

NACHHALTIGKEITS- PROGRAMM

TODAY. TOMORROW. ALWAYS.

Im Zuge von „CLAIM 5“ ist Nachhaltigkeit für HUGO BOSS ein wesentliche strategische Grundlage und damit ein fester Bestandteil seiner Unternehmensaktivitäten. Den vielen Herausforderungen in Bezug auf Nachhaltigkeit begegnet das Unternehmen mit **ambitionierten Zielen und effektiven Maßnahmen**, die es in seinem jährlich veröffentlichten Nachhaltigkeitsprogramm darstellt. Dieses fasst die Aktivitäten und Ziele in den einzelnen Themenfeldern in dem Konzept „TODAY. TOMORROW. ALWAYS.“ zusammen. Das 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 Themenfeld zu stärken.

TOMORROW: Mittel- und langfristige Ziele im jeweiligen Themenfeld sowie deren Zeithorizont und Umsetzungsstatus.

ALWAYS: Fortlaufende Anstrengungen und Eigenverpflichtungen in den Themenfeldern, 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 2022

- hat HUGO BOSS im **Rahmen seiner Klimastrategie** seine Reduktionsziele an gestiegene Anforderungen der **UNFCCC** angepasst.
- hat HUGO BOSS zum siebten Mal zu seinem **Stakeholder-Dialog-Event** mit internen und externen Stakeholdern eingeladen.
- wurde HUGO BOSS zum sechsten Mal in den **Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World** aufgenommen und zum dritten Mal in den DJSI Europe.

TOMORROW.

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

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 Dialog mit seinen Stakeholdern** 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 CO₂-Emissionen.

TODAY.

Im Jahr 2022

- hat sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt, bis 2050 **„Netto-Null“ klimaschädliche Emissionen in der gesamten Wertschöpfungskette** zu erreichen.
- stammten knapp 60 % des im Konzern verbrauchten **Stroms aus erneuerbaren Energiequellen**.
- haben die **eigenen Photovoltaikanlagen** des Unternehmens Strom erzeugt, der dem Jahresverbrauch von rund 400 Vierpersonenhaushalten entspricht.
- hat das Unternehmen eine **Photovoltaikanlage am eigenen Produktionsstandort** in Izmir (Türkei) in Betrieb genommen. Die Anlage produziert rund 820 MWh Strom pro Jahr.

TOMORROW.

SDG-Bezug (direkt oder indirekt)	Zieljahr	Ziel	Status quo
 	2050	Netto-Null klimaschädliche Emissionen in der gesamten Wertschöpfungskette (Scope 1–3)	
 	2030	Reduktion der CO ₂ -Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Vergleich zum Basisjahr 2019:	
		• Reduktion der CO ₂ -Emissionen (Scope 1 und 2) um mindestens 50 %	Reduktion um 6 %
		• Reduktion der CO ₂ -Emissionen (Scope 3) um mindestens 50 %	Anstieg um 45 %
		• Reduktion des Energieverbrauchs (direkt und indirekt) im Verhältnis zur Fläche (m ²) um 20 % im Vergleich zum Basisjahr 2018	Reduktion um 13 %
 	2030	100 % des genutzten Stroms stammt aus erneuerbaren Quellen	59 %
	2025	Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs (externe Wasserversorgung) im Verhältnis zum Konzernumsatz um 40 % im Vergleich zum Basisjahr 2016	Reduktion um 38 %
	2025	Reduktion des Abfallaufkommens (Haushaltsabfälle) pro Mitarbeiter um 10 % im Vergleich zum Basisjahr 2018	Reduktion um 19 %

ALWAYS.

- HUGO BOSS arbeitet stetig daran, die **Umweltauswirkungen** der eigenen Unternehmenstätigkeit so weit wie möglich zu **verringern**, und legt dabei einen besonderen Fokus auf den Klimaschutz.
- HUGO BOSS betreibt ein **umfassendes Umweltmanagement** und definiert in seiner Umweltpolitik 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 2022




- hat das Unternehmen seine **Karriere-Website** überarbeitet und mit neuen Funktionen zur einfacheren und gezielteren Jobsuche ausgestattet.
- hat HUGO BOSS sein Onlinetool zum **Performance & Development Dialog** um eine systemgestützte Nachfolgeplanung erweitert.
- wurde das Unternehmen als einer der **Financial Times Top 50 „Diversity Leaders“** in Europa gelistet.
- hat HUGO BOSS Platz drei der beliebtesten Mode-Arbeitgeber Deutschlands in der Umfrage **„Working in Fashion“** der Fachzeitschrift „TextilWirtschaft“ erreicht.

TOMORROW.

SDG-Bezug (direkt oder indirekt)	Zieljahr	Ziel	Status quo
8	2025	Reduktion der arbeitnehmerbedingten Fluktuation (Austritte) auf: <8 % im Corporate-Bereich <30 % im Retail-Bereich	9 % im Corporate-Bereich, 32 % im Retail-Bereich
	2025	75 % der offenen Stellen für die beiden oberen Führungsebenen werden mit internen Kandidaten besetzt. Meilenstein bis 2022: 70 %	61 %
5	2025	Frauenanteil von mindestens 40 % in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands (Top-Management)	28 %
5	2025	Frauenanteil von mindestens 50 % in der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands (Mittleres Management)	46 %

SDG-Bezug

(direkt oder indirekt)

	Zieljahr	Ziel	Status quo
5 	2024	Schulung aller Mitarbeiter zum Thema „Overcoming Bias for Business Success“ Meilenstein 2023: alle Führungskräfte und Personalverantwortlichen, die an der Talentakquise und dem Talentmanagement beteiligt sind	Der Vorstand, mehrere Mitglieder des Top-Managements sowie Mitarbeiter, die in Talentakquise und -management tätig sind, wurden geschult.
8 	2025	Reduktion der Arbeits- und Betriebsunfälle um 10 % am Hauptsitz in Metzingen (Deutschland) im Vergleich zum Basisjahr 2019	Reduktion um 7,9 %
8 	2025	Reduktion der Unfallhäufigkeitsrate (Lost Time Injury Frequency Rate, LTIFR) um 5 % im Vergleich zum Basisjahr 2019	Reduktion um 3,2 %

ALWAYS.

- Die **Mitarbeiterzufriedenheit** gemäß der Great Place to Work®-Umfrage soll **dauerhaft mindestens 75 %** betragen.
- Das Unternehmen verpflichtet sich zur Einhaltung seiner Human Rights Policy und seines Lieferantenvhaltenskodex, in denen **grundsätzliche Rechte zum Schutz der Arbeiter** (beispielsweise Menschenrechte und menschenwürdige Arbeitsbedingungen) geregelt sind.
- HUGO BOSS setzt sich dafür ein, die **Lohnungleichheit** 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. HUGO BOSS hat sich mit dem Beitritt zur Charta der Vielfalt im Jahr 2008 dazu verpflichtet, allen Mitarbeitern ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld zu ermöglichen.
- 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, um Privat- und Berufsleben miteinander in Einklang zu bringen.
- Das Unternehmen setzt auf die **kontinuierliche Weiterbildung** seiner Mitarbeiter und ermöglicht 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 2022

- hat das Unternehmen **seine menschenrechtliche Risikoanalyse neu gefasst** und mithilfe von Fragebögen Risiken sowohl in den eigenen Unternehmensbereichen als auch bei allen direkten Lieferanten identifiziert.
- haben bereits mehr als **50 Lieferanten Verbrauchs- und Emissionsdaten** über das „**Resource Efficiency Module**“ an HUGO BOSS übermittelt.
- hat das Unternehmen erste Pilotprojekte in Bezug auf faire Vergütung in der Lieferkette gemeinsam mit ausgewählten Lieferanten gestartet.

TOMORROW.

SDG-Bezug (direkt oder indirekt)	Zieljahr	Ziel	Status quo
	2025	Beschaffung aller Waren von Fertigwarenlieferanten (inklusive der eigenen Produktionsstandorte), die im letzten Sozialaudit ein Ergebnis von „zufriedenstellend“ oder besser erzielt haben	97 %
	2025	80 % der Waren stammen von Fertigwarenlieferanten (inklusive der eigenen Produktionsstandorte), die im letzten Social-Compliance-Check (nachgewiesen durch Audit, Self-Assessment Questionnaire (SAQ) oder Zertifikat eines externen Social-Compliance-Standards) ein Ergebnis von „gut“ erzielt haben	52 %
	2025	Alle Fertigwarenlieferanten verfügen über ein angemessenes Kontrollsystem (Governance-Modell) für ihre Lieferkette	47 %
	2025	Alle Stoff- und Zutatenlieferanten mit direkter Vertragsbeziehung zu HUGO BOSS verfügen über ein angemessenes Kontrollsystem (Governance-Modell) für ihre Lieferkette	27 %
	2025	Alle Stoff- und Zutatenlieferanten mit direkter Vertragsbeziehung zu HUGO BOSS sind in das Modul Social-Compliance-Management des HUGO BOSS Supply-Chain-Sustainability-Program (SCSP) integriert	33 %

SDG-Bezug
(direkt oder indirekt)

SDG-Bezug (direkt oder indirekt)	Zieljahr	Ziel	Status quo
	2025	<p>Alle Lieferanten mit hohen Umweltauswirkungen erfüllen die von HUGO BOSS vorgegebenen Umweltaanforderungen (gemessen am Ergebnis ihres Umweltaudits)</p> <p>Das heißt, sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • halten nationale Umweltgesetzgebungen ein, • tragen zur Umsetzung der Standards des Bündnisses Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) bei und • unterstützen die Fashion Industry Charter for Climate Action des UNFCCC. 	45 %
	2030	<p>Alle Lieferanten mit Nassprozessen produzieren in Konformität mit den Vorgaben der Zero Discharge of Hazardous Chemicals Manufacturing Restricted Substances List (ZDHC MRSL) (gemessen an ihren Abwassertests und ihrem Chemikalieninventar)</p> <p>Meilenstein bis 2025: alle strategischen Fertigwarenlieferanten mit Nassprozessen</p>	<p>Abwassertest: 23 % aller überprüften Produktionsstätten (24 % der strategischen Fertigwarenlieferanten) entsprechen den Vorgaben</p> <p>Chemikalieninventar: 24 % aller überprüften Produktionsstätten (35 % der strategischen Fertigwarenlieferanten) entsprechen den Vorgaben</p>

ALWAYS.

- HUGO BOSS bekennt sich klar zur **Achtung der Menschenrechte und fairer Arbeitsbedingungen** entlang seiner gesamten Wertschöpfungskette und verpflichtet seine Lieferanten zur Einhaltung des HUGO BOSS Lieferantenverhaltenskodex.
- 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 verpflichtet sich zur **Reduktion seiner Umweltauswirkungen** entlang der gesamten Lieferkette und fokussiert sich dabei auf den Schutz des Klimas, den effizienten Einsatz von Ressourcen und die Sicherstellung von sauberem Wasser.
- 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.



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 sowie eine sichere Rückführung der Materialien in den Rohstoffkreislauf, der verantwortungsvolle Umgang mit Chemikalien in der Produktion sowie Tierwohl und Artenschutz haben bei HUGO BOSS daher hohe Priorität.

TODAY.

Im Jahr 2022

- hat das Unternehmen die Zusammenarbeit mit dem Schweizer Innovationsunternehmen HeiQ vorangetrieben und Anfang 2023 ein erstes Produkt mit dem **innovativen Zellulose-Filamentgarn AeoniQ™ auf den Markt gebracht**.
- ist HUGO BOSS eine Partnerschaft mit Raddis® eingegangen und konnte die Rohmaterialbeschaffung aus **regenerativer Landwirtschaft** weiter vorantreiben.
- hat das Unternehmen **Produkte nach zirkulären Prinzipien** entwickelt und konnte zusätzlich einen **Reparaturservice** sowie eine **Online-Resale-Plattform** auf den Markt bringen und so aktiv zur Kreislaufwirtschaft beitragen.
- hat HUGO BOSS **Richtwerte für den Chemikalieneinsatz in Verpackungen** in seine RSL aufgenommen.

TOMORROW.

SDG-Bezug <small>(direkt oder indirekt)</small>	Zieljahr	Ziel	Status quo
	2030	80 % des Produktangebots entspricht den Anforderungen an zirkuläre Produkte	Erste Produkte wurden entwickelt
	2025	Mindestens 60 % des Produktangebots besteht aus RESPONSIBLE Styles	35 %
	2025	Verwendung von 100 % nachhaltig bezogener Baumwolle gemäß den Kriterien des HUGO BOSS Leitfadens für Baumwolle und weitere Pflanzenfasern	93 %
	2025	100 % des verwendeten Leders stammt aus Gerbereien, die von der Leather Working Group oder nach einem ähnlichen Standard zertifiziert sind	86 %
	2030	Verwendung von 100 % mulesing-freier Wolle in reinen Wollprodukten	43 %
	2025	30 % aller Produkte tragen durch verantwortungsvolle Behandlungsprozesse der Materialien (Färben, Waschen, Veredlung, Gerben) zu einem wassereinsparenden Fußabdruck bei (bei der Herstellung dieser Produkte wird der Wasserverbrauch um mindestens 30 % reduziert)	10 %

SDG-Bezug (direkt oder indirekt)	Zieljahr	Ziel	Status quo
12 ∞	2022	Steigerung des Anteils der beim Versand wiederverwendeten Transportverpackung um 3 % im Vergleich zum Basisjahr 2019	Der Anteil wiederverwendeter Kartonage beträgt 49 % (2019: 49 %)
12 ∞	2025	Reduktion der zur einmaligen Verwendung bestimmten Plastikverpackungen (pro verkauftem Teil) um 10 % im Vergleich zum Basisjahr 2019	Reduktion um 8 %
12 ∞	2025	100 % der Plastikverpackungen bestehen aus recyceltem oder anderem nachhaltig bezogenem Material	47 %
12 ∞ 15 🌱	2025	Reduktion des Verpackungspapiers um 5 % (pro verkauftem Teil) im Vergleich zum Basisjahr 2019	Reduktion um 2 %
12 ∞ 15 🌱	2025	100 % des Verpackungspapiers stammen aus nachhaltig bewirtschafteter Forstwirtschaft und/oder sind aus recyceltem Material	90 %
12 ∞ 15 🌱	2025	>80 % des Verpackungspapiers bestehen aus recyceltem Material	69 %
12 ∞	2025	Reduktion von Metall in Verpackungen um 30 % (pro verkauftem Teil) im Vergleich zum Basisjahr 2019	Reduktion um 78 %

ALWAYS.

- HUGO BOSS stellt durch die Verwendung **ausgewählter Materialien** und eine hochwertige Verarbeitung sicher, dass seine Produkte über einen langen Zeitraum hinweg genutzt werden können.
- 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 verwendet bei allen Wattierungen in Kleidung und Accessoires **mindestens 60 % recyceltes Material**.
- HUGO BOSS verwendet ausschließlich **mulesing-freie Wolle** in reinen Wollstrickprodukten.
- HUGO BOSS bezieht Viskosefasern zukünftig ausschließlich von Lieferanten gemäß dem 20 **Hot Button Canopy Ranking**.
- HUGO BOSS stellt sicher, dass alle Produkte und Verpackungen des Unternehmens, die den Markt erreichen, **internationale Standards im Bereich Chemikalien** erfüllen.
- 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. Wo immer möglich, setzt das Unternehmen Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft ein.



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 Chancengleichheit im Allgemeinen stehen dabei im Fokus.

TODAY.

Im Jahr 2022

- betrug das **gesamte Spendenaufkommen 863.324 EUR**.
- unterstützte das Unternehmen zum zweiten Mal, gemeinsam mit der Organisation Cotton made in Africa, **Frauenclubs in Sambia**.
- unterstützte das Unternehmen zum wiederholten Mal im Rahmen des Verkaufs einer **Pride-Kapselkollektion** die Organisation ILGA World mit einer Spende.
- hat HUGO BOSS erneut das **UNICEF-Projekt Living Schools in Malawi** unterstützt.
- erhielten insgesamt 126 Schüler und Studierende Unterstützung in Form eines **Stipendiums durch die HUGO BOSS Education Association** in Izmir (Türkei).
- wurden mit dem Programm „Türen auf für Frauen“ am Standort in Izmir 727 Frauen beim **Wiedereinstieg in das Berufsleben** unterstützt.

TOMORROW.

SDG-Bezug (direkt oder indirekt)	Zieljahr	Ziel	Status quo
	2025	Erreichen von 2.100 Frauen mit einem schwachen wirtschaftlichen Hintergrund mit einem Training zum Wiedereinstieg in das Berufsleben am Standort in Izmir (Projekt „Türen auf für Frauen“)	2.352 Frauen
	2025	Erreichen von 1.400 Schülern und Studierenden durch die HUGO BOSS Education Association (Standort Izmir)	1.384 Schüler und Studierende
	2025	Erreichen von 75 benachteiligten Kindern mit dem Projekt Essen & Kunst in Kooperation mit der Kunstschule Filderstadt (Projektstart 2015)	61 Kinder
	2025	Unterstützen von 150.000 Menschen in schwierigen Lebensumständen durch eine Spende von HUGO BOSS Produkten (Basisjahr 2020)	89.900 Menschen

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 für **Chancengleichheit und Vielfalt** und fördert insbesondere Frauen entlang der Wertschöpfungskette.
- 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.