensitz in Metzingen und an einigen internationalen Standorten veranstaltet HUGO BOSS regelmäßig Gesundheitstage zu einem bestimmten Motto mit Vorträgen, Workshops und Kursen beispielsweise zu gesunder Ernährung und Bewegung. 2019 stand der Gesundheitstag unter dem Motto „DURCHATMEN – DURCHSTARTEN! Wie richtiges Atmen dein Leben verändert!“. In Metzingen konnten die Mitarbeiter zudem von zahlreichen zielgruppenspezifischen Angeboten wie Bewegungspausen in der Logistik und Produktion oder Gesundheitsworkshops für den Außendienst profitieren und an verschiedenen Laufveranstaltungen teilnehmen. Die Standorte Metzingen und Izmir stellen ihren Mitarbeitern eigene Sportanlagen zur Verfügung und schaffen so diverse Bewegungsangebote. Am Schweizer Standort Coldrerio engagiert sich die betriebseigene Kantine besonders zum Thema Gesundheit. So wurde im Rahmen des Nutrition Steps Event jeweils zwei Wochen im Frühjahr und Herbst ein spezieller Menüplan mit gesunden Gerichten, die von einem externen Ernährungswissenschaftler erstellt wurden, angeboten.

Das **Betriebliche Gesundheitsmanagement** wird an vielen Standorten von eigens hierfür verantwortlichen Mitarbeitern koordiniert. Am Firmensitz in Metzingen und an weiteren internationalen Standorten besteht zudem eine betriebsärztliche Betreuung. → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com) → **Geschäftsbericht 2019, Mitarbeiter**

Im Berichtszeitraum beliefen sich die Krankheitstage auf 109.007 (2018: 110.833). Die Krankheitsrate<sup>5</sup> verringerte sich damit auf 2,9% (2018: 3,0%). Berufskrankheiten traten bei HUGO BOSS wie in den Vorjahren keine auf. ✓

2019 erhielt HUGO BOSS mehrere Preise für besondere Leistungen im Gesundheitsmanagement. Die HUGO BOSS AG in Deutschland wurde für ihre Leistungen im Betrieblichen Gesundheitsmanagement mit dem ersten Platz des **Corporate Health Awards** ausgezeichnet. Durch das erneut erfolgreiche Absolvieren des Corporate Health Audits konnte sich HUGO BOSS im Vergleich zum Vorjahr somit an die Spitze der Branche Konsumgüter setzen und hat gezeigt, dass sich das Unternehmen überdurchschnittlich für die Gesundheit seiner Mitarbeiter engagiert. Der Standort Izmir wurde darüber hinaus von der Brandon Hall Group mit dem **Gold Award** für sein „Best Benefits, Wellness and Wellbeing Program“ ausgezeichnet und erhielt außerdem den Stevie Award in Bronze für „Achievements in Workplace Health & Wellbeing“.

<sup>5</sup> Die Krankheitsrate zeigt die Anzahl der Abwesenheitstage aufgrund von Krankheit im Verhältnis zu den Soll-Arbeitstagen.



8	We
22	Umwelt
31	Mitarbeiter
<b>41</b>	<b>Partner</b>
52	Produkte
60	Gesellschaft
63	Anhang

SEITEN 41 – 51

# PARTNER



Ø 11

## Jahre

arbeitet HUGO BOSS mit seinen strategischen Partnern zusammen.



93 %

## der Waren

stammen von Lieferanten mit einem gültigen und mindestens zufriedenstellenden Sozialaudit.



98 %

## der aktiven Lieferanten

werden in sozialer Verantwortung und Chemikalienmanagement geschult.



## PARTNER – auf einen Blick

Neben der Fertigung an den eigenen HUGO BOSS Produktionsstandorten bezieht das Unternehmen Fertigwaren sowie Stoffe und Zutaten von zahlreichen Lieferanten weltweit. HUGO BOSS übernimmt als deren Auftraggeber eine Mitverantwortung für das Wohl ihrer Beschäftigten und den Schutz der Umwelt in den Produktionsländern. Grundlage der Zusammenarbeit bilden die Achtung der Menschenrechte und die Einhaltung geltender Arbeitsstandards sowie Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit in der Lieferkette. Das Unternehmen steuert seine eigenen Prozesse nach international anerkannten Umwelt- und Sozialstandards und erwartet von seinen Lieferanten, diese an ihren Fertigungsstätten ebenfalls einzuhalten. HUGO BOSS überprüft die Einhaltung dieser Standards in den Produktionsstätten und befähigt seine Lieferanten mit Dokumentationsmaterialien und Trainings, die Vorgaben einzuhalten. Zugleich beteiligt sich das Unternehmen an der Weiterentwicklung von Standards und übernimmt eine aktive Rolle in externen Kooperationen zur Gestaltung nachhaltiger textiler Lieferketten. Mit diesen Engagements trägt HUGO BOSS auch zu den Sustainable Development Goals 6, 8, 12, 13 und 17 bei.

## Managementansatz

Die sozialen und ökologischen Herausforderungen in der textilen Lieferkette sind nach wie vor erheblich. Für HUGO BOSS als international produzierendes und wirtschaftendes Unternehmen ist die nachhaltige Gestaltung von **Beschaffungs- und Produktionsprozessen** daher von zentraler Bedeutung. 17% seiner Produkte, gemessen am gesamten Beschaffungsvolumen, stellt das Unternehmen an eigenen Produktionsstandorten her. Mit ihnen deckt der Konzern einen großen Teil seines Produktangebots in der klassischen Konfektion im Herren- und Damensegment ab. So hält HUGO BOSS wichtiges Know-how zur Weiterentwicklung von Produktionstechnologien und Qualitätsstandards im eigenen Unternehmen und gibt dieses an produzierende Partner weiter. Daneben entfällt mit den verbleibenden 83% der Großteil des Beschaffungsvolumens auf Produkte, die von unabhängigen Lieferanten in Lohnfertigung hergestellt oder als Handelsware bezogen werden. Die Produktionsstätten der Eigenfertigung, die Partner im Bereich der Lohnfertigung und die Produzenten von Handelsware fasst HUGO BOSS unter dem Begriff **Fertigwarenlieferanten** zusammen. → **Geschäftsbericht 2019, Beschaffung und Produktion**

Darüber hinaus steht das Unternehmen in direkter vertraglicher Beziehung zu einer zweiten Gruppe von Lieferanten, den **Stoff- und Zutatenlieferanten**. Von ihnen bezieht es Oberstoffe sowie Knöpfe, Garne und andere Materialien für die Eigen- und Lohnfertigung.

Die Verantwortung für das Lieferantenmanagement bei HUGO BOSS teilen sich strategische und operative Abteilungen. Das Vendor Sustainability Team im Bereich Global Sustainability erstellt die zentralen Vorgaben und definiert die Standardprozesse. Die operativen Einheiten aus den Bereichen Kreativmanagement und Beschaffung sind für die Einhaltung der zentralen Vorgaben verantwortlich. Sie gestalten die **Lieferantenmanagementprozesse** den geschäftlichen Anforderungen entsprechend und stimmen sich dabei mit dem Vendor Sustainability Team ab. Die Ergebnisse der Arbeit werden regelmäßig an den Vorstand berichtet.

HUGO BOSS bekennt sich ausdrücklich zu seiner **sozialen Verantwortung** und insbesondere zur **Achtung der Menschenrechte**. Das Unternehmen folgt dem Grundsatz, diese Verantwortung gemeinsam mit seinen Partnern zu übernehmen. Das Unternehmen erwartet daher von allen Lieferanten die Achtung der international anerkannten Menschenrechte in Bezug auf sämtliche Geschäftsaktivitäten in ihrem eigenen Einflussbereich. Verstöße werden von HUGO BOSS nicht toleriert. → **We** → **Geschäftsbericht 2019, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Achtung der Menschenrechte**

Ein wichtiges Rahmenwerk für eine verantwortungsvolle Gestaltung der Geschäftsaktivitäten des Unternehmens bilden die **„HUGO BOSS Sozialstandards“**. Sie dienen der Einhaltung und Verbesserung der Sozialbelange im eigenen Unternehmen ebenso wie in der Lieferkette. Ihre Vorgaben basieren auf international anerkannten Standards, wie den Kernkonventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (International Labour Organization, ILO), und sind für alle Mitarbeiter von HUGO BOSS sowie für sämtliche Beschäftigten der Lieferanten verbindlich. Die „Sozialstandards“ geben unter anderem vor, dass auch die Lieferanten des Unternehmens den gesetzlichen Mindestlohn nicht unterschreiten dürfen. Sie enthalten Regeln für den Schutz der Umwelt und erklären, dass bei HUGO BOSS keinerlei Form von Korruption geduldet wird, und nennen Maßnahmen zur Korruptionsabwehr. In Ländern, in denen die nationale Gesetzgebung selbst unzureichend ist, definieren die „HUGO BOSS Sozialstandards“ die Minimalanforderungen für die Lieferanten des Unternehmens.

2019 hat HUGO BOSS begonnen, seine „Sozialstandards“ zu überarbeiten und noch eindeutigeren Vorgaben für die genannten Themen zu geben. Im Frühjahr 2020 sollen die überarbeiteten Standards auf Deutsch und Englisch veröffentlicht und dann unter der Bezeichnung **„HUGO BOSS Verhaltenskodex für Lieferanten“** geführt werden. Übersetzungen in weitere Sprachen werden im Laufe des Jahres 2020 folgen. → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

Parallel zur Überarbeitung der „Sozialstandards“ hat HUGO BOSS sich ein anspruchsvolles Ziel für die Lieferantentwicklung gesetzt. So will das Unternehmen ab 2025 nur noch Waren von Lieferanten mit direkter Geschäftsbeziehung beziehen, die in der Definition von HUGO BOSS über eine gute Nachhaltigkeitsleistung bezüglich sozialer Themen und in Umweltbelangen verfügen. Die im Nachfolgenden beschriebenen Zielsetzungen und Maßnahmen sind darauf ausgerichtet, auf dieses übergeordnete Ziel einzuzahlen. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Für ein **stringentes Lieferkettenmanagement** kommt der Auswahl der Partner eine hohe Bedeutung zu. Der Lieferantenauswahlprozess erfolgt bei HUGO BOSS deshalb in drei Schritten: In einem ersten Schritt ist jeder potenzielle Lieferant verpflichtet, einen Fragenkatalog zu beantworten, der unter anderem soziale, ökologische und Compliance-Themen umfasst. Die Angaben werden sorgfältig geprüft, bevor mit der zweiten Stufe die Vertragsgestaltung beginnt. Parallel dazu ist der erfolgreiche Abschluss eines HUGO BOSS Onlinetrainings zum Thema soziale Verantwortung und Umwelt – inklusive Chemikalienmanagement – notwendig. Fester und zwingender Bestandteil der vertraglichen Vereinbarung ist eine formelle Anerkennung der „HUGO BOSS Sozialstandards“. Die dritte Phase dient der **Verifizierung der Social Compliance**. Bei den Fertigwarenlieferanten finden hierzu Audits vor Aufnahme der Geschäftsbeziehungen, sogenannte Pre-Sourcing-Audits, statt, während Stoff- und Zutatenlieferanten eine entsprechende Selbstauskunft erteilen müssen. Im Berichtsjahr wurden alle potenziellen Fertigwarenlieferanten entsprechend überprüft.

Um kontinuierlich ökonomische, ökologische und soziale Verbesserungen zu erzielen, legt HUGO BOSS Wert auf **langfristige Lieferantenbeziehungen**. Das Unternehmen investiert in das Wissen seiner Partner, unterstützt sie bei der Steigerung von Qualität und Effizienz, bei technologischen Innovationen sowie in einer nachhaltigen Unternehmensführung. Darüber hinaus überprüft es nicht nur bei neuen, sondern auch bei seinen bestehenden Lieferanten die Einhaltung von Sozial- und Umweltauflagen und hilft ihnen, ihre entsprechenden Managementsysteme weiterzuentwickeln. Hierzu setzt das Unternehmen ein eigenes **HUGO BOSS Social Compliance Programm** und ein eigenes Umweltprogramm, das auf dem Global Social Compliance Programme (GSCP) basiert, ein.

Das im Jahr 2011 für alle Fertigwarenlieferanten eingeführte HUGO BOSS Social Compliance Programm ist seit 2018 vollständig von der Fair Labor Association (FLA) akkreditiert. In diesem Rahmen führt die FLA neben den von HUGO BOSS organisierten Überprüfungen **unabhängige Audits bei Lieferanten** durch, um die Einhaltung der organisationseigenen Standards zu überprüfen. Die Ergebnisse der FLA-Audits werden sorgfältig ausgewertet und ergänzend zu den eigenen Audits ebenfalls zur internen Steuerung eingesetzt. Bei uneindeutigem Befund veranlasst HUGO BOSS eigene Audits bei den betreffenden Betrieben, um den Sachstand zu klären.

Zunehmend spielt auch der **Klimaschutz** eine wichtige Rolle in den Beschaffungsaktivitäten von HUGO BOSS. Der Anbau und die Produktion textiler Fasern sowie energieintensive Verarbeitungsprozesse wie Waschen, Gerben oder Färben sind mit erheblichem Energieeinsatz und damit mit CO<sub>2</sub>-Emissionen verbunden. Tatsächlich machen diese den Hauptteil der Treibhausgasemissionen in der Wertschöpfungskette von HUGO BOSS aus. Mit seiner Unterstützung der Fashion Industry Charter for Climate Action der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen (United Nations Framework Convention on Climate Change, UNFCCC) berücksichtigt HUGO BOSS im Rahmen seiner neuen, auf **wissenschaftlich fundierten Zielvorgaben** (gemäß Methoden der Science-Based-Targets, SBT) basierenden Klimastrategie auch die CO<sub>2</sub>-Emissionen seiner Lieferkette und setzt bei ihrer Reduktion auf die Mitwirkung seiner Lieferanten. Konkret hat sich HUGO BOSS vorgenommen, die Scope-3-Emissionen, zu denen auch die in den Herstellungsprozessen entstehenden Emissionen gehören, bis 2030 gegenüber 2018 um 30% zu senken. → **We**

Neben dem Klimaschutz und sozialen sowie ökologischen Themen stellt die für die Gestaltung nachhaltiger Lieferketten notwendige Schaffung von Transparenz ebenfalls eine große Herausforderung dar. Eine wesentliche Rolle bei der Lösung dieser Herausforderungen spielen **Kooperationen mit anderen Unternehmen und Organisationen**. Durch den Austausch von Informationen, Erfahrungen und Erkenntnissen ermöglichen sie, Branchenstandards weiterzuentwickeln und auszubauen sowie die Chancen von Digitalisierung und Vernetzung für mehr Transparenz zu nutzen. Beispiele für Organisationen, mit denen HUGO BOSS in diesem Bereich kooperiert, sind die FLA oder das Deutsche Bündnis für nachhaltige Textilien (Textilbündnis). → **We, Tabelle Kooperationen**

In der **zunehmenden Digitalisierung** sieht HUGO BOSS eine große Chance, mehr Transparenz in den Lieferketten zu erreichen. Deshalb arbeitet das Unternehmen mit Organisationen wie der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung und dem Textilbündnis sowie mit seinen Partnern in der Lieferkette an Einsatzmöglichkeiten der Blockchain-Technologie. Mit ihr können beispielsweise Zertifikate oder Auditergebnisse für alle am Projekt teilnehmenden Partner über die gesamte Wertschöpfungskette sicher und vor Missbrauch geschützt zur Verfügung gestellt werden. Ein weiterer Ansatzpunkt ist die Zusammenarbeit mit dem **Open Apparel Registry (OAR)**, einer gemeinnützig betriebenen weltweiten Datenbank mit Lieferantendaten der Textil- und Bekleidungsbranche. Im Rahmen eines Pilotprojekts hat HUGO BOSS 2019 als eines der ersten Unternehmen eigene Lieferantendaten auf der OAR-Plattform veröffentlicht. Sie können nun, zusammen mit den Daten anderer Unternehmen, öffentlich und kostenfrei eingesehen und je nach Informationsbedürfnis gefiltert werden. Für 2020 plant HUGO BOSS, seine Zusammenarbeit mit dem OAR weiter auszubauen.

Wie kooperative Anstrengungen eine **nachhaltige Baumwoll-Wertschöpfungskette** fördern, zeigt unter anderem das The Egyptian Cotton Project. Das Projekt für ägyptische Kleinbauern wurde von der Organisation der Vereinten Nationen für industrielle Entwicklung 2018 gestartet und von HUGO BOSS von Anfang an mit aufgebaut. Als weiteren Partner hat das Unternehmen die Better Cotton Initiative für das Projekt gewonnen. Sie unterstützt die teilnehmenden Baumwoll-Kleinbauern beim Wassermanagement sowie bei Pflanzenschutz und Düngung nach Biostandards. Die Zahl der am Projekt mitwirkenden Kleinbauern ist bis Ende 2019 von 400 auf rund 5.000 gestiegen.

Ein Factsheet mit allen wichtigen **Informationen zum Lieferkettenmanagement** findet sich auf der Unternehmenswebsite. Hier sind zudem weitere Details zum Social Compliance Programm öffentlich einsehbar. → **group.hugoboss.com**

Über die gesetzten Ziele, den Grad ihrer Realisierung und die implementierten Maßnahmen im Bereich Partner wird im Nachhaltigkeitsprogramm berichtet. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

## **Due-Diligence-Prozess**

HUGO BOSS ist sich bewusst, dass seine internationalen Beschaffungsaktivitäten mit Risiken verbunden sind. Diese betreffen zum einen das Unternehmen und seinen Geschäftserfolg selbst. Zum anderen birgt die Unternehmenstätigkeit Risiken für die Umwelt und die Gesellschaft in den Ländern, in denen HUGO BOSS aktiv ist. Im Hinblick auf beide Risikokategorien hat sich das Unternehmen besondere **Sorgfaltspflichten** auferlegt. Um ihnen nachzukommen, führt es in seinem Risikomanagement einen klar definierten Due-Diligence-Prozess durch. Die mit Beschaffungsprozessen verbundenen Risiken werden dabei aus Unternehmensperspektive analysiert und klassifiziert. Je nach Risikotyp werden spezifische Maßnahmen zu deren Abwehr und zur Abmilderung möglicher Auswirkungen festgelegt. → **We**

In diesem Rahmen erstellt HUGO BOSS spezielle **Länder-Scorecards für sein Lieferantenmanagement**, um die Sozial- und Umweltrisiken in der Lieferkette grundsätzlich besser beurteilen und handhaben zu können. In diese **Risikoanalysen** fließen neben den Sozial- und Umweltrisiken auch finanzielle und landespolitische Risiken ein. Besonderes Augenmerk legt das Unternehmen bei seiner Risikoanalyse auf das Thema Menschenrechte. Der Nationale Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte der Deutschen Bundesregierung dient hierbei als Orientierung. Eine Überprüfung der **menschenrechtsrelevanten Risiken** auf Basis der eigenen Auditdaten aus dem HUGO BOSS Social Compliance Programm ergab, dass Asien im Vergleich zu anderen Regionen schwächere Ergebnisse erzielt. Insbesondere in den Bereichen Social-Compliance-Management, Behandlung der Arbeiter und Arbeitszeiten wurde Handlungsbedarf identifiziert. Aufgrund dieser Erkenntnisse bietet das Unternehmen weiterhin gezielte Trainingsmaßnahmen an. Im Jahr 2020 werden zusätzliche Maßnahmen, die sich aus der Risikoüberprüfung für potenzielle Lieferanten ergeben, entwickelt.

Ausgehend von der Risikoanalyse ergreift HUGO BOSS in vielen Bereichen Maßnahmen, um die Menschenrechte zu stärken. So unterstützt das Unternehmen unter anderem mit den Initiativen Tamil Nadu und Existenzsichernde Löhne des Textilbündnisses die Stärkung der Menschenrechte und die Förderung einer fairen Vergütung in bestimmten Beschaffungsländern.

Mit seinem Social Compliance Programm überprüft das Unternehmen zudem die **Einhaltung der im Bereich Menschenrechte definierten Standards**. Um Verstöße gegen die Social Compliance aufzudecken, erhalten auch die Beschäftigten auf Lieferantenseite die Möglichkeit, einen Beschwerde-mechanismus in Anspruch zu nehmen. Alle Beschwerden werden im Rahmen eines strukturierten und klar definierten Maßnahmenplans bearbeitet. Erweisen sich diese als berechtigt, werden die Lieferanten aufgefordert, die Missstände zu beheben. Je nach Schweregrad der Verstöße werden zudem häufigere Audits und eine stärkere Nachverfolgung von Abhilfemaßnahmen angeordnet oder gezielte Schulungsmaßnahmen bei den Lieferanten umgesetzt. Im Jahr 2019 sind über die bereitstehenden Beschwerdekanaäle insgesamt sechs Meldungen aus externen Produktionsbetrieben eingegangen. → **We**

## Social Compliance bei Fertigwarenlieferanten

Im Jahr 2019 stand HUGO BOSS in einem aktiven Geschäftsverhältnis mit 198 externen Fertigwarenproduktionsstätten (2018: 210) in insgesamt 25 Ländern und bezog Fertigwaren von den drei eigenen Produktionsstandorten in Deutschland, Italien und der Türkei. Alle Fertigwarenlieferanten haben die „**HUGO BOSS Sozialstandards**“ formell anerkannt und deren Umsetzung in ihren Produktionsstätten bestätigt. ✓

Regelmäßig lässt HUGO BOSS im Rahmen seines Social Compliance Programm von Mitarbeitern oder von externen Auditoren prüfen, inwieweit die bestehenden Fertigwarenlieferanten des Unternehmens die „HUGO BOSS Sozialstandards“ einhalten. Bestandteil dieser Audits sind unter anderem arbeitsrechtlich relevante Fragen und Themen wie **Kinderarbeit, Arbeitssicherheit oder Überschreitung von Höchst-arbeitszeiten**. Im Nachgang erhalten alle auditierten Lieferanten einen detaillierten Bericht. Für den Fall, dass Verstöße gegen die „Sozialstandards“ festgestellt werden, erarbeitet das Unternehmen gemeinsam mit dem jeweiligen Lieferanten **Maßnahmenpläne** (Corrective Action Plans), deren Umsetzung von einem Monitoringprozess begleitet und in Folgeaudits überprüft wird. Im Rahmen des Auditzyklus konnten 2019 bei knapp einem Viertel der Lieferanten mit aktiver Geschäftsbeziehung deutliche Verbesserungen im Sozialaudit erreicht werden. Kann bei Verstößen im Verlauf der Maßnahmenumsetzung keine ausreichende Verbesserung vorgewiesen werden oder verweigert der Lieferant die Zusammenarbeit hinsichtlich der beanstandeten Themen, beendet HUGO BOSS nach mehrmaliger Überprüfung in letzter Konsequenz die Lieferantenbeziehung. Relevante Mitarbeitergruppen, beispielsweise aus den operativen Beschaffungseinheiten, werden regelmäßig zu den Inhalten der Sozialaudits geschult. Damit werden sie für die Anforderungen sensibilisiert, die an die Lieferanten gestellt werden und können diese beispielsweise bei der Umsetzung von Corrective Actions beraten und begleiten.

Ein gutes Auditergebnis im Bereich Social Compliance hat zur Folge, dass der entsprechende Betrieb erst nach 24 Monaten wieder auditiert wird. Die Auditergebnisse fließen zudem in die **Lieferantenbewertung im Bereich Umwelt, Soziales und Governance** (Environment, Social, Governance, ESG) ein. Diese ist neben weiteren Kriterien eine wesentliche Grundlage für die Entscheidung, ob ein Lieferant für HUGO BOSS strategischer Partner wird oder nicht. Mit strategischen Partnern werden bevorzugt Pilotprojekte gestartet und Workshops zu bestimmten Fokusthemen abgehalten. Meist werden sie auch stärker in die Entwicklungsarbeit von HUGO BOSS involviert.

Insgesamt wurden im Berichtsjahr 93 Produktionsstätten (2018: 123) auditiert, mit denen HUGO BOSS in diesem Zeitraum im Bereich Fertigware zusammengearbeitet hat (inklusive der eigenen Produktionsstandorte). Die Zahl der entsprechenden Audits belief sich auf 119 ✓ (2018: 153). Die gegenüber 2018 geringere Zahl an Audits ist durch unterschiedliche Faktoren bedingt: Aufgrund besserer Auditresultate bei einer großen Zahl von Lieferanten hat sich der Zeitabstand zwischen den Audits vergrößert. Außerdem hat HUGO BOSS 2019 mit weniger Lieferanten eine neue Geschäftsbeziehung aufgenommen, sodass die Zahl der Erstaudits 2019 im Vergleich zu 2018 geringer ausfiel. Der Anteil der durch ein **gültiges Sozialaudit** abgedeckten aktiven Produktionsstandorte lag 2019 bei 93% ✓ (2018: 97%). Gültig ist ein Audit, wenn gemäß der ergebnisabhängigen Auditfrequenz in den vorangegangenen 24 Monaten ein (Folge-)Audit durchgeführt wurde.

Im Rahmen der Überarbeitung seines Zielkatalogs, hat HUGO BOSS den Anspruch formuliert, bis zum Jahr 2022 95% seiner Waren von Fertigwarenlieferanten (inklusive der eigenen Produktionsstandorte) zu beziehen, die im jeweils letzten Audit eine der beiden höchsten Leistungsstufen, **„gut“ oder „zufriedenstellend“**, erreichten. 2019 belief sich dieser Anteil auf 93% ✓ (2018: 91%). Das davor gültige Ziel wurde bereits im Jahr 2018 erreicht. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Die nachfolgende Übersicht zeigt das **aktuelle Leistungsniveau der Fertigwarenlieferanten** in Bezug auf Social Compliance. Sie bezieht sich auf alle gültigen Audits. Diese wurden teilweise auch vor dem 1. Januar 2019 umgesetzt. Der Anteil der Lieferanten mit der Leistung „gut“ oder „zufriedenstellend“ konnte im Vergleich zum Jahr 2018 von 85% auf 87% gesteigert werden ✓.

**04|01 Status Social-Compliance-Performance<sup>1</sup> (in %) ✓**

	Anteil
Gut	56
Zufriedenstellend	31
Verbesserungen notwendig	10
Risikant	3
Ungenügend	1

<sup>1</sup> Die Tabelle bezieht sich auf gültige Audits aller Produktionsstätten von aktiven Fertigwarenlieferanten (inklusive eigene Produktionsstandorte).

**Gut** = Der Lieferant etabliert notwendige Aktivitäten für sichere und faire Arbeitsbedingungen in seinem Management und nimmt seine eigene soziale Verantwortung sehr gut wahr.

**Zufriedenstellend** = Der Lieferant erkennt die Notwendigkeit von Aktivitäten für sichere und faire Arbeitsbedingungen und etabliert Prozesse und Aktivitäten für ihre Umsetzung.

**Verbesserungen notwendig** = Der Lieferant hat Kenntnis von der Notwendigkeit von sicheren Arbeitsbedingungen, jedoch fehlt die konsequente Umsetzung der relevanten Aktivitäten in der täglichen Praxis und bei den Mitarbeitern.

**Risikant** = Der Lieferant kennt die Anforderungen in Bezug auf Social Compliance. Jedoch misst das Management der Umsetzung keine Bedeutung bei und lässt zu, dass Missstände entstehen.

**Ungenügend** = Das Management ist sich des Themas Social Compliance nicht bewusst beziehungsweise ist nicht gewillt, sich damit zu befassen und erkennbare Schwächen im Management zu beheben. Es besteht eine unmittelbare Bedrohung für Mitarbeiter.

Für bestimmte Themenfelder wie Kinder- und Zwangsarbeit hat HUGO BOSS einen Kriterienkatalog definiert, der einer **Null-Toleranz-Politik** unterliegt. Fälle zu Kinder- und Zwangsarbeit wurden im Berichtsjahr keine bekannt. Die im Rahmen der Sozialaudits im Berichtsjahr aufgedeckten Verstöße gegen die „HUGO BOSS Sozialstandards“ betrafen vor allem die Themenfelder Social-Compliance-Management, Arbeitszeit und Vergütung. Für alle Verstöße werden **Maßnahmenpläne** definiert.

Bei der Umsetzung der Maßnahmenpläne werden die Lieferanten vom **HUGO BOSS Social Compliance Team** begleitet. So konnten beispielsweise im Falle eines Lieferanten durch intensive und speziell zugeschnittene Trainings im Laufe des Berichtsjahres signifikante Verbesserungen der Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiter erzielt werden. Unter anderem wurde in diesem Zusammenhang ein Ansatz zur Senkung der Überstunden erarbeitet und umgesetzt. In einem anderen Fall trug eine detaillierte Ursachenanalyse durch das HUGO BOSS Team dazu bei, die Kenntnisse des Managements in Social Compliance zu vertiefen und die Unternehmensführung für deren Bedeutung zu sensibilisieren. Im Verlaufe mehrerer Besuche vor Ort erreichte das Team so eine deutliche Verbesserung der Gesamtleistung des Lieferanten. Betrachtet wurden hierzu unter anderem die Entwicklungen bei den Themen „Vergütung“, „Arbeitszeiten“ oder „Arbeitssicherheit“.

**04|02 Verstöße gegen die HUGO BOSS Sozialstandards<sup>1</sup> (Anzahl) ☑**

	Risikant	Ungenügend	Gesamt
Social-Compliance-Management	7	1	8
Arbeitszeiten	1	4	5
Vergütung und Zusatzleistungen	0	4	4
Diskriminierung	2	0	2
Gesundheit und Sicherheit	1	0	1
Behandlung der Arbeiter	1	0	1
Freiheit zu Tarifverhandlungen und Versammlungsfreiheit	0	0	0
Kinderarbeit und junge Arbeiter	0	0	0
Kontrolle von Zulieferern	0	0	0
Zwangsarbeit	0	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>21</b>

<sup>1</sup> Die genannten Verstöße beziehen sich auf 119 im Jahr 2019 durchgeführte Audits bei Produktionsstätten von Fertigwarenlieferanten (inklusive eigene Produktionsstandorte).

HUGO BOSS will Verstößen gegen seine „Sozialstandards“ dauerhaft vorbeugen und unterstützt seine Lieferanten deshalb bei der **Weiterentwicklung ihres Social-Compliance-Managements**. Hierzu führt das Unternehmen seit 2017 Social-Compliance-Präsenztrainings bei seinen Fertigwarenlieferanten durch. Die Trainings richten sich an das Management und die Corporate Social Responsibility Verantwortlichen der Lieferanten und unterstützen diese im Hinblick auf die Implementierung und spätere Prüfung von Managementsystemen. Zudem stellt HUGO BOSS ihnen umfangreiche Informationen zu Umweltaspekten und zum Thema „Sozialstandards“ zur Verfügung.

Bis Ende 2019 haben 98% aller aktiven Fertigwarenlieferanten ein solches **Lieferantentraining** absolviert. Die Gruppe der Geschulten repräsentiert knapp 100% des Beschaffungsvolumens von HUGO BOSS. Im Jahr 2019 hat HUGO BOSS das Trainingskonzept weiterentwickelt: Neben den Präsenztrainings besteht seit 2019 erstmals auch die Möglichkeit, an einem **Onlinetraining** teilzunehmen. Das Onlinetraining wird zukünftig fester Bestandteil des Eingliederungsprozesses neuer Lieferanten sein. Zudem soll es auch bestehenden Lieferanten zu spezifischen Themen angeboten werden.

Weiterhin nutzt das Unternehmen die **HUGO BOSS Supplier Days**, bei denen sich das Unternehmen mit seinen Lieferanten zum Austausch trifft, um die Kompetenzen derselben zu erweitern und unter anderem ein gemeinsames Verständnis für die Aufgaben und Lösungen des Social-Compliance-Managements zu entwickeln.

Aufgrund ihrer Komplexität können Nachhaltigkeitsanforderungen in der textilen Wertschöpfungskette nicht nur von HUGO BOSS allein umgesetzt werden. Es bedarf auch einer Mitwirkung der **Vorstufenlieferanten**, um die nötige Transparenz und durchgängige Compliance herzustellen. HUGO BOSS hat sich das Ziel gesteckt, seine Waren bis 2025 aus einer transparenten und verantwortlichen Lieferkette zu beziehen.

Zu diesem Zweck arbeitet das Unternehmen an der weiteren Einführung eines **Governance-Modells**, das die Fertigwarenlieferanten befähigen soll, zunehmend auch Verantwortung für ihre eigenen Lieferketten zu übernehmen. Bei den Supplier Days hat HUGO BOSS teilnehmenden Lieferanten in den vergangenen Jahren die Inhalte des Governance-Modells vermittelt. Im Berichtsjahr wurden zudem die strategischen Fertigwarenlieferanten zum Stand der Umsetzung des Modells befragt. Gegenstand der Überprüfung waren unter anderem entwickelte Grundsätze, Zertifikate, Kenntnisse der eigenen Lieferkette, interne Trainingsprogramme und regelmäßiges Reporting. Abhängig von den Umfrageergebnissen bereitet HUGO BOSS für das Jahr 2020 Maßnahmen vor, die den Fertigwarenlieferanten Hilfestellung bei der Entwicklung der Kompetenzen zur angemessenen Umsetzung des Governance-Modells geben. Dieser Prozess soll zukünftig auf weitere Fertigwarenlieferanten ausgeweitet werden. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

In seinen „Sozialstandards“ hat HUGO BOSS festgelegt, dass die Bezahlung der Mitarbeiter – auch bei seinen Lieferanten – stets ausreichen muss, um deren Grundbedarf zu decken und ihnen einen frei verfügbaren Einkommensanteil zu gewähren. Zu den **grundlegenden Prinzipien einer fairen Vergütung** zählt das Unternehmen unter anderem die geregelte Zahlung von Löhnen, die leistungsgemäße Vergütung von tatsächlich erbrachter Arbeitszeit, das Recht auf Tarifverhandlungen und die Vermeidung von Vergütungsungleichheit. Um Prinzipien wie diese in den textilen Lieferketten zu etablieren, wirkt das Unternehmen an der Gestaltung branchenweiter Normenkataloge mit. Grundlage der Arbeit bilden international anerkannte Standards wie die des Textilbündnisses oder der FLA. Beispielsweise beteiligt sich HUGO BOSS an der vom Textilbündnis aufgelegten **Initiative Existenzsichernde Löhne** in Zusammenarbeit mit der Initiative Action, Collaboration, Transformation (ACT) des Gewerkschaftsverbands IndustriALL. Hauptansatzpunkt von ACT ist es, Lohnverhandlungen zwischen Arbeitgeber, Arbeitnehmer und Arbeitnehmervertretern auf nationaler Ebene zu etablieren. Parallel zur Arbeit an den Standards setzt sich das Unternehmen auch konkret mit den Vergütungspraktiken seiner Lieferanten auseinander. Zu diesem Zweck erhebt und analysiert HUGO BOSS regelmäßig Lohndaten seiner Fertigwarenlieferanten.

## Social Compliance bei Stoff- und Zutatenlieferanten

Die obigen Ausführungen zum HUGO BOSS Social-Compliance-Programm gelten auch für die direkt beauftragten Stoff- und Zutatenlieferanten des Unternehmens. Deren Eignung als Geschäftspartner wird von HUGO BOSS – im Unterschied zu den Fertigwarenlieferanten – **per Selbstauskunft** beurteilt. Zeigen sich hierbei Indizien für Verstöße gegen die „HUGO BOSS Sozialstandards“ oder hält der Einkauf eine Prüfung für notwendig, wird der betroffene Lieferant vor Ort nach denselben Prinzipien auditiert wie ein Fertigwarenlieferant. Falls nötig, verabredet HUGO BOSS im Anschluss entsprechende Maßnahmen zur Behebung von Missständen und überwacht deren Umsetzung.

Im Jahr 2019 stand HUGO BOSS in einer aktiven direkten Geschäftsbeziehung mit 325 Produktionsstätten von Stoff- und Zutatenlieferanten (2018: 334) in insgesamt 20 Ländern. 314 Lieferanten dieser Gruppe haben bis Ende des Jahres die „Sozialstandards“ formell zur Kenntnis genommen und deren Gültigkeit für ihre Produktionsstätten bestätigt. ✔ Die verbleibenden elf Lieferanten ohne formelle

Anerkennung der „Sozialstandards“ repräsentieren ein Beschaffungsvolumen von zusammen 0,01 %. Im Jahr 2019 wurden 47 Stoff- und Zutatenlieferanten anhand ihrer Selbstauskunft und zwölf anhand eines zusätzlichen Audits beurteilt ✓. Hierbei handelte es sich um potenzielle sowie aktive Lieferanten. HUGO BOSS beginnt schrittweise, die Stoff- und Zutatenlieferanten so wie die Fertigwarenlieferanten regulär auf ihre Social Compliance zu prüfen. Im Zeitraum von 2017 bis 2019 wurden insgesamt 57 Audits bei Stoff- und Zutatenlieferanten durchgeführt.

## Umwelt-Compliance

Die **Einführung und Weiterentwicklung umweltfreundlicher Prozesse** bei seinen Lieferanten ist für HUGO BOSS ebenso wichtig wie der Umweltschutz an den eigenen Produktionsstandorten. → **Umwelt**

In den Rahmenverträgen, die HUGO BOSS mit seinen Lieferanten abschließt, verpflichten diese sich, alle gesetzlichen Umweltauflagen und die „HUGO BOSS Sozialstandards“ einzuhalten. Letztere enthalten neben sozialen auch ökologische Standards. Darüber hinaus gelten für alle Lieferanten des Unternehmens die Grundsätze des Umweltschutzes, die im öffentlich einsehbaren **„HUGO BOSS Umweltleitfaden“** festgehalten sind. 2019 begann HUGO BOSS, seinen „Umweltleitfaden“ – dieser läuft seitdem unter dem neuen Namen **„Umweltpolitik“** – zu überarbeiten, um ihn in Bezug auf den Geltungsbereich Lieferkette weiterzuentwickeln und an die aktuellen Entwicklungen unter anderem in dem Bereich Klimaschutz anzupassen.

Als Ausdruck seines Engagements für den Klimaschutz und im Rahmen seiner Unterstützung der Fashion Industry Charter for Climate Action der UNFCCC hat sich HUGO BOSS zudem ein klares, **konzernweit gültiges CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel** gesteckt und dementsprechende wissenschaftlich fundierte Zielvorgaben (gemäß SBT) auch für die Lieferkette definiert. In einem ersten Schritt sollen sich die direkten Lieferanten des Unternehmens dazu bereit erklären, ihre Emissionen offenzulegen und selbst einen Beitrag zur Erreichung des UNFCCC-Ziels zu leisten. → **We → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)**

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, sein Umweltprogramm verstärkt vor allem bei den Lieferanten zu etablieren, die durch ihre Produktionsprozesse die größten Auswirkungen auf die Umwelt haben. Im Fokus dabei stehen Treibhausgasemissionen, Energieverbrauch und Abwasser.

Zur **Analyse der Umweltrisiken und Steuerung des Umweltschutzes in der Lieferkette** verwendet HUGO BOSS seit 2015 ein eigenes Umweltprogramm, das auf dem GSCP basiert. Das Unternehmen überwacht die Übereinstimmung mit dem GSCP mithilfe regelmäßiger Umweltaudits. In den Audits werden Lieferanten in mindestens sechs der elf Hauptmodule des GSCP-Rahmenwerks bewertet. Dabei werden Verbesserungsmaßnahmen sowohl zum Umweltmanagementsystem als auch zum Energieverbrauch, zu Treibhausgasemissionen, Wasserverbrauch, Abwasser sowie Chemikalien- und Abfallmanagement aufgezeigt und nachverfolgt. 2019 wurde das Auditprotokoll dahingehend überarbeitet, dass ein besonderes Augenmerk auf die **Bewertung des Abwasser- und Chemikalienmanagements** für Lieferanten mit Nassprozessen gelegt wurde. Dadurch soll die Implementierung der Ziele, die sich das Unternehmen im Rahmen seiner Unterstützung der **Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)** gesteckt hat, gefördert werden. Ziel ist es, dass alle Lieferanten mit hohen Umweltauswirkungen bis zum Jahr 2025 nicht nur die gesetzlichen Bestimmungen einhalten, sondern zusätzlich sowohl den Anforderungen des ZDHC-Programms als auch dem UNFCCC-Programm folgen. Im Jahr 2019 lag der Stand der Zielerreichung bei 24 % (2018: 13 %). → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Wie die Sozialaudits werden auch die Umweltaudits genutzt, um im Falle von Defiziten gemeinsam mit dem betreffenden Lieferanten **Aktionspläne zur Behebung der Mängel** festzulegen. Die Auditoren führen Buch über die kritischen Punkte, während HUGO BOSS die Umsetzung der Maßnahmenpläne überwacht. Zur Unterstützung bei der korrekten Umsetzung der Anforderungen bietet HUGO BOSS

den Lieferanten Hilfe in Form von Schulungen sowie entsprechenden digital bereitgestellten Trainingsunterlagen und Dokumentationsvorlagen an. Das Auditergebnis entscheidet über den Zeitabstand bis zum nächsten Folgeaudit und die Gestaltung der weiteren Zusammenarbeit.

Im Jahr 2019 hat HUGO BOSS 27 Produktionsstätten im Rahmen des GSCP auditieren lassen (2018: 26). Von den auditierten Produktionsstätten hatten 13 eigene Nassprozesse – also **Prozesse mit großen Umweltauswirkungen** – im Einsatz. Die positive Entwicklung der Zahlen ist darauf zurückzuführen, dass die Implementierung des Auditprogramms spürbare Erfolge zeigt. Durch konsequente Maßnahmenverfolgung und Schulung der einzelnen Lieferanten ist bei den Produktionsstandorten eine positive Entwicklung zu erkennen.

**04|03 Verstöße gegen die HUGO BOSS GSCP-Umweltstandards<sup>1</sup>** (Anzahl)

	Risikant	Ungenügend	Gesamt
Abfall	4	0	4
Wasserverbrauch	4	0	4
Managementsysteme	1	0	1
Energieverbrauch, Transport und Treibhausgasemissionen	1	0	1
Abwasser	1	0	1
Schadstoffvermeidung	0	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>11</b>

<sup>1</sup> Die Verstöße beziehen sich auf die durchgeführten Audits bei 27 Produktionsstätten im Jahr 2019 (inklusive eigene Produktionsstandorte).

Im Berichtsjahr wurden im Zuge der **Umweltaudits** elf als riskant eingestufte Verstöße festgestellt. Die betroffenen Lieferanten wurden aufgefordert, die notwendigen Verbesserungsmaßnahmen einzuleiten. Ihre Umsetzung wurde von HUGO BOSS kontrolliert. Nachdem beispielsweise die indirekte Abwassereinleitung einer Färberei nicht den Anforderungen entsprochen hatte, zeigte das daraufhin angeordnete Folgeaudit, dass die notwendigen Verbesserungen fristgerecht umgesetzt wurden. Ein weiteres Folgeaudit ergab, dass ein Lieferant die Mängel in seinem Lagerbereich für chemische Substanzen inzwischen behoben hatte.

Die nachfolgende Übersicht fasst die Ergebnisse der Lieferantenaudits des Unternehmens zusammen. Sie enthält alle bis Ende 2019 gültigen Auditergebnisse.

**04|04 Status Umwelt-Compliance-Performance<sup>1</sup>** (in %)

	Anteil
Gut	0
Zufriedenstellend	24
Verbesserungen notwendig	39
Risikant	30
Ungenügend	6

<sup>1</sup> Die Tabelle bezieht sich auf die 33 gültigen Audits (inklusive eigene Produktionsstandorte).

**Gut** = Regelmäßige Überprüfung relevanter Verbräuche und Emissionen, Prozesse und Strukturen zur Verbesserung der eigenen Umweltleistung sind etabliert.

**Zufriedenstellend** = Grundlegende Strukturen und Prozesse sind etabliert, eine entsprechende Dokumentation ist aber nicht vorhanden.

**Verbesserungen notwendig** = Potenzielle Risiken sind insbesondere auf ein fehlendes Bewusstsein und Nichtvorhandensein von relevanten Daten zurückzuführen.

**Risikant** = Erforderliche Lizenzen liegen nicht vor, bestehende Praktiken stellen eine unmittelbare Gefahr dar und können zu signifikanten Umweltauswirkungen und Verstößen gegen gesetzliche Verpflichtungen führen.

**Ungenügend** = Bestehende Praktiken führen zu signifikanten Umweltauswirkungen.

Als Bestandteil seiner Unterstützung der **Fashion Industry Charter for Climate Action** der UNFCCC beabsichtigt HUGO BOSS, zukünftig den Fokus des Umweltprogramms verstärkt auf jene Lieferanten zu legen, die die größten Auswirkungen auf die Umwelt haben, CO<sub>2</sub>-Emissionen eingeschlossen. Die Naturkapitalbewertung des Unternehmens hat gezeigt, dass dies vornehmlich die Lieferanten mit energieintensiven Nassprozessen sind.

## Chemikalienmanagement in der Produktion

In der Stoff- und Zutatenproduktion kommen besonders in den sogenannten **Nassverfahren**, wie Färben, Waschen, Bleichen oder Gerben, Chemikalien zum Einsatz. Gleiches gilt für Fertigwaren, die im konfektionierten Zustand einem Färbe- oder Waschprozess unterzogen werden. Werden hierbei, etwa über Abwassereinleitungen, Chemikalien freigesetzt, kann dies unter anderem die Wasserqualität und -versorgung der Menschen im Umfeld der jeweiligen Produktionsstätte beeinträchtigen. HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesteckt, dass seine Lieferanten mit Nassprozessen bis 2030 für **keine Wasserverschmutzung** mehr sorgen.

In einem **standardisierten Chemikalienmanagement** sieht HUGO BOSS ein wichtiges Instrument, um Gesundheits- und Umweltrisiken in seiner Lieferkette zu minimieren. Das Unternehmen sensibilisiert seine Lieferanten für das Thema und hat das Ziel, den Umgang mit schädlichen chemischen Substanzen in der Wertschöpfungskette offenzulegen und deren Verwendung kontinuierlich zu reduzieren.

→ **Geschäftsbericht 2019, Zusammenfassung nichtfinanzielle Erklärung, Umweltbelange**

Das Unternehmen arbeitet dafür seit dem Jahr 2017 mit anderen Unternehmen der Bekleidungsindustrie, etwa im Rahmen der Initiative ZDHC, zusammen. HUGO BOSS bekannte sich damit zum ZDHC-Programm und zum Einsatz des ZDHC Chemical Management Systems (ZDHC CMS) in seinen Lieferketten. Für eine erfolgreiche Implementierung des ZDHC CMS hat HUGO BOSS im Jahr 2019 ein für Nassverfahren relevantes Modul des GSCP-Audits auf das ZDHC-Programm abgestimmt. Dieses ermöglicht nun eine standardisierte, über die regionalen Richtlinien hinausgehende **Bewertung des Chemikalienmanagements** bei den Lieferanten.

Grundlage des ZDHC-Programms ist die sogenannte **ZDHC Manufacturing Restricted Substances List (ZDHC MRSL)**, die Grenzwerte zu gefährlichen Prozesschemikalien angibt. Seit 2018 setzt HUGO BOSS diese MRSL in seinen Lieferbeziehungen ein. Für 2020 plant das Unternehmen, die MRSL als festen Bestandteil in die Verträge aller Lieferanten mit Nassverfahren aufzunehmen. Zudem hat HUGO BOSS eine Roadmap für die Reduzierung nicht ZDHC-MRSL-konformer Chemikalien erstellt.

→ **Nachhaltigkeitsprogramm**

Die ZDHC hilft Lieferanten, ihre Übereinstimmung mit der MRSL zu belegen. Zusätzlich finden Lieferanten in einer Datenbank der ZDHC Angaben zu alternativen Substanzen, die ökologisch unbedenklicher, ökonomisch vertretbar und in der technischen Anwendung mit den herkömmlichen vergleichbar sind. HUGO BOSS unterstützt zudem seine Lieferanten beim Aufbau ihres eigenen Chemikalienmanagements mithilfe der ZDHC-Lösungen und bietet ihnen entsprechende Schulungen an.

Von seinen strategischen, mit Nassprozessen arbeitenden Lieferanten will HUGO BOSS ab 2020 einen **Abwasserreport** nach den Grundsätzen der ZDHC-Abwasserrichtlinie anfordern. Darin haben sie anhand von Abwassertests zertifizierter Prüflabore nachzuweisen, dass keine restriktiv zu handhabenden Substanzen verwendet wurden. Auch ihre Vorlieferanten müssen hierbei einbezogen werden.

Speziell im Hinblick auf die Sicherheit und Qualität seiner Produkte setzt HUGO BOSS auch eine eigene „Restricted Substances List (RSL)“ ein. Mit ihr macht der Konzern Höchstvorgaben zu den in den Produkten enthaltenen Chemikalien, die alle Lieferanten konsequent einhalten müssen. → **Produkte**



SEITEN 52 – 59

# PRODUKTE



**61 %**

**Baumwolle**  
 aus nachhaltigeren  
 Quellen



**52 %**

**des Leders**  
 von LWG-zertifizierten<sup>1</sup>  
 Lieferanten



**844 t**

**Kartonagen**  
 für den Versand  
 wiederverwendet

<sup>1</sup> oder ähnlichen Standards.



## PRODUKTE – auf einen Blick

Es ist der Anspruch von HUGO BOSS, Kollektionen zu entwickeln, die nicht nur die hohen Kundenansprüche an Design, Qualität, Langlebigkeit und Innovation erfüllen, sondern auch in sozialer, gesundheitlicher und ökologischer Hinsicht unbedenklich sind. Dementsprechend begegnet das Unternehmen im Handlungsfeld Produkte vielfältigen Herausforderungen. Es gilt, möglichst nachhaltige Materialien zu beschaffen und möglichst ressourcenschonend mit ihnen umzugehen. Dies kann unter anderem durch hochwertige Produkte mit einer erhöhten Lebensdauer ermöglicht werden. Um Mensch und Umwelt zu schützen, ist es außerdem notwendig, mit den zur Produktion eingesetzten Chemikalien verantwortungsvoll umzugehen. Nicht zuletzt haben aufgrund der Nutzung von Materialien tierischer Herkunft auch die Themen Tierwohl und Artenschutz große Bedeutung für HUGO BOSS. Gemeinsam mit seinen Stakeholdern sucht das Unternehmen produktbezogene Lösungen für den Umwelt-, Klima- und Tierschutz. Mit diesem umfassenden Ansatz trägt der Konzern zur Umsetzung der Sustainable Development Goals 12, 13 und 17 bei.

## Managementansatz

Die Produkte von HUGO BOSS vereinen Premiumqualität und anspruchsvolles Design mit sozialen, ökologischen und gesundheitlichen Anforderungen. Bei der Kollektionserstellung wird deshalb neben qualitativen Gesichtspunkten auf die **Auswahl möglichst nachhaltiger Materialien** geachtet.

Seit 2016 verwendet HUGO BOSS für die Umweltverträglichkeitsbewertung seiner Produkte basierend auf Lebenszyklusanalysen die **Naturkapitalbewertung (Natural Capital Protocol) der Natural Capital Coalition**. Mit der Methode werden die wesentlichen Umweltauswirkungen wie CO<sub>2</sub>-Ausstoß in monetäre Werte umgerechnet. Dies verbessert die Vergleichbarkeit der Analyseergebnisse. In diesem Rahmen werden auch die Ursachen des Klimawandels betrachtet und Möglichkeiten für klimaschonende Kollektionen aufgezeigt. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Die Analysen legen darüber hinaus die Grundlage für die Entwicklung einer **ganzheitlichen Beschaffungsstrategie nachhaltiger Materialien**. Im Berichtsjahr wurde diese Strategie mit dem „HUGO BOSS Materialeitfaden“ schriftlich fixiert. Auf seiner Basis hat HUGO BOSS im Sinne einer nachhaltigen Materialpolitik nun klare Roadmaps mit zeitlichen Zielvorgaben für die vom Unternehmen meistverwendeten Materialien formuliert. Das Dokument beschreibt die ökologischen und sozialen Aspekte der am häufigsten genutzten Materialien entlang der Lieferkette, erläutert den spezifischen Ansatz von HUGO BOSS und nennt **Kriterien für eine nachhaltige Beschaffung** sowie Produktentwicklung. Diese reichen von zuverlässigen Zertifizierungen bis hin zu anerkannten Partnerschaften mit einem Nachhaltigkeitsfokus. Zukünftig werden alle Produkte, die den Anforderungen des „**HUGO BOSS Materialeitfadens**“ entsprechend mindestens 60% nachhaltigere Rohstoffe enthalten, mit der neu eingeführten RESPONSIBLE-Kennzeichnung ausgestattet.

Für einen nachhaltigeren Umgang mit Baumwolle und Wolle hat sich das Unternehmen zudem zwei Selbstverpflichtungen auferlegt: den „**HUGO BOSS Baumwolleitfaden**“ und den im Jahr 2019 veröffentlichten „**HUGO BOSS Wolleifaden**“. Beide werden als Richtlinien für das Beschaffungsmanagement eingesetzt.

Bei tierischen Materialien erstreckt sich die Verantwortung für deren Nachhaltigkeit auch auf das Thema **Tierschutz**. Seit vielen Jahren kooperiert HUGO BOSS deshalb mit Tierschutzorganisationen. Das Unternehmen steht im intensiven Dialog unter anderem mit der Organisation People for the Ethical Treatment of Animals (PETA). → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Im Hinblick auf das Chemikalienmanagement und die Produktsicherheit stellt HUGO BOSS den **verantwortungsbewussten Einsatz chemischer Substanzen** in den Fokus seiner Produktpolitik. Im Sinne der Sicherheit und Unschädlichkeit von Produkten verlangt HUGO BOSS von seinen Lieferanten, unter anderem seine Liste eingeschränkt nutzbarer Substanzen („HUGO BOSS Restricted Substances List“, RSL) gegenzuzeichnen und deren Vorgaben einzuhalten.

HUGO BOSS verfolgt zudem das Ziel, die Umweltbelastungen auch im Bereich der Produkt-, Verkaufs- und Logistikverpackungen so gering wie möglich zu halten. Dazu erhöht das Unternehmen sukzessive den Anteil von recyceltem Plastik und Papier sowie von Papier und Kartons mit Forest Stewardship Council® (FSC®)<sup>6</sup>-Zertifikat.

Der Bereich Global Sustainability sowie die Marken- und Kreativteams und die Einkaufsabteilung arbeiten eng zusammen, um den Anteil nachhaltiger Materialien und somit nachhaltiger Produkte am gesamten Markenportfolio kontinuierlich zu erhöhen.

---

<sup>6</sup> Die FSC®-Werbenummer von HUGO BOSS lautet FSC® N002527.

Bei der **Umsetzung seiner Beschaffungsstrategie** arbeitet HUGO BOSS eng mit seinen Stakeholdern zusammen. Im Bereich Baumwolle kooperiert HUGO BOSS unter anderem mit der Better Cotton Initiative (BCI) sowie mit Yarn Ethically & Sustainably Sourced, Cotton LEADS™ und COTTONFORLIFE. Das Unternehmen unterstützt außerdem Cotton made in Africa (CmiA), eine Initiative der Aid by Trade Foundation. CmiA vermittelt kleinen Baumwollproduzenten Wissen über Anbaumethoden, die die Erträge und die Qualität der Baumwolle steigern und gleichzeitig ihre Gesundheit schützen sowie die Umwelt schonen. Zudem hat HUGO BOSS in Kooperation mit der Organisation der Vereinten Nationen für industrielle Entwicklung das The Egyptian Cotton Project von Beginn an unterstützt. Mit dem Ziel, seinen Kunden stets **sichere und gesundheitlich unbedenkliche Produkte** zu bieten, beteiligt sich das Unternehmen unter anderem in der Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC). Im Lederbereich engagiert sich HUGO BOSS mit anderen Markenherstellern in der Leather Working Group (LWG), deren Mitglied das Unternehmen seit 2017 ist. Im direkten Dialog mit Gerbereien, Lederproduzenten und der Chemieindustrie werden kontinuierlich Verbesserungen in den Gerbeprozessen angestrebt. → **We, Tabelle Kooperationen → Partner**

Im Jahr 2017 unterzeichnete HUGO BOSS das 2020 Circular Fashion System Commitment der Global Fashion Agenda und integriert seither die **Prinzipien der Kreislaufwirtschaft** in seine Produktdesignprozesse. Außerdem will HUGO BOSS die Lebensdauer seiner Produkte weiter erhöhen, um Ressourcen zu schonen. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

2019 hat HUGO BOSS seine Klimastrategie weiterentwickelt. Diese beinhaltet nun **wissenschaftlich basierte Zielvorgaben** (gemäß Methoden der Science-Based-Targets, SBT). In diesem Zusammenhang hat HUGO BOSS Rohmaterialien als wichtigen Arbeitsschwerpunkt identifiziert, um seine Scope-3-CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele zu erreichen. Dank jahrelangen und tiefgreifenden Analysen von Materialien sowie Produktions- und Beschaffungsprozessen verfügt das Unternehmen über die Schlüsselkompetenzen für ein Design **klimaschonender Bekleidungsprodukte**. Im Jahr 2020 sollen dementsprechend konkrete Konzepte zur CO<sub>2</sub>-Reduktion im Bereich der Produktentwicklung bereitgestellt werden. → **We → Partner**

Darüber hinaus arbeitet HUGO BOSS gemeinsam mit Partnern, Kreativen und Start-ups an außergewöhnlichen Materialien und Verarbeitungstechniken. So entstand im Berichtsjahr die zweite vegane Sneakerkollektion aus Ananasblattfasern in Kooperation mit der Firma Ananas-Anam. In einer weiteren Partnerschaft präsentierte HUGO BOSS 2019 als erste globale Modemarke zudem eine Reihe von **Produkten aus Olivenleder®**. Bei dessen Herstellung werden Tierhäute in einem innovativen Gerbverfahren mit einem Extrakt aus Olivenbaumblättern zu hochwertigem Leder verarbeitet. Die für das Verfahren genutzten Blätter fallen als Nebenprodukt bei der Olivenernte an. Ihre Verwertung ermöglicht Bauern mit Olivenhainen eine zusätzliche Einkommensquelle. Bei diesem pflanzlichen Gerben kommen keinerlei potenziell gefährliche Substanzen zum Einsatz. Dadurch werden mögliche negative Auswirkungen auf Mensch und Umwelt im Vergleich zu herkömmlichen Verfahren verringert. Das produzierte Leder ist gesundheitlich unbedenklich, langlebig und biologisch abbaubar.

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, die Zufriedenheit seiner Kunden zu maximieren und bemisst den Erfolg seiner Produktpolitik unter anderem an den Fortschritten in diesem Bereich. Um in Erfahrung zu bringen, wie zufrieden die Kunden mit seinen Produkten und Services sind, nutzt HUGO BOSS zum einen seine persönlichen Kundenkontakte. Zum anderen ermittelt das Unternehmen die **Kundenzufriedenheit und die Markenstärke** mit bewährten Leistungsindikatoren, wie der Weiterempfehlungsrate (Net Promoter Score, NPS) oder dem Brand Equity Index. Dies hilft HUGO BOSS, veränderte Anforderungen von Kundenseite frühzeitig zu erkennen und diese in die Gestaltung von Produkten und Services zu integrieren. Im Berichtsjahr hat das Unternehmen für die Echtzeiterhebung und Auswertung des NPS das **Customer-Voice-Programm** in den europäischen Einzelhandelsgeschäften und im eigenen Onlinestore implementiert. So konnte 2019 über alle abgedeckten Länder und Kanäle ein NPS in Höhe von knapp 54% erzielt werden. HUGO BOSS hat das Ziel, das Customer-Voice-Programm 2020 auf die übrigen Regionen auszurollen und mit geeigneten Maßnahmen in Zukunft

weiter zu verbessern. Was HUGO BOSS im Hinblick auf die Kundenzufriedenheit im Detail unternimmt, erläutert die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung des Unternehmens. → **Geschäftsbericht 2019, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Sozialbelange**

Darüber hinaus fragen die Produktmanagementteams bei ihren Vertriebspartnern saisonale Marktfeedbacks zur Kollektionsleistung ab. Die Ergebnisse der Befragungen dienen dazu, die Wirksamkeit der Marken- und Produktstrategie in Gänze zu beurteilen.

Für das gesamte Handlungsfeld Produkte hat sich HUGO BOSS messbare, zeitlich definierte Ziele gesetzt, über die im Nachhaltigkeitsprogramm berichtet wird. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

## Verantwortungsvoller Einsatz von Materialien

HUGO BOSS verwendet für seine Produkte ausschließlich Materialien, die den hohen Kundenanforderungen an Design, Tragekomfort, Langlebigkeit und Passform entsprechen. Außer diesen Qualitätsmerkmalen spielen **soziale und ökologische Aspekte bei der Materialbeschaffung** eine wesentliche Rolle.

### 05|01 Eingesetzte Materialien (in t)

	2019	Anteil in %
Baumwolle	7.838	51
Synthetische Fasern	2.531	16
Wolle	2.052	13
Leder	1.393	9
Zellulosefasern	530	3
Gummi	521	3
Polyurethan	265	2
Polyvinylchlorid	144	1
Leinen	95	1
Seide	76	1
Andere	75	0
<b>Gesamt</b>	<b>15.520</b>	<b>100</b>

Integraler Bestandteil der saisonalen Kollektionen im gesamten Markenportfolio sind die **RESPONSIBLE-Styles**. Hierbei handelt es sich um Produkte, bei denen HUGO BOSS in der Produktentwicklung einen besonderen Fokus auf Nachhaltigkeit legt. Dabei konzentrieren sich die Marken- und Kreativteams auf die Auswahl nachhaltiger Rohmaterialien, die dazu beitragen sollen, den ökologischen Fußabdruck der Produkte zu verringern. Die Grundlage hierzu bildet der neu entwickelte und implementierte **„HUGO BOSS Materialeitfaden“**. Um diese Nachhaltigkeitsmerkmale für die Kunden sichtbar zu machen, setzt HUGO BOSS gesonderte Produktetiketten, sogenannte RESPONSIBLE-Handtags ein. Künftig soll auf der zur Kommunikation der RESPONSIBLE-Styles im Onlinestore genutzten Seite ein Material-Guide abgebildet sein. Dieser stellt die vorrangig eingesetzten Materialien vor, gibt Pflegehinweise für die Langlebigkeit der Produkte und informiert über Nachhaltigkeitsaspekte und -zertifizierungen. Die Unterseite soll zusätzlich gemäß dem Konzept **„Today. Tomorrow. Always.“** aufgebaut sein und beschreibt so den zeitlichen Rahmen der produktbezogenen Nachhaltigkeitsaktivitäten. Darüber hinaus informiert das Unternehmen regelmäßig auf seiner Unternehmenswebsite und in seinem Onlinestore über nachhaltigere Produktangebote und Materialien. → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

### Ökologischer Fußabdruck des Produktportfolios

Bei HUGO BOSS macht Baumwolle den mit Abstand größten Teil der verarbeiteten Materialien aus. Es folgen synthetische Fasern, Wolle und Leder. Die vom Unternehmen eingekauften Stoffe stammen, nach Gewichtsanteilen betrachtet, überwiegend aus Europa – viele von ihnen werden von langjährigen Partnern aus Italien geliefert.

Auf Basis der in der **Naturkapitalbewertung** durchgeführten Analysen wurden im Hinblick auf das Produktportfolio von HUGO BOSS Baumwolle und Leder als diejenigen Produkte mit den größten Umweltauswirkungen identifiziert. Um die Umweltbelastungen im Baumwollanbau zu reduzieren, hat sich HUGO BOSS Ziele für die Beschaffung von Baumwolle gesetzt: Bis zum Jahr 2025 sollen 100% der bezogenen Baumwolle gemäß den im unternehmenseigenen **„HUGO BOSS Baumwollleitfaden“** festgelegten Kriterien aus nachhaltigen Quellen stammen. Im Jahr 2019 stammten 61% der von HUGO BOSS verwendeten Baumwolle aus nachhaltigen Quellen, wodurch das ursprüngliche Zwischenziel für 2020 (50%) bereits im Jahr 2019 übertroffen wurde. Wie viel der Baumwolle jeweils aus nachhaltigen Quellen stammt, bestimmt HUGO BOSS anhand von Lieferantendaten. Die Daten bezieht das Unternehmen im Rahmen einer umfassenden **jährlichen Baumwollumfrage** von allen seinen Lieferanten, die Baumwolle verarbeiten oder produzieren. Folgende Informationen werden in diesem Zusammenhang abgefragt: Herkunftsland der Baumwolle, Baumwollsorte (konventionell, BCI, biologisch, recycelt aus Vor- oder Nachverbrauch, CmiA, CottonLEADS™ und weitere) sowie die entsprechenden Liefermengen. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Bei Leder entstehen die größten Umweltauswirkungen im Bereich Wasserverschmutzung durch nicht sachgerechten Einsatz von Chemikalien oder eine ungenügende Abwasserentsorgung beim Gerben. Um seinen ökologischen Fußabdruck zu reduzieren, engagiert sich HUGO BOSS in diesem Bereich mit seiner Materialpolitik in der LWG. Konkret will HUGO BOSS bis 2022 erreichen, dass das eingekaufte Leder zu 60% aus Gerbereien stammt, die nach LWG oder vergleichbaren Standards zertifiziert sind. Bis 2025 soll der Anteil auf 100% steigen. → **We, Tabelle Kooperationen → Nachhaltigkeitsprogramm → Geschäftsbericht 2019, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Umweltbelange**

### Tier- und Artenschutz

HUGO BOSS lehnt Tierversuche ebenso ab wie nicht artgerechte Tierzucht- und Tierhaltungsmethoden. Bei Materialien tierischer Herkunft, wie Leder, Wolle oder Daunen, hält sich das Unternehmen streng an **anerkannte Vorgaben des Tier- und Artenschutzes**, beispielsweise das Washingtoner Artenschutzübereinkommen.

Für die Produktion nachhaltiger Wolle müssen viele Aspekte beachtet werden: Hierzu gehört eine artgerechte Tierhaltung, das schonende Scheren der Tiere sowie ein Verzicht auf das schmerzhaftes Mulesing-Verfahren, bei dem die Haut rund um den Schwanz der Schafe entfernt wird, um einen Fliegenbefall zu vermeiden. Die Anforderungen an die im Unternehmen eingesetzte Wolle sind im **„HUGO BOSS Wollleitfaden“** festgehalten. Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, ab 2025 in den reinen Wollstrickprodukten nur noch mulesing-freie Wolle zu verwenden. In seinen reinen Wollsocken setzt HUGO BOSS bereits seit 2010 vollständig mulesing-freie Wolle ein. → **Nachhaltigkeitsprogramm**  
→ [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

Im Berichtszeitraum hat HUGO BOSS zudem eine Kollektion aus Wolle rückverfolgbarer Herkunft auf den Markt gebracht. Die Wolle erfüllt zertifizierte Standards mit höchsten Anforderungen an den Tierschutz wie den ZQ Merino Standard. → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

Darüber hinaus begann HUGO BOSS 2019 eine Zusammenarbeit mit der Aid by Trade Foundation zur Entwicklung des The Good Cashmere Standard für die **Beschaffung verantwortungsvoll erzeugter Kaschmirfasern**. Der Standard basiert auf dem Konzept der Fünf Freiheiten, das vom Farm Animal Welfare Committee zur Bewertung des Wohlbefindens von Nutztieren entwickelt wurde. Er definiert Anforderungen an das Tierwohl der zur Kaschmirproduktion gezüchteten und gehaltenen Ziegen. Außerdem beinhaltet er soziale und ökologische Kriterien für verantwortungsvoll erzeugte Kaschmirprodukte.

HUGO BOSS verwendet nur ausgewählte Ledersorten und sucht zudem nach Ersatzmaterialien, die die hohen Qualitätsansprüche des Unternehmens erfüllen. In Bezug auf Leder und Pelz hat sich das Unternehmen neben dem konsequenten **Ausschluss von Zuchtpelzen** in den Kollektionen darauf festgelegt, ausschließlich Leder und Fell von Schaf, Ziege, Rind und Büffel zu nutzen, die als Nebenprodukte der Lebensmittelindustrie entstehen. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

### **Circular Design und längere Lebensdauer**

Wiederverwertung und längere Nutzungsdauer spielen eine zunehmend wichtige Rolle, um Stoffkreisläufe zu schließen und Ressourcen zu schonen. Bestimmte Materialien können aufgrund ihrer generellen Eignung für Recyclingprozesse eine andere Qualität als ihre Ausgangsmaterialien aufweisen. Beim Einsatz recycelter Materialien achtet HUGO BOSS darauf, stets die eigenen Qualitätsansprüche zu erfüllen.

HUGO BOSS bekennt sich zum **2020 Circular Fashion System Commitment** und arbeitet an Konzepten für ein Circular Design. Hierbei gewinnt das Thema Langlebigkeit und geschlossene Lebenszyklen für HUGO BOSS konstant an Bedeutung. Generell sind Produkte der Marken BOSS und HUGO für ihre hohe Lebensdauer bekannt. Zudem hat das Unternehmen Mitarbeiter aus den Bereichen Design, Produktentwicklung und Beschaffung in **Circular-Design-Trainings** geschult. Aufgrund aktuell schwieriger Marktbedingungen für recycelte Materialien setzt HUGO BOSS auf eine verbesserte Recyclingfähigkeit seiner Produkte und weniger auf den Einsatz von Sekundärrohstoffen. Somit verbessert das Unternehmen die Voraussetzungen für einen künftigen Markt mit hochwertiger Recyclingware und leistet damit ebenfalls einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

### **Verpackungsmaterialien**

Bei HUGO BOSS kommen an verschiedenen Stufen in der Wertschöpfungskette und aus unterschiedlichen Gründen Verpackungen zum Einsatz. Lediglich ein Teil von ihnen ist für den Endkunden sichtbar. Insbesondere zum Schutz der Ware, aber auch zur Bündelung von Transport- und Bestelleinheiten werden Transportverpackungen, etwa Kartons oder Kleiderschutzhüllen, genutzt. Für ein optimales Handling beim Transport oder der Präsentation im Handel verwendet HUGO BOSS zudem Produktverpackungen, beispielsweise Schuhkartons, Kleiderbügel oder Folienbeutel. Zusätzlich werden Verkaufsverpackungen wie Tragetaschen oder Geschenkverpackungen eingesetzt. Die Ziele, die HUGO BOSS im Bereich der Verpackungsmaterialien verfolgt, finden sich im Nachhaltigkeitsprogramm. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Maßgabe für das Verpackungsdesign bei HUGO BOSS ist der Grundsatz, dass die Produkte unversehrt bleiben und den Erwartungen an eine Premiummarke entsprechen müssen. Gleichzeitig ist das Unternehmen bemüht, Material einzusparen, nachhaltige Rohstoffe einzusetzen oder wiederverwendbare Lösungen zu entwickeln. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, hat das Unternehmen im Berichtsjahr einen „**HUGO BOSS Verpackungsleitfaden**“ entwickelt. Neben den Auswirkungen der verschiedenen Materialien legt dieser „Verpackungsleitfaden“ Ziele fest. Zusätzlich verfügt das Unternehmen über interne „**Verpackungsvorschriften für den Transport**“ von Hänge- beziehungsweise Liegeware. Neben speziellen Liefervorschriften werden auch Nachhaltigkeitsaspekte einbezogen, beispielsweise geben sie vor, aus welchen Materialien die Transportverpackungen vorrangig bestehen sollten.

HUGO BOSS setzt als Materialien für die unterschiedlichen Verpackungen in seiner Lieferkette vorrangig Papier und Kunststoff ein. Eine untergeordnete Rolle spielen Metalle und Naturmaterialien wie Baumwolle.

**05|02 Recyclinganteil der Verpackungen**

Material	Verpackungsart	Gesamtmenge (in t)	Recyclinganteil (in %)
Papier	Transportkartons	4.094	77
	Produkt-/Geschenkkartons	1.148	10
	Tragetaschen	1.107	71
	Sonstige Verpackungen	540	20
	<b>Papier gesamt</b>	<b>6.890</b>	<b>60</b>
Kunststoff	Folienbeutel & Kleiderschutzhüllen	405	15
	Kleiderbügel	281	30
	Anzugtaschen	258	89
	Sonstige Verpackungen	263	1
	<b>Kunststoff gesamt</b>	<b>1.207</b>	<b>31</b>
Metall	Kleiderbügelhaken	67	26
	Sonstige Verpackungen	22	0
	<b>Metall gesamt</b>	<b>89</b>	<b>19</b>
Naturmaterialien (z. B. Baumwolle, Leder)		38	1
<b>Gesamt</b>		<b>8.224</b>	<b>55</b>

Im Berichtsjahr beträgt der Anteil der nicht erneuerbaren Materialien 16%, entsprechend beläuft sich der Anteil erneuerbarer Materialien auf 84%.

Das verwendete Papier stammt größtenteils aus **nachhaltiger Forstwirtschaft**. Die Verkaufsverpackungen werden fast ausschließlich aus FSC®-zertifiziertem Papier oder, beispielsweise bei den Tragetaschen, möglichst aus Recyclingpapier hergestellt. Im Bereich der Produktverpackungen wurden unter anderem Schuhschachteln auf FSC®-zertifiziertes Papier mit überwiegendem Rezyklat-Anteil umgestellt. Insgesamt beträgt der FSC®-zertifizierte Anteil für Transport-, Produkt- und Verkaufsverpackungen 73%. Auf Beschichtungen wird in den Bereichen möglichst verzichtet. Im Bereich der Transportverpackungen wurden im Berichtsjahr knapp 844 t (2018: 811 t) Kartonagen, die der Anlieferung von Fertigwaren dienen, für den Versand aus deutschen Distributionszentren wiederverwendet. Seit 2017 sind zudem alle neu beschafften Kartonagen, die aus den deutschen Distributionszentren versendet werden, **FSC®-zertifiziert** und bestehen im Schnitt zu 85% aus Recyclingmaterial. Auch von seinen Produzenten fordert HUGO BOSS im Rahmen der „Verpackungsvorschriften für den Transport“, Kartonagen aus nachhaltigen Quellen zu beziehen und den Karton bestmöglich auszunutzen, um Ressourcen zu schonen und Transportkosten zu senken. Zusätzlich wurden im Berichtsjahr die im Onlinehandel eingesetzten Kartonagen optimiert. Die Kartonmaße wurden den gängigen Produktgrößen angepasst, wodurch das Verpackungsvolumen, der Materialeinsatz und das Abfallaufkommen reduziert werden konnten.

Für Kunststoffverpackungen nutzt HUGO BOSS vermehrt **Materialien mit Recyclinganteil**. Die als Transportverpackungen für Liegeware eingesetzten Folienbeutel werden sukzessive auf Kunststoffe mit 50 bis 100% Recyclinganteil umgestellt, die im eigenen Hängewarenlager verwendeten Kleiderschutzhüllen bestehen schon seit Längerem zu fast 90% aus Rezyklat. Weiterhin prüft HUGO BOSS, welche Transporte ohne Kleiderschutzhülle erfolgen können. Für Transporte, die mit Kleiderschutzhülle erfolgen müssen, wird daran gearbeitet, die Foliengröße zu reduzieren. Die für den Endkunden zur Wiederverwendung bestimmten Anzugtaschen werden zu 89% aus recyceltem Kunststoff gefertigt.

Darüber hinaus hat sich HUGO BOSS zum Ziel gesetzt, den **Anteil der wiederverwendeten Kartons in der Logistik** weiter zu steigern. Zudem beabsichtigt das Unternehmen, den bereits existierenden Kleiderbügelkreislauf, in dem Kleiderbügel entweder wiederverwendet oder in einem geschlossenen Kreislauf recycelt werden, auszuweiten. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Auch an den eigenen Standorten übernimmt HUGO BOSS Verantwortung für ressourcenschonende Verpackungen. Beispielsweise hat das Unternehmen die im Firmenhauptsitz genutzten To-Go-Essensverpackungen und Trinkhalme auf nachhaltiges Material aus Zuckerrohrabfällen umgestellt.

## Chemikalienmanagement und Produktsicherheit

HUGO BOSS ist sich seiner **Verantwortung für die Gesundheit und Sicherheit der Menschen** bewusst, die im Herstellungsprozess oder als Kunden mit seinen Produkten in Berührung kommen. Der verantwortungsbewusste Einsatz von Chemikalien ist in diesem Zusammenhang von besonders großer Bedeutung. Transparenz spielt dabei eine wichtige Rolle – auch in der Kundenkommunikation. Daher soll der für 2020 geplante **Material-Guide**, neben Pflegehinweisen auch Informationen zu Chemikalien und zur Produktsicherheit enthalten.

Seit vielen Jahren sucht HUGO BOSS branchenweit den **Austausch und die Zusammenarbeit mit Herstellern und Experten**, um gefährliche Chemikalien in der Wertschöpfungskette zu vermeiden. So engagiert sich das Unternehmen in der ZDHC und setzt dessen Management- und Analyseinstrumente in seiner Wertschöpfungskette ein. → **Partner**

Zudem führt das Unternehmen im Hinblick auf die Sicherheit und Qualität seiner Produkte eine eigene RSL. Mit dieser **„HUGO BOSS RSL“** verpflichtet der Konzern seine Lieferanten, Obergrenzen für in den Produkten enthaltene Chemikalien einzuhalten. Die RSL wird ständig weiterentwickelt, auch im Rahmen der Mitgliedschaft in der **Apparel and Footwear International RSL Management (AFIRM) Group** des Unternehmens. Die „HUGO BOSS RSL“ entspricht seit 2018 den Anforderungen der AFIRM RSL.

Mögliche Gesundheitsauswirkungen von Chemikalien in Produkten nimmt HUGO BOSS sehr ernst. Aus diesem Grund hat sich das Unternehmen beispielsweise zum Ziel gesetzt, 2020 den **Ausschluss von per- und polyfluorierten Chemikalien (PFC)** zu intensivieren. PFC finden wegen ihrer besonderen Eigenschaften – sie sind wasser-, fett- und schmutzabweisend sowie chemisch und thermisch stabil – in vielen Verbraucherprodukten Anwendung. Sie wirken allerdings auch krebserregend, verringern die Fortpflanzungsfähigkeit und sind biologisch nicht abbaubar. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Die Einhaltung seiner Vorgaben lässt HUGO BOSS durch akkreditierte Institute mit **umfangreichen Schadstofftests** prüfen. Ziel ist es, den Anteil nicht marktkonformer Produkte zu minimieren und gleichzeitig dafür zu sorgen, dass keine solchen Produkte in die Auslieferung gelangen. Treten bei den Tests Auffälligkeiten auf, greift ein definierter Eskalationsprozess. Dabei werden alle relevanten Fachabteilungen, in schwerwiegenden Fällen auch der Vorstand, einbezogen. So wurden im Jahr 2019 rund 3.950 Materialien überprüft ✓ (2018: rund 3.050 Materialien). Dabei erwiesen sich weniger als 0,5% der getesteten Produkte als nicht marktkonform und gelangten folglich nicht in die Auslieferung ✓ (2018: weniger als 0,5%).

Im Zusammenhang mit der **Kennzeichnung seiner Produkte** erfüllt HUGO BOSS die gesetzlichen Anforderungen. Alle Produkte werden mit Angaben zur Materialzusammensetzung und zum Herkunftsland, mit Pflegehinweisen sowie mit der Produkt- und Lieferantenummer versehen. Im Berichtsjahr kam es zu keinen Strafbescheiden aufgrund fehlerhafter Kennzeichnungen.



8	We
22	Umwelt
31	Mitarbeiter
41	Partner
52	Produkte
<b>60</b>	<b>Gesellschaft</b>
63	Anhang

SEITEN 60 – 62

# GESELLSCHAFT



**1.018**

**Schüler und Studierende,**  
die ein Stipendium seit Beginn der  
HUGO BOSS Education Association in  
Izmir erhalten haben



**~ 1.500**

**Frauen,**  
die das IŞKUR-Programm für den  
beruflichen Wiedereinstieg erfolgreich  
absolviert haben



## GESELLSCHAFT – auf einen Blick

Als Unternehmen für das gesellschaftliche Wohl einzustehen, ist fester Bestandteil der unternehmerischen Verantwortung von HUGO BOSS. Mit seiner Corporate-Citizenship-Strategie setzt HUGO BOSS hierbei auch auf seine Vorbildrolle als ein weltweit führendes Modeunternehmen. Es will die Menschen zum Erfolg inspirieren und ihnen als wichtigste Voraussetzung dafür vor allem einen gleichberechtigten Zugang zu hochwertiger Bildung ermöglichen. Darüber hinaus möchte HUGO BOSS berufliche Perspektiven verbessern, kreative Köpfe unterstützen und kulturelle Vielfalt fördern. Mit seinem Engagement in diesen Themenfeldern leistet das Unternehmen einen Beitrag zu dem Sustainable Development Goal 4.

## Managementansatz

Mit seiner auf den SDGs basierenden **Corporate-Citizenship-Strategie** hat HUGO BOSS im Jahr 2015 für sein gesellschaftliches Engagement einen klaren Rahmen geschaffen und seine Arbeitsschwerpunkte im sozialen Umfeld festgelegt. Die Strategie basiert auf den unternehmerischen Werten **Qualität, Respekt, Innovation, Leidenschaft sowie Kooperation** und zielt auf die Förderung individueller Erfolgspotenziale ab. Konkret möchte HUGO BOSS

- insbesondere junge Menschen dabei unterstützen, ihre individuellen Erfolgspotenziale zu entwickeln, und ihnen den Zugang zu hochwertiger Bildung als Grundlage für den persönlichen Fortschritt und gesellschaftliche Teilhabe ermöglichen,
- berufliche Perspektiven verbessern und Möglichkeiten für lebenslanges Lernen schaffen sowie
- Kreativität und kulturelle Vielfalt fördern.

Die globale Corporate-Citizenship-Strategie wird vom HUGO BOSS Hauptsitz in Metzingen verantwortet und gesteuert. 2020 soll diese verfeinert und noch enger mit der Geschäftstätigkeit des Unternehmens verknüpft werden. Die lokalen Initiativen des gesellschaftlichen Engagements von HUGO BOSS werden von den jeweiligen Tochtergesellschaften eigenständig gestaltet.

HUGO BOSS konzentriert sich mit seiner Corporate-Citizenship-Strategie auf **Projekte und Maßnahmen entlang der eigenen Wertschöpfungskette** zugunsten lokaler Gemeinschaften. Der jeweilige Förderzweck soll in enger Beziehung zu der eigenen Geschäftstätigkeit stehen und die Bedürfnisse der Menschen vor Ort berücksichtigen.

Darüber hinaus setzt HUGO BOSS auf die aktive Einbindung der Mitarbeiter vor Ort. Das Unternehmen fördert gezielt das **Corporate Volunteering** und rechnet den Zeitaufwand für ehrenamtliche Tätigkeiten in den ausgewählten Projekten auch als Arbeitszeit an. In diesem Rahmen fanden 2019 erste gemeinsame Aktivitäten mit der Stiftung Manager ohne Grenzen statt, bei der sich HUGO BOSS Mitarbeiter mit Führungserfahrung in der lokalen Entwicklungsarbeit als Trainer und Berater engagierten.

Auch in Zusammenhang mit aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen übernimmt HUGO BOSS Verantwortung und leistet Hilfe in besonderen Notsituationen. Seit 2018 kooperiert das Unternehmen unter anderem mit der Flüchtlingshilfe der Vereinten Nationen, dem deutschen Partner des Flüchtlingswerks der Vereinten Nationen (United Nations High Commissioner of Refugees, UNHCR), und hilft weltweit Menschen in akuten Notlagen mit Kleiderspenden. Nach den Vorbereitungen im Jahr 2018 konnten in Ecuador Geflüchtete aus Venezuela in diesem Berichtsjahr mit einer Spende mehr als 3.000 Kleidungsstücken unterstützt werden.

Neben entsprechenden Aktionen ist es HUGO BOSS ebenfalls wichtig, **lokale und globale Projekte und Initiativen** auch finanziell zu unterstützen. Die Spenden werden vom Vorstand verantwortet und freigegeben. Im Berichtsjahr belief sich das reine Spendenaufkommen auf 450.347 EUR (2018: 386.283 EUR).

Den Erfolg seines Engagements evaluiert HUGO BOSS seit 2015 mit einer speziellen Methodik zur **Wirkungsmessung von Corporate-Citizenship-Projekten**. Sie beruht auf dem Modell der London Benchmark Group und bewertet das Verhältnis von „Input“, „Output“ und „Impact“ für ausgewählte Projekte. Den Input bilden die zur Verfügung gestellten Ressourcen, beispielsweise Zeit oder Geld. Als Output werden durchgeführte Aktivitäten oder die Anzahl erreichter Menschen veranschlagt. Als Impact wertet das Modell die sich daraus ergebenden kurz- oder langfristigen Änderungen für Menschen, Organisationen oder das Unternehmen selbst. Auf dieser Grundlage beschließt HUGO BOSS jährlich über die Fortführung der Projekte und nimmt gegebenenfalls Anpassungen an dem bestehenden Engagement vor.

Über die definierten Unterziele im Bereich Gesellschaft wird im Nachhaltigkeitsprogramm berichtet; zu weiteren Initiativen und Programmen informiert die Unternehmenswebsite. → **Nachhaltigkeitsprogramm**  
→ [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Schwerpunkte des Engagements

Schul- und Hochschulbildung befähigen Menschen zu einem selbstbestimmten und erfolgreichen Leben. In Zusammenarbeit mit anerkannten Partnerorganisationen setzt sich HUGO BOSS deshalb für einen **verbesserten Zugang zu Bildung** ein. Beispielsweise leistet das Unternehmen mit dem Programm HUGO BOSS Education Association finanzielle Unterstützung bei der Ausbildung junger Menschen in Izmir: Im Jahr 2019 erhielten insgesamt 117 Schüler und Studierende Unterstützung in Form eines Stipendiums. Im Rahmen des Programms steht ihnen außerdem ein freiwilliger Mentor zur Seite, der sie auch bei Fragen im sozialen Umfeld unterstützt. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Ein weiteres Anliegen ist HUGO BOSS auch die **Förderung der beruflichen Weiterbildung**. Hierfür startete das Unternehmen im Berichtsjahr unter anderem eine neue Partnerschaft mit der Kunst- und Designhochschule Central Saint Martins, Teil der Universität der Künste in London. Jungen Talenten wird hierbei durch ein Stipendienprogramm der Weg in die Modewelt von morgen erleichtert. An seinem größten Produktionsstandort in Izmir bietet HUGO BOSS außerdem in Zusammenarbeit mit der örtlichen Arbeitsagentur İŞKUR ein Programm für Frauen zum Wiedereinstieg in das Berufsleben an. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Mit seiner Corporate-Citizenship-Strategie hat sich HUGO BOSS ebenso die **Förderung von Kreativität und zeitgenössischer Kunst** zum Ziel gesetzt. Gezielt schafft das Unternehmen Möglichkeiten für die Begegnung mit der Kunst und die individuelle Kreativitätsentwicklung. Sein internationales Kultursponsoringprogramm unterstützt beispielsweise Ausstellungen, Kunstprojekte und einzelne Künstler. Im Berichtsjahr vergab das Unternehmen zusammen mit dem Rockbund Art Museum in Shanghai zum vierten Mal den **HUGO BOSS ASIA ART Award** an aufstrebende junge Künstler aus dem asiatischen Raum. Seit 2016 ist das Unternehmen Sponsor der HUGO BOSS Kreativwerkstatt in der Staatsgalerie Stuttgart. Gefördert wird damit ein Ort gestalterischen Schaffens und Experimentierens für Kinder und Jugendliche ebenso wie für Erwachsene.

8	We
22	Umwelt
31	Mitarbeiter
41	Partner
52	Produkte
60	Gesellschaft
<b>63</b>	<b>Anhang</b>

SEITEN 63–87

# ANHANG

# NACHHALTIGKEITSPROGRAMM

## **Today. Tomorrow. Always.**

Das Unternehmen versteht Nachhaltigkeit als einen Weg, zu dem es sich bereits vor Langem aufgemacht hat. Den vielen Herausforderungen auf diesem Weg begegnet HUGO BOSS mit **ambitionierten Zielen und effektiven Maßnahmen**, die es in seinem jährlich veröffentlichten Nachhaltigkeitsprogramm zusammenfasst. Im Rahmen seiner Strategiearbeit hat das Unternehmen sein Nachhaltigkeitsprogramm 2019 grundlegend überarbeitet und seine Aktivitäten und Ziele in den einzelnen Handlungsfeldern in dem Konzept „**Today. Tomorrow. Always.**“ zusammengefasst. Das neue Programm zeigt, dass Nachhaltigkeit ein kontinuierlicher Prozess im Unternehmen ist, der sich ständig weiterentwickelt und dabei fest in der Geschäftstätigkeit verankert ist.

**Today.** Erreichte Meilensteine im aktuellen Berichtsjahr sowie durchgeführte Initiativen und Programme, um Nachhaltigkeit im entsprechenden Handlungsfeld zu stärken

**Tomorrow.** Mittel- und langfristige Ziele im jeweiligen Handlungsfeld sowie deren Zeithorizont und Umsetzungsstatus

**Always.** Fortlaufende Anstrengungen und Eigenverpflichtungen in den Handlungsfeld, die die Basis des Nachhaltigkeitsmanagements darstellen



## WE

---

Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil der Geschäftstätigkeit von HUGO BOSS. Ziel der Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens ist es, durch **kontinuierliche Verbesserung und ein vorausschauendes Management** ökologischer, sozialer und ökonomischer Chancen und Risiken den Erfolg des Unternehmens langfristig zu sichern. Bei der Entwicklung und Umsetzung seiner Nachhaltigkeitsstrategie setzt HUGO BOSS auf den **Dialog und die Zusammenarbeit mit seinen Stakeholdern**.

---

---

### Today.

---

Im Jahr 2019

- wurde die Wesentlichkeitsanalyse aktualisiert und neue, ambitionierte Ziele für die Handlungsfelder definiert,
  - rückt das Thema Klimaschutz durch eine neu entwickelte Klimastrategie stärker in den Fokus,
  - hat das Unternehmen einen eigenen Nachhaltigkeits-Channel im Intranet veröffentlicht, über den die Mitarbeiter zu Nachhaltigkeitsthemen informiert werden,
  - hat HUGO BOSS seinen vierten Stakeholder-Dialog mit internen und externen Stakeholdern veranstaltet,
  - wurde HUGO BOSS zum dritten Mal in den Dow Jones Sustainability Index aufgenommen,
  - war HUGO BOSS zum wiederholten Mal Mitglied im FTSE4GOOD.
- 

---

### Tomorrow.

---

Das Handlungsfeld We bildet den übergeordneten strategischen Rahmen für die Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens und für die anderen Handlungsfelder (Umwelt, Mitarbeiter, Partner, Produkte und Gesellschaft). Daher setzt sich HUGO BOSS unter We keine **konkreten Nachhaltigkeitsziele**. Die Ziele des Unternehmens finden sich in auf den kommenden Seiten in den einzelnen Handlungsfeldern.

---

---

### Always.

---

- HUGO BOSS bekennt sich zum **freien und fairen Wettbewerb** und respektiert wettbewerbs- und kartellrechtliche Regelungen und Vorgaben.
  - HUGO BOSS akzeptiert und toleriert keine Form von Korruption (beispielsweise Bestechung, Bestechlichkeit) oder sonstige korrumpierende Verhaltensweisen.
  - HUGO BOSS übernimmt **Verantwortung für eine ethische Unternehmensführung** und hält es für selbstverständlich, dass die Zahlung der Unternehmenssteuer nicht nur anhand geltender Gesetze geschieht, sondern darüber hinaus auch ethisch vertretbar ist.
  - HUGO BOSS geht mit den Risiken und Chancen, die das Thema Nachhaltigkeit mit sich bringt, proaktiv und verantwortungsbewusst um.
  - HUGO BOSS führt einen **aktiven und regelmäßigen Stakeholder-Dialog** und steht dafür ein, dass die Belange der Stakeholder in die Nachhaltigkeitsstrategie mit einfließen.
-



# UMWELT

HUGO BOSS engagiert sich für die **Einführung und Weiterentwicklung umwelt- und klimafreundlicher Prozesse** und ergreift entsprechende Maßnahmen zur Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks seiner firmeneigenen Standorte, Produktionsstätten und Geschäfte sowie der gesamten Logistikkette. Ein **schonender Umgang mit natürlichen Ressourcen** ist in diesem Zusammenhang ebenso wesentlich wie die Vermeidung und das Recycling von Abfällen oder die Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen.

## Today.

Im Jahr 2019

- konnte der absolute Energieverbrauch im Vergleich zu 2018 insbesondere durch die **Umstellung auf LED-Beleuchtung** in einigen Gebäuden weltweit um etwa 5% gesenkt werden,
- wurden die CO<sub>2</sub>-Emissionen um 18% reduziert,
- stammten mehr als die Hälfte des im Konzern verbrauchten Stroms aus **erneuerbaren Energiequellen**,
- haben die **eigenen Photovoltaikanlagen** des Unternehmens zusammen 847 MWh Strom produziert,
- wurden im Rahmen der Klimastrategie der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen (United Nations Framework Convention on Climate Change, UNFCCC) **wissenschaftlich fundierte Ziele** (gemäß Methoden der Science-Based-Targets) zur Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen definiert.

## Tomorrow.

SDG	Zieljahr	Ziel	Status Quo
13	2050	Klimaneutralität in der gesamten Wertschöpfungskette	
	2030	Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Vergleich zum Basisjahr 2018:	
		– Reduzierung der CO <sub>2</sub> -Emissionen (Scope 1 + 2) um mindestens 51 %	Reduktion von 24%
		– Reduzierung der CO <sub>2</sub> -Emissionen (Scope 3) um 30 %	Reduktion der Emissionen in der Inbound-Logistik von 12%
		– Reduzierung des Energieverbrauchs (direkt und indirekt) im Verhältnis zur Fläche (m <sup>2</sup> ) um 20 %	Reduktion von 8%
6	2025	Reduzierung des eigenen Wasserverbrauchs (externe Wasserversorgung) im Verhältnis zum Konzernumsatz um 40% im Vergleich zum Basisjahr 2016	Reduktion von 17%
12	2020	Reduzierung des Abfallaufkommens in der Produktionsstätte in Izmir um 3% im Vergleich zum Basisjahr 2019	Zielupdate folgt 2020

---

## Always.

---

- HUGO BOSS arbeitet stetig daran, die **Umweltauswirkungen der eigenen Unternehmenstätigkeit** so weit wie möglich zu verringern.
  - HUGO BOSS betreibt ein **umfassendes Umweltmanagement** und definiert in seinem „Umweltleitfaden“ die Grundsätze des Umweltschutzes für alle relevanten Unternehmensbereiche.
  - HUGO BOSS stellt sicher, dass der Neubau oder die Renovierung bestehender Betriebsgebäude **Nachhaltigkeitskriterien** einbezieht und strebt bei Neubauten Nachhaltigkeitszertifizierungen an.
  - HUGO BOSS versucht, wo es möglich und wirtschaftlich sinnvoll ist, neue innovative Technologien einzusetzen, um den **Verbrauch von Ressourcen weiter zu verringern**.
  - HUGO BOSS strebt an, den **Abfall in der Produktion kontinuierlich zu verringern** und, wo dies nicht möglich ist, den Abfall adäquat zu recyceln und wiederzuverwenden.
-



## MITARBEITER

HUGO BOSS übernimmt **Verantwortung für das Wohlergehen seiner Mitarbeiter** und fördert eine Unternehmenskultur der gegenseitigen Wertschätzung und des Respekts. Das Unternehmen setzt sich für Chancengleichheit ein, hilft, Privat- und Berufsleben miteinander zu vereinbaren, bietet sehr gute Entwicklungsmöglichkeiten und sorgt für sichere, gesundheitlich unbedenkliche Arbeitsplätze. Ziel von HUGO BOSS ist es, seine Beschäftigten täglich aufs Neue zu inspirieren, durch anspruchsvolle und abwechslungsreiche Aufgaben zu motivieren und an sich zu binden.

### Today.

Im Jahr 2019

- wurden die Stellen im Unternehmen mithilfe eines **Job-Grading-Systems** mit klar definierten Kriterien bewertet und transparent in Stellenprofilen zusammengefasst,
- hat das Unternehmen den **Performance-&Development-Dialog** eingeführt, der eine ganzheitliche Einschätzung von Potenzial und Leistung der Mitarbeiter ermöglicht und dabei auf den offenen Dialog setzt,
- hat HUGO BOSS am Standort Metzingen mit dem **Neubau einer eigenen Kindertagesstätte** begonnen,
- wurden am Standort in Izmir die **Women’s Empowerment Principles** unterzeichnet,
- wurde HUGO BOSS mit den folgenden Preisen ausgezeichnet: erster Platz des Corporate Health Awards in der Kategorie „Konsumgüter“, Brandon Hall Group Gold Award für „Best Benefits, Wellness and Wellbeing Program“ (Izmir), Stevie Award in Bronze für „Achievements in Workplace Health & Wellbeing“ (Izmir).

### Tomorrow.

SDG	Zieljahr	Ziel	Status Quo
8	2025	Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit auf 75% bei der Great Place to Work®-Umfrage	70%
		Reduzierung der arbeitnehmerbedingten Fluktuation (Austritte) auf: < 8% im Corporate-Bereich < 30% im Retail-Bereich	9% im Corporate-Bereich, 34% im Retail-Bereich
		75% der offenen Stellen für die beiden oberen Führungsebenen werden mit internen Kandidaten besetzt. <b>Meilenstein bis 2022:</b> 70%	Erstes Zielupdate folgt 2020
8	2025	Reduzierung der Arbeits- und Betriebsunfälle um 10% am Hauptsitz in Metzingen im Vergleich zum Basisjahr 2019	Erstes Zielupdate folgt 2020
8	2025	Reduzierung des Unfallhäufigkeitsrate (Lost Time Injury Frequency Rate, LTIFR) um 5% im Vergleich zum Basisjahr 2019	Erstes Zielupdate folgt 2020

---

## Always.

---

- HUGO BOSS bekennt sich klar zur **Achtung der Menschenrechte** entlang seiner gesamten Wertschöpfungskette.
  - Das Unternehmen verpflichtet sich zur Einhaltung der „**HUGO BOSS Sozialstandards**“, in denen grundsätzliche Rechte zum Schutz der Arbeiter (beispielsweise menschenwürdige Arbeitsbedingungen) geregelt sind.
  - HUGO BOSS setzt sich dafür ein, die **Lohngleichheit unabhängig von Diversitätsfaktoren** zu verbessern und will auch auf globaler Ebene eine faire und marktkonforme Bezahlung gewährleisten.
  - Für HUGO BOSS ist die **Vielfalt der Mitarbeiter** ein natürlicher Bestandteil der Unternehmenskultur und gelebte Realität. Insbesondere die Frauenquote in den oberen Führungsebenen soll dabei kontinuierlich verbessert werden.
  - HUGO BOSS engagiert sich mit unterschiedlichen Angeboten für die **Stärkung der physischen und psychischen Gesundheit** aller Mitarbeiter entsprechend seiner „Selbstverpflichtung zur Arbeitssicherheit und zum Gesundheitsschutz (Health & Safety Commitment)“.
  - HUGO BOSS legt Wert auf **Chancengleichheit** und fördert diese unter anderem durch den Zugang zu flexiblen Arbeitsmodellen im ganzen Konzern.
  - Das Unternehmen setzt auf die **kontinuierliche Weiterbildung seiner Mitarbeiter** und ermöglicht sowohl in der Zentrale, als auch im Retail-Bereich eine Vielzahl von Trainingsmöglichkeiten.
-



## PARTNER

Neben der Fertigung an den eigenen HUGO BOSS Produktionsstandorten bezieht das Unternehmen Fertigwaren sowie Stoffe und Zutaten von zahlreichen Lieferanten weltweit. HUGO BOSS übernimmt als deren Auftraggeber eine **Mitverantwortung für das Wohl ihrer Beschäftigten** und den Schutz der Umwelt in den Produktionsländern. Grundlage der Zusammenarbeit bilden daher die Achtung der Menschenrechte und die Einhaltung international anerkannter Umwelt- und Sozialstandards, die in regelmäßigen Audits überprüft werden.

### Today.

Im Jahr 2019

- wurden die **„HUGO BOSS Sozialstandards“** („HUGO BOSS Verhaltenskodex für Lieferanten“) umfangreich überarbeitet, um noch klarere Vorgaben – insbesondere auch zu Umweltthemen – zu geben,
- wurden 93 Produktionsstätten in **Sozialaudits** überprüft, die Zahl der entsprechenden Audits belief sich auf 119,
- hat HUGO BOSS als eines der ersten Unternehmen eigene Lieferantendaten auf der Plattform der **Open Apparel Registry** veröffentlicht,
- wurde das eigene **Umweltprogramm** (basierend auf dem Global Social Compliance Programme) mit besonderem Augenmerk auf Abwasser- und Chemikalienmanagement für Lieferanten mit Nassprozessen überarbeitet.

### Tomorrow.

SDG	Zieljahr	Ziel	Status Quo
	2025	Beschaffung aller Waren von Fertigwarenlieferanten (inklusive der eigenen Produktionsstandorte), die in den Sozialaudits ein Ergebnis von „zufriedenstellend“ oder besser erzielen <b>Meilenstein bis 2022: 95%</b>	93%
	2025	Alle Lieferanten von Stoffen und Zutaten mit einer direkten Vertragsbeziehung zu HUGO BOSS sind in das HUGO BOSS Social-Compliance-Programm integriert.	10%
	2025	Alle Lieferanten mit hohen Umweltauswirkungen halten nationale Umweltgesetzgebungen ein und – tragen zur Umsetzung der Standards des Bündnisses Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) bei, – unterstützen die Fashion Industry Charter for Climate Action.	24%
	2020	Alle Lieferanten mit einer direkten Vertragsbeziehung zu HUGO BOSS bekennen sich dazu, die Manufacturing Restricted Substances List (MRSL) der ZDHC in ihren eigenen Produktionsstätten und bei ihren Vorlieferanten zu implementieren.	91%
	2025	Alle Fertigwarenlieferanten verfügen über ein angemessenes Kontrollsystem für ihre Lieferkette. <b>Meilenstein bis 2020:</b> alle strategischen Fertigwarenlieferanten	66% der strategischen Lieferanten
	2030	Alle Lieferanten mit Nassprozessen produzieren in Konformität mit den Vorgaben der ZDHC MRSL. <b>Meilenstein bis 2025:</b> alle strategischen Fertigwarenlieferanten mit Nassprozessen	Erstes Zielupdate folgt 2020

---

## Always.

---

- HUGO BOSS bekennt sich klar zur **Achtung der Menschenrechte** entlang seiner gesamten Wertschöpfungskette.
  - Das Unternehmen verpflichtet seine Lieferanten zur Einhaltung der „**HUGO BOSS Sozialstandards**“, in denen die Einhaltung und Verbesserung der Sozialbelange im eigenen Unternehmen ebenso wie in der Lieferkette geregelt wird.
  - HUGO BOSS übernimmt als Auftraggeber eine Mitverantwortung dafür, dass alle Arbeiter in seiner Lieferkette in einem **sicheren und gesunden Arbeitsumfeld** arbeiten. Das Unternehmen setzt sich stets und selbstverständlich zum Ziel, dass in seiner Lieferkette keine tödlichen Unfälle passieren.
  - HUGO BOSS setzt sich dafür ein, **Vergütungsstandards innerhalb der globalen Lieferkette** zu verbessern.
  - HUGO BOSS arbeitet eng und vertrauensvoll mit seinen Lieferanten zusammen und setzt dabei auf **Dialog und gemeinsame Weiterentwicklung**. So veranstaltet das Unternehmen Trainings für alle Fertigwarenlieferanten zu Fokusthemen im Bereich der nachhaltigen Lieferkette.
  - HUGO BOSS verpflichtet sich entlang der gesamten Lieferkette zur **Einhaltung der MRSL der ZDHC**.
-



# PRODUKTE

Es ist der Anspruch von HUGO BOSS, Kollektionen zu entwickeln, die nicht nur die hohen Kundenansprüche an Design, Qualität, Langlebigkeit und Innovation erfüllen, sondern auch in **sozialer, gesundheitlicher und ökologischer Hinsicht unbedenklich** sind. Eine möglichst ressourcenschonende Herstellung, der verantwortungsvolle Umgang mit Chemikalien in der Produktion sowie Tierwohl und Artenschutz haben bei HUGO BOSS daher hohe Priorität.

## Today.

Im Jahr 2019

- wurde der umfassende **„HUGO BOSS Materialeitfaden“** entwickelt und eingeführt, in dem Standards zum Einsatz nachhaltiger Materialien gesetzt werden,
- hat das Unternehmen die zweite **vegane Sneakerkollektion** aus Ananasblattfaser (Piñatex®), eine Reihe von **Produkten aus Olivenleder®**, sowie seine erste Traceable-Wool-Kapsel (inklusive ZQ-Merino-Standard) auf den Markt gebracht,
- hat HUGO BOSS die Zusammenarbeit mit **Cotton Made in Africa** und mit dem **The Good Cashmere Standard** aufgenommen,
- wurden in der Logistik 844 t Kartonnage wiederverwendet,
- wurde HUGO BOSS in Australien mit dem Australian Packaging Covenant Organisation Award für einen **nachhaltigeren Umgang mit Verpackungen** ausgezeichnet.

## Tomorrow.

SDG	Zieljahr	Ziel	Status Quo
	2025	Verwendung von 100 % nachhaltig bezogener Baumwolle gemäß den Kriterien des „HUGO BOSS Baumwollleitfadens“	61 % (Das Zwischenziel von 50 % bis 2020 wurde somit bereits übertroffen.)
	2025	Verwendung von 100 % mulesing-freier Wolle in reinen Wollstrickprodukten	98 % (Das Zwischenziel von 90 % bis 2020 wurde somit bereits übertroffen.)
	2025	100% des verwendeten Leders stammt aus Gerbereien, die von der Leather Working Group oder nach einem ähnlichen Standard zertifiziert sind. <b>Meilenstein bis 2022: 60%</b>	52 %
	2025	Verwendung von mindestens 50 % recycelten synthetischen Fasern	Erstes Zielupdate folgt 2020
	2020	Definition von kreislaufwirtschaftsorientierten Designprinzipien, die ab der Frühjahr/Sommer-Kollektion 2020 allen Kollektionsentwicklungen zugrunde gelegt werden	60 %
	2020	Regelmäßige Schulungen zur Kreislaufwirtschaft, zum Recycling und zur Nutzung nachhaltiger Materialien für alle Mitarbeiter im Design-, Entwicklungs- und Beschaffungsprozess	70 %

SDG	Zieljahr	Ziel	Status Quo
12 ∞	2020	Einrichtung einer umfangreichen digitalen Mediathek für Materialien und Textilfasern sowie Färbe-, Verarbeitungs- und Textilveredlungsverfahren, die Recycling und Stoffkreisläufe ermöglichen	30%
12 ∞	2020	Bereitstellung detaillierter Informationen für Kunden, die bei der richtigen Pflege der Kleidungsstücke helfen, um eine höhere Langlebigkeit zu gewährleisten	70%
12 ∞	2022	Steigerung von wiederverwendeter Transportverpackung in der „Inbound“-Logistik um 3% im Vergleich zum Basisjahr 2019	844t wiederverwendete Kartontage
12 ∞	2025	Reduzierung des in Verpackungen eingesetzten Einwegplastiks um 10% im Vergleich zum Basisjahr 2019	Erstes Zielupdate folgt 2020
12 ∞	2025	100% der Plastikverpackungen bestehen aus recyceltem oder anderem nachhaltig bezogenen Material.	31%
12 ∞	2025	Reduzierung des Verpackungspapiers um 5% im Vergleich zum Basisjahr 2019	Erstes Zielupdate folgt 2020
12 ∞	2025	100% des Verpackungspapiers stammen aus nachhaltig bewirtschafteter Forstwirtschaft und/oder sind aus recyceltem Material.	82%
12 ∞	2025	> 80% des Verpackungspapiers stammen aus recyceltem Material.	60%
12 ∞	2025	Reduzierung von Metall in Verpackungen um 30% im Vergleich zum Basisjahr 2019	Erstes Zielupdate folgt 2020

## Always.

- HUGO BOSS stellt durch die Verwendung ausgewählter Materialien und einer hochwertigen Verarbeitung sicher, dass seine Produkte über einen **langen Zeitraum** hinweg genutzt werden können.
- HUGO BOSS strebt an, den **Anteil nachhaltiger Produkte** in seinen Kollektionen kontinuierlich zu erhöhen und regelmäßig innovative und nachhaltige Produktlösungen auf den Markt zu bringen.
- HUGO BOSS erkennt seine besondere Verantwortung für das **Tierwohl** an und lehnt Tierversuche ebenso wie eine nicht artgerechte Tierzucht und -haltung ab.
- HUGO BOSS schließt den Einsatz von Daunen aus, die aus Lebendrupf oder Zwangsfütterung gewonnen wurden.
- HUGO BOSS verzichtet auf den **Einsatz von Zuchtpelz**.
- HUGO BOSS verzichtet auf den **Einsatz von Angorawolle**.
- HUGO BOSS verwendet ausschließlich Leder, das als **Nebenprodukt der Lebensmittelindustrie** anfällt und verzichtet auf exotische Ledersorten.
- HUGO BOSS stellt sicher, dass alle Produkte des Unternehmens, die den Markt erreichen, **internationale Standards im Bereich Chemikalien** erfüllen.
- Als Unterzeichner des **2020 Circular Fashion System Commitment** verpflichtet sich HUGO BOSS dazu, geschlossene Kreisläufe in der Textilindustrie zu fördern.
- Alle eingesetzten Produktverpackungen sollen auf das **Minimum reduziert** werden, das notwendig ist, um die Produkte unversehrt und dem Premiumanspruch der Marke entsprechend zum Kunden zu bringen.



## GESELLSCHAFT

Als Unternehmen für das **gesellschaftliche Wohl** einzustehen, ist fester Bestandteil der unternehmerischen Verantwortung von HUGO BOSS. Mit seiner Corporate-Citizenship-Strategie setzt HUGO BOSS hierbei auch auf seine Vorbildrolle als ein weltweit führendes Modeunternehmen. Die Unterstützung und Förderung von Bildungschancen bereits im jungen Alter, aber auch das Engagement für Weiterbildungsmöglichkeiten stehen dabei im Fokus.

### Today.

Im Jahr 2019

- betrug das **gesamte Spendenaufkommen** 450.347 EUR,
- wurden mehr als 3.000 Kleidungsstücke an Geflüchtete aus Venezuela in Ecuador gespendet,
- erhielten insgesamt 117 Schüler und Studierende Unterstützung in Form eines Stipendiums durch die HUGO BOSS Education Association in Izmir,
- wurden am Standort in Izmir in Zusammenarbeit mit der örtlichen Arbeitsagentur IŞKUR in Izmir 45 Frauen beim **Wiedereinstieg in das Berufsleben** unterstützt.

### Tomorrow.

SDG	Zieljahr	Ziel	Status Quo
	2025	Erreichen von 2.100 Frauen aus einem schwachen wirtschaftlichen Hintergrund mit einem Training im Rahmen des IŞKUR-Projekts (Izmir)	1.479 Frauen
	2025	Erreichen von 1.400 Kindern durch die HUGO BOSS Education Association (Izmir)	1.018 Kinder

### Always.

- HUGO BOSS ist es ein besonderes Anliegen, Perspektiven zu fördern und durch langfristige Partnerschaften **hochwertige Bildung für Kinder** auf globaler und lokaler Ebene zu unterstützen.
- HUGO BOSS setzt sich auf lokaler Ebene dafür ein, dass durch **professionelles Training** Fachkräfte im Modesegment gestärkt werden.
- HUGO BOSS engagiert sich dafür, dass junge Menschen ihr **Erfolgspotenzial** entfalten können und unterstützt junge Künstler.
- HUGO BOSS nimmt seine **Verantwortung in der globalen Textillieferkette** wahr und beteiligt sich auch hier aktiv an dedizierten Programmen, um gefährdete Gruppen zu stärken.
- HUGO BOSS begreift sich als **Teil der Gesellschaft** und überprüft in Krisensituationen stets, in welchem Rahmen der Konzern Unterstützung leisten kann.

## WEITERE KENNZAHLEN UND ANGABEN

### Umwelt

#### Indirekte Treibhausgasemissionen (Location-based Ansatz) (in t CO<sub>2</sub>)

	2019	2018	2017
Scope 2			
Indirekter Energieverbrauch	39.544	43.470	47.458

#### Wasserentnahme nach Quelle (Full Scope) (in m<sup>3</sup>)

	2019	2018	2017	2016
Unternehmenseigene Erdwassertanks	23.681	22.399	15.684	7.376
Externe Wasserversorgung	183.177	202.500	200.913	199.934
<b>Gesamt</b>	<b>206.858</b>	<b>224.899</b>	<b>216.597</b>	<b>207.310</b>

#### Abfallaufkommen nach Art (Full Scope)<sup>1</sup> (in t)

	2019	2018	2017	2016
Feste Abfälle	6.821	6.062	5.605	5.746
Nicht feste Abfälle	40	39	33	31
<b>Gesamt</b>	<b>6.861</b>	<b>6.101</b>	<b>5.638</b>	<b>5.777</b>
Recyclingmenge fester Abfälle	4.269	3.953	3.661	3.762

<sup>1</sup> Abfallmengen aus außergewöhnlichen Tätigkeiten (zum Beispiel Umbauarbeiten) wurden herausgerechnet. Die Recyclingmenge setzt sich aus dem Abfallaufkommen aus Recycling und Wiederverwendung zusammen.

**Standorte mit zertifizierten Managementsystemen<sup>1</sup>**

<b>Gesellschaft</b>	<b>Standorte</b>	<b>Land</b>	<b>Managementsystem</b>	<b>Zertifiziert seit</b>
HUGO BOSS AG	Hauptsitz Metzingen	Deutschland	ISO 50001 ISO 9001	2012 1999
HUGO BOSS AG	Eigenbetriebene Retail-Stores	Deutschland und Österreich	ISO 50001	2016
HUGO BOSS AG	Distributionszentrum Filderstadt	Deutschland	ISO 50001	2014
HUGO BOSS AG	Distributionszentrum Metzingen	Deutschland	ISO 50001	2012
HUGO BOSS AG	Distributionszentrum Wendlingen	Deutschland	ISO 50001	2012
HUGO BOSS AG	Rohwarenlager Metzingen	Deutschland	ISO 50001	2012
HUGO BOSS AG	Lager Bad Urach	Deutschland	ISO 50001	2012
HUGO BOSS AG	Outlet Metzingen	Deutschland	ISO 50001	2012
HUGO BOSS AG	Showroom Düsseldorf	Deutschland	ISO 50001	2016
HUGO BOSS AG (Österreich)	Showroom Salzburg	Österreich	ISO 50001	2016
HUGO BOSS AG (Schweiz)	Hauptsitz Zug und eigenbetriebene Retail-Stores	Schweiz	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Belgium Retail B.V.B.A.	Eigenbetriebene Retail-Stores	Belgien	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Benelux B.V. y CIA, S.C.	Eigenbetriebene Retail-Stores	Spanien	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Benelux Retail B.V.	Eigenbetriebene Retail-Stores	Niederlande und Luxemburg	ISO 50001 ISO 50001	2017 2019
HUGO BOSS Finland Oy	Eigenbetriebene Retail-Stores	Finnland	ISO 50001	2017
HUGO BOSS France SAS	Hauptsitz Paris und eigenbetriebene Retail-Stores	Frankreich	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Hellas LLC	Eigenbetriebene Retail-Stores	Griechenland	ISO 50001	2017
HUGO BOSS International Markets AG Branch Poland	Eigenbetriebene Retail-Stores	Polen	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Ireland Ltd.	Eigenbetriebene Retail-Stores	Irland	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Italia S.p.A.	Eigenbetriebene Retail-Stores	Italien	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Magazacilik Ltd. Sti.	Eigenbetriebene Retail-Stores	Türkei	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Nordic ApS	Eigenbetriebene Retail-Stores	Dänemark	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Portugal & Companhia	Eigenbetriebene Retail-Stores	Portugal	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Rus LLC	Eigenbetriebene Retail-Stores	Russland	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Scandinavia AB	Eigenbetriebene Retail-Stores	Schweden	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Scandinavia NUF Branch Norway	Eigenbetriebene Retail-Stores	Norwegen	ISO 50001	2017
HUGO BOSS Shoes & Accessories Italia S.p.A.	Produktion Morrovalle	Italien	ISO 14001 ISO 45001	2015 2018
HUGO BOSS Shoes & Accessories Poland Sp. Z o.o.	Produktion Radom	Polen	ISO 14001	2017
HUGO BOSS Textile Industry Ltd.	Produktion Izmir	Türkei	ISO 14001 ISO 50001	2014 2014
HUGO BOSS Ticino S.A.	Hauptsitz Coldrerio	Schweiz	ISO 50001	2015
HUGO BOSS UK Ltd.	Hauptsitz London und eigenbetriebene Retail-Stores	Vereinigtes Königreich	ISO 50001	2017

<sup>1</sup> Die Abdeckung der HUGO BOSS Standorte mit ISO-Zertifizierungen liegt bei circa 75% (Berechnung in Bezug auf die Gebäudefläche).

## Mitarbeiter

### Mitarbeiter nach Kategorie und Region (in Personen) ✓

	Management	Angestellte Mitarbeiter	Gewerbliche Mitarbeiter	Auszubildende	Temporäre
Europa	1.220	6.365	4.322	117	1.076
Amerika	242	1.505	105	1	359
Asien/Pazifik	412	1.622	73	0	141
<b>Gesamt</b>	<b>1.874</b>	<b>9.492</b>	<b>4.500</b>	<b>118</b>	<b>1.576</b>

### Mitarbeiter nach Alter und Kategorie (in %) ✓

	< 30	30 ≤ - < 40	40 ≤ - < 50	≥ 50
Management	7	44	34	16
Angestellte Mitarbeiter	36	36	17	11
Gewerbliche Mitarbeiter	21	40	26	13
Auszubildende	97	3	0	0
Temporäre	74	11	7	8
<b>Gesamt</b>	<b>33</b>	<b>35</b>	<b>20</b>	<b>12</b>

### Austritte nach Grund und Region<sup>1</sup> (in Personen) ✓

	Europa	Amerika	Asien/Pazifik	<b>Gesamt</b>
Arbeitnehmerbedingt	1.815	778	509	3.102
Arbeitgeberbedingt	1.014	191	138	1.343
Redundanz	6	24	7	37
Ruhestand	96	2	0	98
Tod, Auswanderung	12	3	1	16
<b>Austritte (gesamt)</b>	<b>2.943</b>	<b>998</b>	<b>655</b>	<b>4.596</b>

<sup>1</sup> ohne Auszubildende, Praktikanten, Diplomanden und Aushilfskräfte.

### Austritte nach Geschlecht und Region<sup>1</sup> (in Personen) ✓

	weiblich	männlich
Europa	1.617	1.326
Amerika	443	555
Asien/Pazifik	406	249
<b>Gesamt</b>	<b>2.466</b>	<b>2.130</b>

<sup>1</sup> ohne Auszubildende, Praktikanten, Diplomanden und Aushilfskräfte.

### Austritte nach Alter und Region<sup>1</sup> (in Personen) ✓

	< 30	30 ≤ - < 40	40 ≤ - < 50	≥ 50
Europa	1.636	873	306	128
Amerika	557	244	111	86
Asien/Pazifik	289	273	74	19
<b>Gesamt</b>	<b>2.482</b>	<b>1.390</b>	<b>491</b>	<b>233</b>

<sup>1</sup> ohne Auszubildende, Praktikanten, Diplomanden und Aushilfskräfte.

## Produkte

---

### Gesamtmenge an Kunststoffverpackungen<sup>1</sup> (in t)

	2019	2018	2017	2016
Gesamtmenge	1.207	1.283	1.315	1.315

<sup>1</sup>Die Werte der Jahre 2016 bis 2018 wurden aufgrund einer Änderung in der Berechnungsmethode angepasst.

# WESENTLICHE NACHHALTIGKEITSTHEMEN VON HUGO BOSS UND GRI-ASPEKTE

Strategische Intensität	Nachhaltigkeitsthema	Zugeordneter GRI-Aspekt	Wesentliche Auswirkungen		
			Innerhalb des Unternehmens	Außerhalb des Unternehmens	Innerhalb und außerhalb des Unternehmens
<b>Hohe strategische Intensität</b>	Klimaschutz (in der Produktion)	302: Energie, 305: Emissionen			HB, Lieferanten
		307: Umwelt-Compliance, 308: Umweltbewertung der Lieferanten			HB, Lieferanten
	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (in der Produktion)	403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz			HB, Lieferanten
		414: Soziale Bewertung der Lieferanten			HB, Lieferanten
	Menschenrechte und Arbeitsstandards (in der Produktion)	401: Beschäftigung, 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis, 405: Diversität und Chancengleichheit, 406: Diskriminierungsfreiheit, 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen, 408: Kinderarbeit, 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit, 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte			HB, Lieferanten
		414: Soziale Bewertung der Lieferanten, 419: Sozioökonomische Compliance			HB, Lieferanten
Nachhaltige Materialien und verantwortungsvolle Rohstoffgewinnung	301: Materialien			HB, Lieferanten	
<b>Mittlere strategische Intensität</b>	Klimaschutz (in der Verwaltung, dem Vertrieb und der Logistik)	302: Energie, 305: Emissionen	HB		
	Abfallreduktion und Recycling (in der Verwaltung, dem Vertrieb und der Logistik)	306: Abwasser und Abfall	HB		
	Verantwortungsvoller Umgang mit Chemikalien (in der Produktion)	306: Abwasser und Abfall	HB		
		308: Umweltbewertung der Lieferanten, 416: Kundengesundheit und Kundensicherheit			HB, Lieferanten, Kunden
	Tierwohl	301: Materialien			HB, Lieferanten
	Verlängerung des Produktlebenszyklus und Schließung des Kreislaufs	301: Materialien			HB, Lieferanten
	Governance und Compliance	201: Wirtschaftliche Leistung, 205: Korruptionsbekämpfung, 206: Wettbewerbswidriges Verhalten, 307: Umwelt-Compliance, 415: Politische Einflussnahme, 416: Kundengesundheit und Kundensicherheit, 419: Sozioökonomische Compliance			HB, Lieferanten
	Datenschutz und Informationssicherheit	417: Marketing und Kennzeichnung, 418: Schutz der Kundendaten			HB, Lieferanten, Kunden
Vermeidung von Korruption und wettbewerbswidrigen Verhalten	206: Wettbewerbswidriges Verhalten, 419: Sozioökonomische Compliance			HB, Lieferanten	

Strategische Intensität	Nachhaltigkeitsthema	Zugeordneter GRI-Aspekt	Wesentliche Auswirkungen		
			Innerhalb des Unternehmens	Außerhalb des Unternehmens	Innerhalb und außerhalb des Unternehmens
Geringe strategische Intensität	Menschenrechte und Arbeitsstandards (in der Verwaltung, dem Vertrieb und der Logistik)	401: Beschäftigung, 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis, 405: Vielfalt und Chancengleichheit, 406: Diskriminierungsfreiheit, 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen, 408: Kinderarbeit, 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit, 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte	HB		
	Arbeitssicherheit und Gesundheit (in der Verwaltung, dem Vertrieb und der Logistik)	403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	HB		
	Arbeitgeberattraktivität	401: Beschäftigung, 404: Aus- und Weiterbildung, 405: Vielfalt und Chancengleichheit, 406: Diskriminierungsfreiheit	HB		
	Gesellschaftliches Engagement	413: Lokale Gemeinschaften			HB, Lieferanten
	Produktsicherheit	416: Kundengesundheit und Kundensicherheit, 417: Marketing und Kennzeichnung, 419: Sozioökonomische-Compliance			HB, Kunden
	Umweltfreundliche Pflege der Produkte	417: Marketing und Kennzeichnung			HB, Kunden
	Abfallreduktion und Recycling (in der Produktion)	301: Materialien			HB, Lieferanten
		307: Umwelt-Compliance, 308: Umweltbewertung der Lieferanten		Lieferanten	
	Reduktion des Wasserverbrauchs (in der Produktion)	303: Wasser			HB, Kunden
		307: Umwelt-Compliance, 308: Umweltbewertung der Lieferanten		Lieferanten	
Ethisch korrekte Entrichtung von Unternehmenssteuern	201: Wirtschaftliche Leistung, 419: Sozioökonomische-Compliance	HB			

# GRI-INDEX

Der HUGO BOSS Nachhaltigkeitsbericht 2019 wurde nach den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der Version der GRI-Standards erstellt, inklusive der branchenbezogenen GRI-Angaben für die Bekleidungs- und Schuhbranche. Die Auswahl der zu berichtenden allgemeinen und spezifischen Standardangaben erfolgt auf Basis der im Jahr 2019 umfassend aktualisierten Wesentlichkeitsanalyse. Ausgewählte Angaben wurden einer externen Prüfung unterzogen.

## GRI 102 Allgemeine Standardangaben

		Seite	Auslassungen	Externe Prüfung
<b>Organisationsprofil</b>				
GRI 102-1	Name des Unternehmens	5		
GRI 102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	7		
GRI 102-3	Hauptsitz des Unternehmens	7		
GRI 102-4	Betriebsstätten	7		
GRI 102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	5, GB 18		
GRI 102-6	Belieferte Märkte	7		
GRI 102-7	Größe des Unternehmens	7		
GRI 102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	33–35, 77	Angaben zur Darstellung der Mitarbeiterstruktur nach Vertragsart und nach Beschäftigungsverhältnis liegen nicht vor.	☑
GRI 102-9	Lieferkette	7, 42		
GRI 102-10	Signifikante Änderungen im Unternehmen und seiner Lieferkette		Im Berichtsjahr haben keine signifikanten Veränderungen stattgefunden.	
GRI 102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	13–15		
GRI 102-12	Externe Initiativen	19–21		
GRI 102-13	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	17–21		
<b>Strategie</b>				
GRI 102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	3		
GRI 102-15	Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen	14, GB 83 ff.		
<b>Ethik und Integrität</b>				
GRI 102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	13–15		
GRI 102-17	Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik	13–16		

**GRI 102 Allgemeine Standardangaben**

		Seite	Auslassungen	Externe Prüfung
<b>Unternehmensführung</b>				
GRI 102-18	Führungsstruktur	10, GB 105 ff.		
GRI 102-19	Delegation von Befugnissen	9–10		
GRI 102-20	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	9–10		
GRI 102-21	Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	10, 17–18		
GRI 102-22	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien	GB 105 ff.		
GRI 102-23	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans	10, GB 10		
GRI 102-24	Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan	GB 105 ff.		
GRI 102-25	Interessenkonflikte	10, 17		
GRI 102-26	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Festlegung von Zielen, Werten und Strategien	10		
GRI 102-27	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	10		
GRI 102-28	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	GB 105 ff.		
GRI 102-29	Identifizierung und Umgang mit ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen	11–13		
GRI 102-30	Wirksamkeit der Verfahren zum Risikomanagement	13–14		
GRI 102-31	Überprüfung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	10		
GRI 102-32	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei Nachhaltigkeitsberichterstattung	5		
GRI 102-33	Übermittlung kritischer Anliegen	10		
GRI 102-34	Art und Gesamtzahl kritischer Anliegen	15–16, GB 105 ff.		
GRI 102-35	Vergütungspolitik	GB 105 ff.		
GRI 102-36	Verfahren zur Festlegung der Vergütung	GB 105 ff.		
GRI 102-37	Einbindung der Stakeholder bei Entscheidungen zur Vergütung		Während der Generaldebatte auf der HUGO BOSS Hauptversammlung 2019 wurde eine Frage zur Vergütung des Aufsichtsrats gestellt.	
<b>Einbeziehung von Stakeholdern</b>				
GRI 102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	17		
GRI 102-41	Tarifverhandlungsvereinbarungen	33		
GRI 102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	17–18		
GRI 102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	17–18		
GRI 102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	17–18		
<b>Vorgehensweise bei der Berichterstattung</b>				
GRI 102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	5		
GRI 102-46	Vorgehensweise zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	11–12		
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	79–80		
GRI 102-48	Neudarstellung von Informationen	5		
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	5		
GRI 102-50	Berichtszeitraum	5		
GRI 102-51	Datum des aktuellsten Berichts	5		
GRI 102-52	Berichtszyklus	5		
GRI 102-53	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	91		
GRI 102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	5, 81		
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex	81–86		
GRI 102-56	Externe Prüfung	87–89		

**Spezifische Standardangaben**

		Seite	Auslassungen	Externe Prüfung
<b>Wirtschaft</b>				
<b>GRI 201 Wirtschaftliche Leistung</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	9–10		
GRI 201-1	Erwirtschafteter und verteilter Wert	7, GB 128 ff.		
GRI 201-2	Finanzielle Folgen, Risiken und Chancen des Klimawandels	GB 88 f.		
GRI 201-3	Verpflichtungen aus leistungsorientiertem Pensionsplan	GB 127 ff.		
GRI 201-4	Finanzielle Unterstützung durch Regierungen		Das Unternehmen hat keine signifikanten Zuwendungen im Berichtsjahr erhalten.	
<b>GRI 204 Beschaffungspraktiken</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	42–45		
GRI 204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Zulieferer	42–45	Angaben zum Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten liegen aktuell nicht vor. HUGO BOSS gewährt bei gleichwertigen Angeboten der lokalen Beschaffung (Local Sourcing) Vorrang.	
<b>GRI 205 Korruptionsbekämpfung</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	13–16		
GRI 205-1	Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	16		
GRI 205-2	Informationen und Schulungen zu Strategien und Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung	13–16, 18		
GRI 205-3	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen	16		☑
<b>GRI 206 Wettbewerbswidriges Verhalten</b>				
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	13–16		
GRI 206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung	16		☑
<b>Ökologie</b>				
<b>GRI 301 Materialien</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	53–55		
GRI 301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	55, 58		
GRI 301-2	Eingesetzte rezyklierte Ausgangsstoffe	58	Angaben zum Prozentsatz der eingesetzten recycelten Materialien für die Hauptprodukte liegen aktuell nicht vor. Über die Verwendung recycelter Verpackungsmaterialien berichtet HUGO BOSS in dem entsprechenden Kapitel.	
<b>GRI 302 Energie</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	23–24		
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb des Unternehmens	25	Angaben zum Brennstoffverbrauch liegen derzeit nicht vor. HUGO BOSS weist die Energieverbräuche in der Einheit Megawattstunde (MWh) aus. Eine Megawattstunde entspricht 3,6 Gigajoule (GJ).	☑
GRI 302-3	Energieintensität	26		☑
GRI 302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	24–26		
<b>GRI 303 Wasser</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	23–24		
GRI 303-1	Wasserentnahme nach Quelle	28, 75		☑

**Spezifische Standardangaben**

		Seite	Auslassungen	Externe Prüfung
<b>GRI 305 Emissionen</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	23–24		
GRI 305-1	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	26		✓
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte Treibhausgasemissionen (Scope 2)	26, 75		✓
GRI 305-3	Sonstige indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)	26–28		✓
GRI 305-5	Senkung der Treibhausgasemissionen	27		
<b>GRI 306 Abwasser und Abfall</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	23–24		
GRI 306-1	Abwassereinleitung nach Qualität und Einleiteort	29	Detailliertere Angaben zur Abwassereinleitung sowie zu Wasserqualität und Behandlungsverfahren liegen aktuell nicht vor.	✓
GRI 306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	29–30, 75		✓
GRI 306-3	Erheblicher Austritt schädlicher Substanzen		Im Berichtsjahr gab es keine signifikanten Verschmutzungen.	
<b>GRI 307 Umwelt-Compliance</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	23–24		
GRI 307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen		Im Berichtsjahr wurden keine Strafzahlungen wegen etwaiger Umweltverstöße verhängt.	
<b>GRI 308 Umweltbewertung der Lieferanten</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	42–45, 49		
GRI 308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	43, 49–50		
GRI 308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	49–51		
<b>Soziales</b>				
<b>GRI 401 Beschäftigung</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	32–33		
GRI 401-1	Neue Angestellte und Angestelltenfluktuation	33–35, 77	Detaillierte Angaben zu Neueinstellungen und Angestelltenfluktuation nach Geschlecht und Alter liegen aktuell nicht vor.	✓
GRI 401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	37–38		
<b>GRI 402 Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	32–33		
GRI 402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen		HUGO BOSS hält alle gesetzlichen Vorschriften zu Mitteilungsfristen ein.	
<b>GRI 403 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	32–33		
GRI 403-1	Repräsentation von Mitarbeitern in formellen Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	39–40	Angaben zum Prozentsatz der vertretenen Gesamtbelegschaft liegen aktuell nicht vor.	
GRI 403-2	Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage und Abwesenheit sowie die Zahl arbeitsbedingter Todesfälle	39–40	Im Berichtsjahr gab es, wie auch in den Jahren davor, keine tödlichen Unfälle.	✓

<b>Spezifische Standardangaben</b>				
		Seite	Auslassungen	Externe Prüfung
<b>GRI 404 Aus- und Weiterbildung</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	32–33		
GRI 404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestelltem	37	Angaben zu den durchschnittlichen Trainingsstunden nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie liegen aktuell nicht vor.	
GRI 404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	37		
GRI 404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	36	Angaben zu der Leistungsbeurteilung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie liegen aktuell nicht vor.	
<b>GRI 405 Diversität und Chancengleichheit</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	32–33		
GRI 405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	35, 77	Angaben nach Minderheiten sind für HUGO BOSS nicht anwendbar, da das Unternehmen niemanden als solche betrachtet.	☑
GRI 405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	38	HUGO BOSS bezahlt Frauen und Männer gleich. Die Vergütung basiert auf Leistung und Qualifikation der Mitarbeiter.	
<b>GRI 406 Diskriminierungsfreiheit</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	13–15, 32–33, 42–45		
GRI 406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	38, 47		☑
<b>GRI 407 Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	13–15, 32–33, 42–45		
GRI 407-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen Vereinigungsfreiheit verletzt oder gefährdet ist, und ergriffene Maßnahmen	45–48		☑
<b>GRI 408 Kinderarbeit</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	13–15, 32–33, 42–45		
GRI 408-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Kinderarbeit und ergriffene Maßnahmen	45–48		☑
<b>GRI 409 Zwangs- oder Pflichtarbeit</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	13–15, 32–33, 42–45		
GRI 409-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Zwangsarbeit und ergriffene Maßnahmen	45–48		☑
<b>GRI 412 Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	13–15, 32–33, 42–45		
GRI 412-1	Geschäftsstandorte, an denen eine Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde	45–48		☑
GRI 412-2	Mitarbeiterschulungen zu Menschenrechten	16, 18, 37–38	Über Mitarbeiterschulungen zu Menschenrechten berichtet HUGO BOSS in den entsprechenden Kapiteln. Detailliertere Angaben wie Stundenzahl und prozentuale Mitarbeiterabdeckung liegen aktuell nicht vor.	
<b>GRI 413 Lokale Gemeinschaften</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	61–62		
GRI 413-1	Geschäftsstandorte mit Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	62		
GRI 413-2	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften		Es sind keine negativen Auswirkungen bekannt.	

**Spezifische Standardangaben**

		Seite	Auslassungen	Externe Prüfung
<b>GRI 414 Soziale Bewertung der Lieferanten</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	43–45		
GRI 414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	43, 45–49		☑
GRI 414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	45–48		☑
<b>GRI 415 Politische Einflussnahme</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	15		
GRI 415-1	Parteispenden		Im Berichtsjahr hat HUGO BOSS keine Spenden an politische Parteien geleistet.	
<b>GRI 416 Kundengesundheit und Kundensicherheit</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	53–55		
GRI 416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	59		☑
GRI 416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	59		
<b>GRI 417 Marketing und Kennzeichnung</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	53–55		
GRI 417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	59		
GRI 417-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	59		
GRI 417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation		HUGO BOSS hält alle relevanten Standards im Marketing ein.	
<b>GRI 418 Schutz der Kundendaten</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	16–17, GB 52		
GRI 418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	16		☑
<b>GRI 419 Sozioökonomische Compliance</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	9, 13–15		
GRI 419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich		Im Berichtsjahr gab es keine Verstöße gegen Gesetze und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich.	

**Branchenangaben für Bekleidungs- und Schuhbranche (Pilotversion) Lieferkette**

AF7	Abdeckung von Standorten und Lieferanten durch den Code of Conduct	45–50		
AF8	Anzahl und Anteil der durchgeführten Audits	46–50		
AF9–14	Anzahl der Verstöße gegen den Code of Conduct	47, 50		
AF15	Auswertung der Auditergebnisse	46–50		
AF16	Ergriffene Maßnahmen aufgrund von Verstößen	45–50		

# VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS ÜBER EINE PRÜFUNG ZUR ERLANGUNG BEGRENZTER SICHERHEIT

## An die HUGO BOSS AG, Metzingen

Wir haben die mit einem „✔“ gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht der HUGO BOSS AG für den Zeitraum vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 (nachfolgend: Bericht) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Unser Auftrag bezieht sich dabei ausschließlich auf die mit dem Symbol „✔“ gekennzeichneten Angaben in der deutschen PDF-Version des Berichts. Zukunftsbezogene Aussagen sowie Angaben für Vorjahre waren nicht Gegenstand unseres Auftrags. Der Bericht erscheint als PDF-Version unter [https://group.hugoboss.com/fileadmin/media/pdf/sustainability/sustainability\\_reports\\_DE/Nachhaltigkeitsbericht\\_2019.pdf](https://group.hugoboss.com/fileadmin/media/pdf/sustainability/sustainability_reports_DE/Nachhaltigkeitsbericht_2019.pdf).

## Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der HUGO BOSS AG sind verantwortlich für die Aufstellung des Berichts in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative genannten Grundsätzen (im Folgenden: „GRI-Kriterien“) sowie für die Auswahl der zu beurteilenden Angaben.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Aufstellung des Berichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, 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 eines Berichts zu ermöglichen, der 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 mit einem „✔“ gekennzeichneten Angaben im Bericht 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 mit einem „✔“ gekennzeichneten Angaben im Bericht der Gesellschaft in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder gekennzeichneten Angabe jeweils ein

separates Prüfungsurteil abgegeben wird. 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 2019 bis April 2020 durchgeführt haben, haben wir u. a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragung von Mitarbeitern hinsichtlich der Nachhaltigkeitsstrategie, der Nachhaltigkeitsgrundsätze und des Nachhaltigkeitsmanagements der HUGO BOSS AG,
- Befragung von Mitarbeitern, die mit der Erfassung der mit einem „✓“ gekennzeichneten Angaben beauftragt sind, zur Beurteilung des Nachhaltigkeits-Berichterstattungssystems, der Methoden der Datengewinnung und -aufbereitung sowie der internen Kontrollen, soweit sie für die Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit der mit einem „✓“ gekennzeichneten Angaben relevant sind,
- Identifikation wahrscheinlicher Risiken wesentlicher falscher Angaben im Bericht,
- Einsichtnahme in die relevante Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Aggregation und Validierung der Nachhaltigkeitsdaten im Berichtszeitraum sowie deren stichprobenartige Überprüfung,
- Befragungen und Dokumenteneinsicht in Stichproben hinsichtlich der Erhebung und Berichterstattung der Nachhaltigkeitsdaten an den Standorten Metzingen und Izmir,
- analytische Handlungen auf Ebene des Konzerns und einzelner Standorte hinsichtlich der Qualität der berichteten Daten,
- kritische Durchsicht des Berichtsentwurfs auf Plausibilität und Konsistenz mit den mit einem „✓“ gekennzeichneten Angaben.

### **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 mit einem „✓“ gekennzeichneten Angaben im Bericht der HUGO BOSS AG für den Zeitraum vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

### **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**

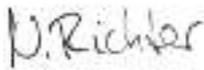
Für diesen Auftrag gelten, auch im Verhältnis zu Dritten, unsere Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vom 1. Januar 2017 ([www.de.ey.com/](http://www.de.ey.com/) **IDW-Auftragsbedingungen**). Wir verweisen ergänzend auf die dort in Ziffer 9 enthaltenen 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 Untersuchungshandlungen erweitert, verifiziert oder aktualisiert.

München, den 30. April 2020

Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



**Nicole Richter**  
Wirtschaftsprüferin



**Annette Johne**  
Wirtschaftsprüferin

# ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

## Abkürzung

ACCORD	Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh
ACT	Action, Collaboration, Transformation
AFIRM	Apparel and Footwear International RSL Management
BCI	Better Cotton Initiative
CmiA	Cotton made in Africa
CSR-RUG	CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz
DCGK	Deutscher Corporate Governance Kodex
DGNB	Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e. V.
ESG	Environment, Social, Governance
FLA	Fair Labor Association
FSC®	Forest Stewardship Council®
GFA	Global Fashion Agenda
GRI	Global Reporting Initiative
GSCP	Global Social Compliance Programme
ILO	International Labour Organization
ISO	International Organization for Standardization
LTFR	Lost Time Injury Frequency Rate
LWG	Leather Working Group
MRSL	Manufacturing Restricted Substances List
NGO	Non Governmental Organization
NPS	Net Promoter Score
OAR	Open Apparel Registry
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development
OHS	Occupational Health and Safety
PDD	Performance & Development Dialog
PETA	People for the Ethical Treatment of Animals
RSL	Restricted Substances List
SBT	Science Based Targets
SDGs	Sustainable Development Goals
Textilbündnis	Deutsches Bündnis für nachhaltige Textilien
UNFCCC	United Nations Framework Convention on Climate Change
UNHCR	United Nations High Commissioner for Refugees
ZDHC	Zero Discharge of Hazardous Chemicals

## Symbole

☉	Markierung der Angaben, die einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen wurden
---	---

# IMPRESSUM

**Herausgeber:**

HUGO BOSS AG  
Postadresse: Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland  
Telefon: +49 7123 94-0  
group.hugoboss.com  
info@hugoboss.com

**Ansprechpartner:**

Andreas Streubig  
Director Global Sustainability  
  
corporate\_responsibility@hugoboss.com

**Projektsteuerung und Inhalt:**

Vanessa Garrecht  
Teamleader Corporate Sustainability

**Redaktion:**

HUGO BOSS  
Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

**Gestaltung:**

nexxar GmbH, Wien