

HUGO BOSS

2020

## NACHHALTIGKEITS- BERICHT

TODAY.

TOMORROW.

ALWAYS.

# INHALTSVERZEICHNIS

- 3 Vorstandsvorwort**
- 4 Berichtsprofil**
- 6 Unternehmensprofil**
- 7 We**  
Gemeinsam Werte schaffen
- 22 Umwelt**  
Natürliche Ressourcen bewahren
- 32 Mitarbeiter**  
Eine faire und verantwortungsbewusste Kultur fördern
- 44 Partner**  
Verantwortung gemeinsam realisieren
- 56 Produkte**  
Ideen für morgen
- 65 Gesellschaft**  
Perspektiven fördern
- 68 Anhang**
  - 69 Nachhaltigkeitsprogramm – TODAY. TOMORROW. ALWAYS.
  - 81 Weitere Kennzahlen und Angaben
  - 86 Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen und GRI-Standards
  - 88 GRI-Inhaltsindex
  - 95 Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers  
über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit
  - 98 Abkürzungsverzeichnis
- 99 Impressum**

# VORSTANDSVORWORT

## Liebe Leserinnen und Leser,

der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht von HUGO BOSS erscheint in turbulenten Zeiten. Die andauernde COVID-19-Pandemie stellt auch uns als Modeunternehmen vor viele Herausforderungen. Dies betrifft insbesondere die Gesundheit der Menschen, die für uns arbeiten, sowie die zeitweise Schließung unserer Einzelhandelsgeschäfte und die Notwendigkeit, flexibel, aber verantwortungsvoll in der Lieferkette darauf zu reagieren. All dem begegnen wir bei HUGO BOSS, indem wir eng und vertrauensvoll mit unseren Mitarbeitern, Lieferanten und weiteren Stakeholdern zusammenarbeiten.

In der aktuellen Situation wurde noch einmal deutlicher, wie wichtig unsere Mitarbeiter für den Unternehmenserfolg von HUGO BOSS sind. Damit sie ihre Gesundheit schützen und ihr Privat- und Berufsleben besser miteinander vereinbaren können, haben wir unsere Arbeitsmodelle flexibilisiert. Außerdem haben wir begonnen, das Thema Vielfalt im Unternehmen mit der Definition spezifischer Verantwortlichkeiten noch stärker in unserer Kultur und in unserem Engagement zu verankern.

Zugleich halten wir an unserem Versprechen fest, qualitativ hochwertige Produkte verantwortungsvoll zu produzieren. Von zentraler Bedeutung ist hierbei unser Angebot an besonders nachhaltigen Produkten, unseren RESPONSIBLE Styles. Sie erfüllen vom Rohstoff über Verarbeitung und Verpackung bis zum Transport festgelegte, umfassende Nachhaltigkeitskriterien. 2025 soll ihr Anteil am Produktangebot mindestens 30% umfassen.

Um unseren Beitrag zur Umsetzung des Pariser Klimaschutzabkommens zu leisten, haben wir uns ebenfalls ambitionierte Ziele zur Reduktion unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen in der gesamten Wertschöpfungskette gesteckt. Sie wurden von der Science Based Targets initiative mit positivem Ergebnis validiert und leiten uns bei der Gestaltung unserer Klimaschutzaktivitäten.

Ich bin überzeugt, dass wir uns mit unserem Nachhaltigkeitsengagement auf dem richtigen Weg befinden, und sehe uns hierin durch die erneute Aufnahme in den Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World und erstmals auch in den DJSI Europe bestätigt.

Im Rückblick auf ein schwieriges Jahr möchte ich mich all jenen zuwenden, die uns dabei helfen, die aktuellen Herausforderungen zu bestehen: Besondere Anerkennung für ihren Einsatz und ihre hohe Leistungsbereitschaft gebührt unseren Mitarbeitern. Zudem danke ich unseren Stakeholdern im Allgemeinen für die Zusammenarbeit und den Austausch auf verschiedensten Ebenen sowie unseren Kunden für ihr fortwährendes Vertrauen. Ihnen allen wünsche ich nun eine anregende Lektüre.

Metzingen, im April 2021



**Yves Müller**

Sprecher des Vorstands der HUGO BOSS AG

# BERICHTSPROFIL

HUGO BOSS legt hiermit seinen achten jährlichen Nachhaltigkeitsbericht vor. Der Bericht wendet sich vor allem an Geschäftspartner, Investoren und Privataktionäre, Kunden, Mitarbeiter und Nichtregierungsorganisationen sowie Interessierte aus gesellschaftlich engagierten Gruppen, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Er informiert über die Nachhaltigkeitsaktivitäten und -ziele des Unternehmens und basiert auf den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option Kern erstellt. Die Berichtsinhalte hat HUGO BOSS 2019 anhand einer Wesentlichkeitsanalyse bestimmt und priorisiert. Die Analyse wurde im Berichtsjahr auf Aktualität überprüft und entsprechend angepasst. Berichtszeitraum ist das Geschäftsjahr 2020 mit Stichtag 31. Dezember. Wesentliche Aktivitäten, die nach diesem Datum eingetreten sind, wurden bis zum Redaktionsschluss am 31. März 2021 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 dies nicht möglich war, dienten die unten genannten Tochtergesellschaften als Basis für eine Hochrechnung auf den Konzern. Im Jahr 2020 beschäftigten diese 90% der gesamten Belegschaft. Hochgerechnet wurden vor allem Kennzahlen zu den Bereichen 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 mit einem ✓ gekennzeichneten sowie die in grauer Schriftfarbe dargestellten Berichtsinhalte wurden durch die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit auf Basis des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised) unterzogen.


# UNTERNEHMENSPROFIL

Als globales Fashion- und Lifestyle-Unternehmen zählt HUGO BOSS zu den führenden Anbietern hochwertiger Premiumbekleidung. Die Kollektionen seiner beiden Marken BOSS und HUGO sollen den Kunden eine umfassende Auswahl im Bereich der modernen Konfektion, eleganter Abendbekleidung, legerer Freizeitmode, Schuhe sowie Accessoires bieten. Darüber hinaus werden Lizenzeinnahmen durch den Verkauf von Produkten wie Düfte, Brillen, Uhren und Kindermode erwirtschaftet. Die langfristige Steigerung der Markenbegehrlichkeit steht im Vordergrund sämtlicher Unternehmensaktivitäten und ist Mittelpunkt der Konzernstrategie des in Metzingen (Deutschland) ansässigen Unternehmens.


---

## 00 | 01 Konzern im Überblick

 **1,9**  
Umsatz (Mrd. EUR)

 **~15.500<sup>1</sup>**  
Mitarbeiter

 **127**  
Länder

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

---

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

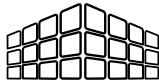
Die **textile Lieferkette** von HUGO BOSS ist geprägt von komplexen Prozessen, die zu großen Teilen außerhalb der eigenen Unternehmensgrenzen ablaufen. Für eine exzellente Verarbeitungsqualität und die optimale Warenverfügbarkeit seiner Produkte arbeitet das Unternehmen daher mit einem stabilen Netzwerk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

Ausführlichere Informationen rund um das Unternehmen sind im Konzernprofil des Geschäftsberichts 2020 enthalten. → **Geschäftsbericht 2020, Konzernprofil**

Die nachhaltige Entwicklung eines Unternehmens, so wie HUGO BOSS sie versteht, erfordert einen ganzheitlichen strategischen Ansatz, der konzernweit alle Geschäftsprozesse und das Handeln sämtlicher operativer Bereiche bestimmt. Diese Nachhaltigkeitsstrategie gliedert sich in die **sechs vom Unternehmen definierten Handlungsfelder** We, Umwelt, Mitarbeiter, Partner, Produkte und Gesellschaft. Diese werden in den folgenden Kapiteln des vorliegenden Berichts genauer erläutert.

---

<sup>1</sup> Der hier berichtete Wert bezieht sich auf Headcounts zum Stand 31. Dezember 2020. Der im Geschäftsbericht veröffentlichten Angabe (rund 13.800) hingegen liegt eine Zählweise in Vollzeitäquivalenten (Full Time Equivalent, FTE) zugrunde.



<b>7</b>	<b>We</b>
22	Umwelt
32	Mitarbeiter
44	Partner
56	Produkte
65	Gesellschaft
68	Anhang

SEITEN 7–21

# WE



## WE – Gemeinsam Werte schaffen

Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil der Geschäftstätigkeit von HUGO BOSS. Ziel der Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens ist es, durch ein vorausschauendes, stetig verbessertes Management ökologischer, sozialer und ökonomischer Chancen und Risiken den Erfolg des Unternehmens dauerhaft 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, den sogenannten Sustainable Development Goals (SDGs).

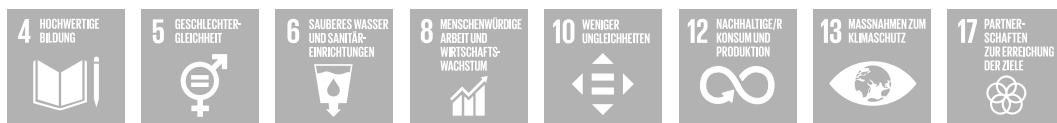
## Managementansatz

Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet für HUGO BOSS, die traditionell hohe Qualität und Langlebigkeit seiner Produkte zu gewährleisten und gleichzeitig sicherzustellen, dass diese sozial- und umweltverträglich hergestellt werden. Da dies auch den zunehmenden Forderungen der Kunden und der Gesellschaft entspricht, versteht das Unternehmen seine **vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten** immer zugleich 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 als Herzstück ihrer Agenda 2030 insgesamt 17 Ziele und 169 Unterziele für eine **nachhaltige Entwicklung**, die Sustainable Development Goals (SDGs). Mit ihnen sollen einige der drängendsten globalen Herausforderungen unserer Zeit wie der Klimaschutz gemeinschaftlich angegangen werden. HUGO BOSS trägt dazu bei, die Ziele und Unterziele zu erreichen, indem es die negativen Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeit verringert und, wo möglich, einen positiven Wandel in seinem Einflussbereich fördert. Die folgenden **acht SDGs** hat das Unternehmen im Rahmen seiner Strategiearbeit als für seine Geschäftstätigkeit besonders relevant identifiziert. Sie werden daher bei der Planung und Durchführung von Maßnahmen und Projekten besonders berücksichtigt.

---

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



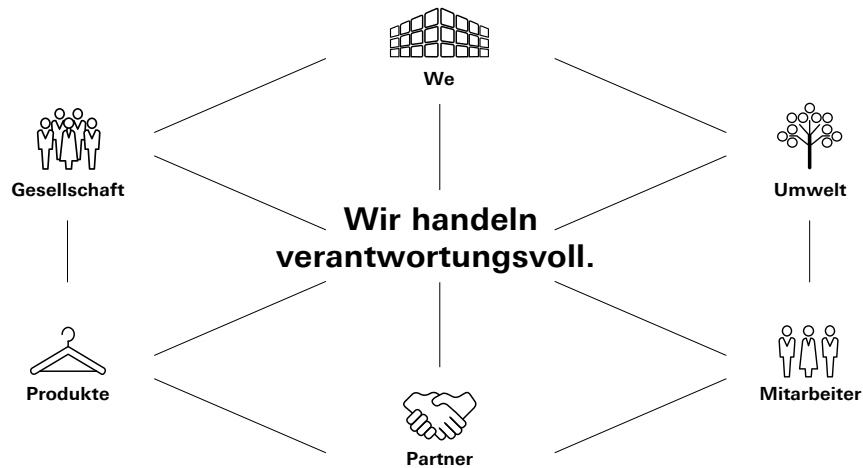

---

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

Mit We, Umwelt, Mitarbeiter, Partner, Produkte und Gesellschaft hat HUGO BOSS für seine Nachhaltigkeitsstrategie **sechs Handlungsfelder** definiert. Mit ihnen steckt das Unternehmen den Rahmen ab für verantwortungsvolles Handeln in all seinen Geschäftsprozessen und operativen Bereichen.



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 nachhaltigkeitsrelevanten Richtlinien und Standards. Zu deren Umsetzung betreibt das Unternehmen ein vom Bereich Global Sustainability gesteuertes Nachhaltigkeitsmanagement.

Das zentrale Gremium zur **Lenkung der Nachhaltigkeitsstrategie** ist das **Sustainability Committee** unter Vorsitz des Chief Operating Officer. Es setzt sich aus Mitgliedern des Vorstands und den Verantwortlichen der relevanten Ressortfunktionen (Brand & Creative Management, Construction & Facility Management, Communications, Controlling, Finance, Human Resources, Investor Relations, Legal Affairs, Logistics, Sourcing & Operations, Retail und Sustainability) zusammen. 2020 befasste sich das Gremium unter anderem mit den Themen „nachhaltigere Produkte“ und „Produktkommunikation bezüglich Nachhaltigkeit“. Zusätzliche Arbeitsschwerpunkte bildeten die Weiterentwicklung bestehender und die Implementierung neuer Nachhaltigkeitspolitiken sowie die Einbeziehung von Anspruchsgruppen (Stakeholder Engagement) in bestimmte Nachhaltigkeitsthemen.

Stakeholder Engagement bedeutet für HUGO BOSS vor allem, sich den **Erwartungen seiner Stakeholder** zu stellen und den offenen Austausch mit ihnen zu suchen, um unterschiedliche Anforderungen zu erörtern und gemeinsam mögliche Lösungswege zu gestalten. Das Unternehmen sieht darin eine geschäftliche Notwendigkeit und zugleich die 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](https://group.hugoboss.com)

Die **Leistungen seines Nachhaltigkeitsmanagements** misst HUGO BOSS unter anderem an Rating- und Ranking-Ergebnissen. Dies wird auch im Vergütungssystem des Unternehmens beachtet. So wird bei der Festlegung der Vergütungen für Mitglieder des Vorstands und Führungskräfte der beiden darunter angesiedelten Ebenen die Einstufung im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) ebenso berücksichtigt wie die Mitarbeiterzufriedenheit, die HUGO BOSS in einer Mitarbeiterbefragung gemäß dem Great Place to Work® (GPTW®)-Standard erhebt.

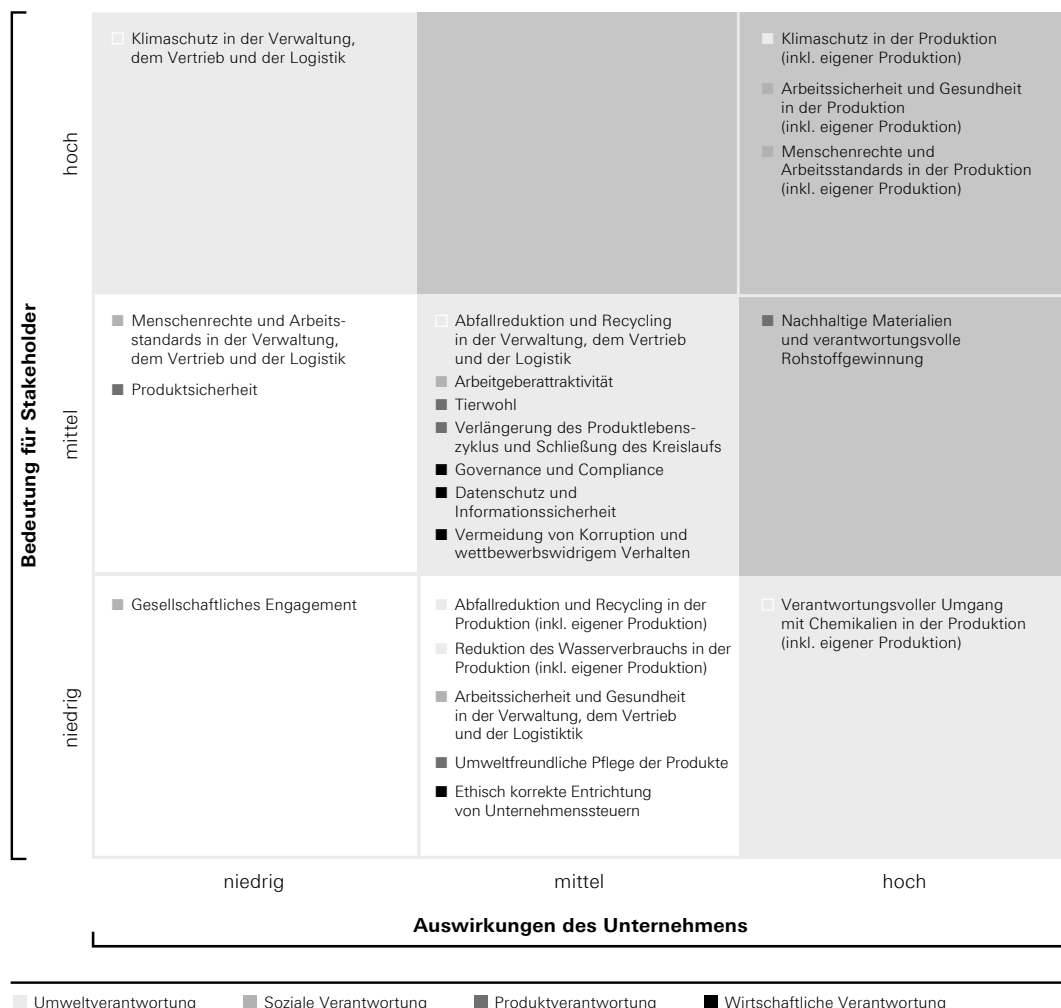
## Wesentlichkeitsanalyse

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 in einem mehrstufigen Prozess umfassend aktualisiert. → **Nachhaltigkeitsbericht 2019, Wesentlichkeitsanalyse**

Im Jahr 2020 hat HUGO BOSS die Analyse auf **Aktualität** überprüft. Daraufhin wurden neue, mit der COVID-19-Pandemie verbundene Herausforderungen einbezogen und gesellschaftliche Themen berücksichtigt. So spürte das Unternehmen ein deutlich wachsendes Interesse verschiedener Stakeholdergruppen – insbesondere der eigenen Mitarbeiter und der Medien – an Themen wie „Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben“ oder „Vielfalt“. Das wesentliche Thema „Arbeitgeberattraktivität“ wurde daher in der Bedeutung für Stakeholder höher eingestuft. Die Anpassungen wurden mit den relevanten Fachbereichen identifiziert, diskutiert, finalisiert und abschließend freigegeben.

Die wesentlichen Themen für den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht nach GRI können der Grafik entnommen werden.

### 01 | 03 Wesentlichkeitsmatrix



Die Schwerpunkte des vorliegenden Berichts bilden die in den grau hinterlegten Quadranten der Matrix platzierten Themen. Sie haben aus Stakeholder-Sicht hohe beziehungsweise mittlere Bedeutung und/oder zeichnen sich dadurch aus, dass die Geschäftstätigkeit des Unternehmens starke bis mittlere Auswirkungen auf sie hat. Zu den im Sinne des CSR-RUG wesentlichen Themen und den Änderungen bei der Themenbewertung, die sich aus der 2020 durchgeführten Überprüfung ergaben, äußert sich das Unternehmen in der **zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung** im Geschäftsbericht.

→ **Geschäftsbericht 2020, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung**

Die Erkenntnisse aus der Wesentlichkeitsanalyse fließen in die **kontinuierliche Strategiearbeit** von HUGO BOSS ein. Auf ihrer Grundlage definiert das Unternehmen in seinem Nachhaltigkeitsprogramm strategische Ziele für seine Handlungsfelder und berichtet über Fortschritte beziehungsweise bereits erreichte Ziele. Das **Nachhaltigkeitsprogramm** wurde 2019 überarbeitet, deutlich geschärft und stellt, dem Konzept „TODAY. TOMORROW. ALWAYS.“ entsprechend, für alle Nachhaltigkeitsaktivitäten des Konzerns einen zeitlichen Bezug her. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

## Klimaschutz

HUGO BOSS misst dem Klimaschutz einen hohen Stellenwert bei und setzt eine handlungsfeldübergreifende Strategie zu diesem Thema um. Einen Meilenstein bildete hierbei 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. Die Unterzeichner bekennen sich zu der Vision der UNFCCC, bis 2050 eine **klimaneutrale Modeindustrie** zu schaffen und auf dem Weg dorthin als Etappenziel eine Reduktion der gesamten CO<sub>2</sub>-Emissionen um 30% bis 2030 zu erreichen.

Dementsprechend hat sich HUGO BOSS im Jahr 2020 wissenschaftlich fundierte Klimaziele (Science-Based-Targets, SBT) gesteckt, mit denen das Unternehmen im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen von 2015 steht. Dem Unternehmen wurde im Jahr 2020 im Rahmen einer offiziellen Validierung bestätigt, dass die Ziele den strengen Vorgaben der **Science Based Targets initiative** (SBTi) entsprechen. Als Basis für die Klimastrategie wurden die CO<sub>2</sub>-Reduktionspotenziale für die Bereiche Gebäude, Logistik/Transporte, Produktion und Rohwaren identifiziert. HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, seine **Scope-1- und -2-Emissionen** bis 2030 gegenüber dem Basisjahr 2018 um mindestens 51% zu reduzieren. Durch diese Reduktion der eigenen CO<sub>2</sub>-Emissionen leistet das Unternehmen im eigenen Zuständigkeitsbereich seinen Beitrag dazu, die globale Erderwärmung auf maximal 1,5°C zu limitieren. Für die **Scope-3-Emissionen**, die hauptsächlich aus Transport, Produktion und Rohwarenherstellung stammen, wird für den gleichen Zeitraum eine Reduktion von 30% angestrebt. Wird diese Vorgabe umgesetzt, trägt HUGO BOSS dazu bei, die Erderwärmung auf deutlich unter 2°C zu begrenzen.

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

HUGO BOSS versteht den **Klimaschutz** als gemeinschaftliche Aufgabe, an der sich alle Akteure in der **Wertschöpfungskette** beteiligen müssen. Für das Erreichen der Klimaziele, die sich HUGO BOSS selbst gesteckt hat, kommt es daher vor allem auf die strategische Zusammenarbeit mit den Partnern in der Lieferkette an. Die von HUGO BOSS durchgeführte **Naturkapitalbewertung** ergab: Die Scope-3-Emissionen machen über 90% der Emissionen in der gesamten Wertschöpfungskette des Unternehmens aus. Um sie zu verringern, müssen die Partner in den Strategieprozess eingebunden und dazu befähigt werden, ihren eigenen Beitrag zur Reduktion zu leisten. Deshalb engagiert sich HUGO BOSS aktiv in den **Arbeitsgruppen der UNFCCC** zu den Themen „Rohwaren“, „Energieeffizienz und erneuerbare Energien im Herstellungsprozess“ sowie „politisches Engagement“. Dabei wurde gemeinsam mit anderen Akteuren der Bekleidungsbranche eine Roadmap für einen klimaneutralen Modesektor entwickelt und veröffentlicht. Sie soll den unterschiedlichen Akteuren in der Bekleidungsbranche helfen, Klimaschutzmaßnahmen einzuleiten, und ihnen geeignete Initiativen und Programme für ihre Dekarbonisierung aufzeigen. Weitere Informationen zur Klimaschutzstrategie werden in den Kapiteln Umwelt und Partner beschrieben. → **Umwelt** → **Partner**

## 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 zu der Zusammensetzung, den Aufgaben sowie der Vergütung der Führungs- und Kontrollorgane von HUGO BOSS können dem Geschäftsbericht entnommen werden.

→ **Geschäftsbericht 2020, 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. Sie 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. Eine entsprechende Erklärung des Vorstands ist auf der Unternehmenswebsite öffentlich einsehbar. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Was menschenrechtliche und ethische Sorgfaltspflichten für HUGO BOSS konkret beinhalten, hat das Unternehmen in seinem **Verhaltenskodex** festgehalten. Mit ihm hat HUGO BOSS 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 „Antikorruption“. Er verlangt zudem ausdrücklich von allen im und für das Unternehmen tätigen Personen, die international anerkannten Menschenrechte zu achten, zu respektieren und menschenwürdige Arbeitsbedingungen sicherzustellen. Dazu gehört zunächst die körperliche Unversehrtheit, aber auch der Schutz der persönlichen Würde. Bewusstes Fehlverhalten und absichtliche Verstöße gegen den Verhaltenskodex werden nicht toleriert. Der Verhaltenskodex wird jedem Mitarbeiter mit dem Arbeitsvertrag ausgehändigt und ist in mehr als zehn Sprachen in elektronischer Form für alle Mitarbeiter verfügbar. Zudem ist er, in der neusten Version von 2021, für die Öffentlichkeit auf der Unternehmenswebsite einsehbar. Flankierend zum Verhaltenskodex setzt HUGO BOSS mit seinem **Lieferantenverhaltenskodex** ergänzende Standards für Partner. → [Partner → group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Corporate Governance beinhaltet für HUGO BOSS auch eine ethisch korrekte Entrichtung von Unternehmenssteuern. Sie bildet eine elementare Voraussetzung, um das Ansehen des Unternehmens bei Mitarbeitern, Kunden sowie weiteren Stakeholdern dauerhaft zu wahren. 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 Schritte. Es zielt darauf ab, Risiken frühstmöglich zu identifizieren, zu bewerten und mittels geeigneter Maßnahmen zu begrenzen, zu überwachen und zu dokumentieren. Die Koordination des konzernweiten Risikomanagements obliegt einer **eigenständigen Risikomanagementfunktion** in der Konzernzentrale. Der Aufsichtsrat ist über seinen Prüfungsausschuss (Audit Committee) in das Risikomanagement eingebunden und befasst sich regelmäßig mit relevanten Themen.

Nachhaltigkeitsrelevante – etwa **soziale und ökologische – Risiken** sind ebenfalls Bestandteil des Risikomanagements und werden mittels Szenarien bewertet. Neben möglichen finanziellen Auswirkungen für das Unternehmen wird bei dieser Bewertung zugleich die Frage nach der externen Auswirkung des Unternehmenshandelns im jeweiligen Themenfeld in die Betrachtung miteinbezogen (**Inside-Out-Analyse**). Menschenrechtsrisiken bewertet das Unternehmen in einem systematischen, in das Risikomanagementsystem integrierten und mit der gebotenen Sorgfalt ausgeführten Verfahren (**Due-Diligence-Prozess**). Dieser wiederkehrende Prozess ist in den übergeordneten Risikomanagementprozess integriert. Das Vorgehen ist damit an die ISO 31000-Norm angelehnt. Der Due-Diligence-Prozess erstreckt sich über fünf Einzelschritte, die auf der Unternehmenswebsite öffentlich einsehbar sind. Auch die von der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD) definierten **Sektorrisiken für die Textilindustrie** werden bei der Risikobetrachtung berücksichtigt. Nach umfassender Bewertung zur Lage der Menschenrechte und auf Basis seiner langjährigen Erfahrung in der textilen Produktion stuft das Unternehmen diese als für sein Geschäftsmodell relevantestes Rahmenwerk ein. 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**  
→ [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

Die Bewertung der Menschenrechtsrisiken erfolgt für die gesamte Wertschöpfungskette von HUGO BOSS. Pro Wertschöpfungsstufe wurden, bezogen auf Tätigkeitsart und -umfeld, **Gefahren einschätzungen** für die potenziell betroffenen Personengruppen erstellt. Die im Jahr 2020 erneut durchgeführte Analyse bestätigte, dass die größten Risiken in der vorgelagerten Lieferkette, also bei den Zulieferern der direkten Lieferanten von HUGO BOSS, liegen. Insbesondere die Rechte von Angehörigen gefährdeter Gruppen (Vulnerable Groups), wie Kindern, Frauen und Wanderarbeitern, sind in bestimmten Beschaffungsmärkten gesetzlich nicht ausreichend berücksichtigt. Zur Priorisierung der genannten **Risikofelder und -gruppen** sind in der Vergangenheit auch externe Stakeholder eingebunden worden.

Um potenziellen Menschenrechtsverletzungen vorzubeugen, hat HUGO BOSS 2020 eine unternehmenseigene, öffentlich zugängliche **Human Rights Policy** eingeführt, die auf der vom Vorstand abgegebenen **Erklärung zur Wahrung der Menschenrechte** aufbaut. Sie enthält für alle Mitarbeiter verbindliche Vorgaben zu den Menschenrechten, zu **menschenwürdigen Arbeitsbedingungen** sowie zu international anerkannten **Arbeits- und Sozialstandards**. Die Regelungen der Human Rights Policy sind nicht nur für die eigenen Mitarbeiter bindend, sondern müssen auch in der Zusammenarbeit mit den Partnern umgesetzt werden. HUGO BOSS verpflichtet sich gegenüber den eigenen Mitarbeitern, diese Vorgaben stets einzuhalten. Zudem fordert HUGO BOSS von seinen Partnern über den Lieferantenverhaltenskodex, die Menschenrechte zu wahren und deren Einhaltung auch bei ihren eigenen Partnern sicherzustellen. Der Lieferantenverhaltenskodex ist Bestandteil der vertraglichen Vereinbarungen mit den Partnern. Er basiert unter anderem 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. Weiterhin 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, Kooperationen**  
→ **Mitarbeiter** → **Partner** → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

## Compliance

HUGO BOSS erwartet von allen Mitarbeitern ein rechtlich einwandfreies Verhalten im unternehmerischen Alltag einschließlich der Vermeidung von Korruption und wettbewerbsschädigendem Verhalten. Dazu betreibt 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. Mit ihren Fragen zu einem rechtlich korrekten Verhalten und der Bitte um Unterstützung 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.

HUGO BOSS nimmt jeden Vorfall, der gemeldet wird, ernst und geht konsequent gegen Compliance-Verstöße vor. Sobald ein Hinweis oder 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-Ansprechpartner zur Verfügung. Zudem besteht die Möglichkeit, die Beschwerden an Mitarbeiter der Personalabteilung zu richten. Den Beschäftigten der HUGO BOSS AG steht der eigene Betriebsrat als Ansprechpartner zur Verfügung. In den USA hält der Konzern ferner eine Hinweisgeber-Hotline bereit.

Zusätzlich können HUGO BOSS Mitarbeiter, Lieferanten und deren Beschäftigte sowie andere Dritte sich persönlich oder über ein elektronisches Hinweisgebersystem an einen unabhängigen **externen Ombudsmann** wenden. Dieser bietet den Hinweisgebern die Möglichkeit einer anonymen Meldung von Verstößen. Hinweise an den Ombudsmann werden von diesem an die Compliance-Abteilung weitergeleitet und dort bearbeitet, dabei bestimmt der Hinweisgeber den Umfang der zur Verfügung gestellten Informationen. 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 der Lieferanten einen zusätzlichen Beschwerdeweg zur Meldung von Compliance-Verstößen zu eröffnen, verpflichtet HUGO BOSS seine Lieferanten dazu, einen eigenen **anonymen Beschwerdemechanismus** einzurichten.

Sämtliche Meldewege für Compliance-Verstöße sind für alle Mitarbeiter weltweit im HUGO BOSS Mitarbeiterportal 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 Onlinetraining soll das **Bewusstsein für die Compliance-Regeln** im Unternehmen stärken. Für Mitarbeiter mit einem direkten PC-Zugang ist es regelmäßig zu absolvieren. Das Training enthält Module zu den Themen „Korruption“, „Datenschutz“ sowie zu Menschenrechtsfragen und artverwandten Themen. Im Berichtsjahr haben im Konzern über 7.272 Mitarbeiter das Compliance-Onlinetraining absolviert. Zur besseren Verständlichkeit und Akzeptanz der Compliance-Regeln im Unternehmen wird das **Compliance-Onlinetraining** im Frühjahr 2021 um weitere Sprachmodule erweitert, sodass künftig die Regionen mit den meisten Mitarbeitern von HUGO BOSS abgedeckt sind.

Mitarbeiter in Positionen, für die das Thema Compliance besondere Relevanz hat, werden durch **Präsenzschulungen** für ihren Verantwortungsbereich speziell geschult. 2020 fanden aufgrund der COVID-19-Pandemie nur wenige Präsenztrainings statt. An ihrer Stelle wurden zusätzliche, online durchgeführte Trainings veranstaltet.

### **Vermeidung von Korruption, Bestechung und Kartellrechtsverletzungen**

Zu ethisch einwandfreiem und rechtmäßigem Verhalten gehört auch die Vermeidung von Korruption, Bestechung und Kartellrechtsverletzungen. Verstöße gegen entsprechende gesetzliche Vorgaben können neben der Gefahr finanzieller Einbußen auch ein Reputationsrisiko nach sich ziehen. Deshalb werden alle Konzerngesellschaften regelmäßigen **Risikoanalysen** und gegebenenfalls detaillierten **Audits** unterzogen. Das größte Risiko für Korruption besteht in der Beschaffung von Produktionsmaterialien und Nichtproduktionsmaterialien. Aus diesem Grund überprüft HUGO BOSS die relevanten Bereiche sowohl regulär wie auch anlassbezogen auf Schwachstellen.

Sollten **Fälle von Korruption, Bestechung oder Kartellrechtsverletzungen** bekannt werden, wird der Aufsichtsrat hierüber informiert. 2020 stellte die dänische Wettbewerbsbehörde einen kartellrechtlichen Verstoß hinsichtlich einer vermeintlich unerlaubten Informationsweitergabe fest. Ein Bußgeld wurde bisher nicht verhängt. HUGO BOSS vertritt in dem Fall eine andere Auffassung und legte entsprechend Beschwerde ein. Mit einer vorläufigen Entscheidung ist voraussichtlich im Laufe des Monats Mai 2021 zu rechnen. Darüber hinaus wurden im Unternehmen 2020 keine weiteren Verstöße im Sinne von behördlich oder gerichtlich festgestellten Verletzungen der Bestimmungen gegen Korruption und Bestechung oder des Kartellrechts bekannt. → **Geschäftsbericht 2020, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Bekämpfung von Korruption und Bestechung**

## Datenschutz und Informationssicherheit

HUGO BOSS nimmt seine Sorgfaltspflichten im Umgang mit personenbezogenen Daten sehr ernst. Um den hohen Anforderungen der Datenschutz-Grundverordnung gerecht zu werden, hat HUGO BOSS eine **interne Datenschutzorganisation** aufgebaut. Der Vorstand der HUGO BOSS AG bekennt und verpflichtet sich zur Einhaltung der gesetzlichen Datenschutzvorgaben. Für das Unternehmen haben insbesondere Kunden- und Mitarbeiterdaten eine hohe Relevanz, aber auch personenbezogene Daten von Geschäftspartnern und Aktionären sind für HUGO BOSS von Bedeutung. → **Geschäftsbericht 2020, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Sozialbelange**

Verstöße gegen den Datenschutz stellen stets ein Risiko für die jeweiligen Betroffenen, zugleich aber auch ein erhebliches Compliance-Risiko mit finanziellen Folgen und möglichen Reputationseinbußen für das Unternehmen dar. Diesen Risiken begegnet HUGO BOSS mit klaren Vorgaben für den Umgang mit personenbezogenen Daten in einer internen Datenschutzleitlinie sowie weiteren Richtlinien und anderen angemessenen technischen und organisatorischen Maßnahmen. Die **Datenschutzbestimmungen** für den Onlinestore und das Kundenbindungsprogramm sind online einsehbar. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

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. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com) → **Geschäftsbericht 2020, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Sozialbelange**

Beschwerden und potenzielle **Datenschutzvorfälle** werden gemäß der Beschwerderichtlinie Datenschutzverletzung überprüft und bearbeitet. Im Berichtsjahr wurde eine von der Aufsichtsbehörde im Februar 2018 eingeleitete Datenschutzprüfung wieder aufgegriffen. 2020 wurden dem Unternehmen keine Verstöße im Sinne behördlich oder gerichtlich festgestellter Datenschutzverletzungen bekannt ✓.

Vor dem Hintergrund des digitalen Wandels steigen auch die Anforderungen an eine verlässliche **Informationssicherheitsstrategie** und deren Bedeutung. Deswegen setzt HUGO BOSS seit 2020 ein Informationssicherheits- und Analysesystem ein, mit dem Daten in Echtzeit gesammelt und analysiert werden können. Dies befähigt das Unternehmen, Vorhersagen zu möglichen Störfällen, Datenverlusten und Angriffen zu treffen und so die Informationssicherheit konzernweit zu verbessern. Angesichts des durch die Pandemie noch verstärkten Trends zum Arbeiten im Homeoffice hat HUGO BOSS weitere Richtlinien zur Informationssicherheit entwickelt. Sie werden auch über die Pandemie hinaus Gültigkeit haben. Außerdem hat das Unternehmen seine Arbeiten an der Einführung eines Informationssicherheitsmanagementsystems nach **ISO 27001** fortgesetzt. Die Implementierung soll Mitte 2021 in ersten Geschäftsbereichen abgeschlossen sein.



## Dialogorientierte Unternehmenskultur

Als globales 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 alle Beteiligten einen Mehrwert zu schaffen. Damit dies gelingt, legt HUGO BOSS großen Wert auf einen systematischen **Austausch mit relevanten Stakeholdern**. Basierend auf einer an den Standard AA 1000 SES angelehnten Stakeholder-Analyse setzt HUGO BOSS hierfür eine Reihe standardisierter Formate ein.

### 01|04 Formate und Ansätze der Stakeholderkommunikation

<b>(Potenzielle) Mitarbeiter</b>	Intranet, Mitarbeiter-Newsletter und informative E-Mails, soziale Medien, Nachhaltigkeitsevents und -dialoge, Mitarbeiterbefragungen (z. B. zu Mitarbeiterzufriedenheit), Mitarbeiterbindung durch Ideenplattform, Hochschulk Kooperationen, Trainings	Website, Nachhaltigkeitsbericht, Soziale Medien und Stakeholder-Dialog-Event
<b>Kunden</b>	Kundenservice (telefonisch oder per E-Mail), Kundenbefragungen (auch zu nachhaltigkeitsbezogenen Themen), Onlinestore, 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, Zusammenarbeit und Kooperation bei bestimmten Themen, Trainings	
<b>Aktionäre und Investoren</b>	Geschäftsbericht, Quartalsmitteilung, Pressemitteilungen, Telefonkonferenzen, Hauptversammlung, Analystenkonferenz, Investorentag, individuelle Anfragen, 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, Mitgliedschaft und Kooperation bei bestimmten Themen	
<b>Weitere Stakeholder</b>	Pressemitteilungen, Geschäftsbericht, direkter Kontakt (E-Mails, persönliche Treffen, Telefonate), Round Tables, Kooperation bei bestimmten Themen	

Im Jahr 2020 veranstaltete HUGO BOSS sein inzwischen fünftes **internationales Stakeholder-Dialog-Event** zu Nachhaltigkeitsthemen – pandemiebedingt ausschließlich virtuell. Es beteiligten sich Repräsentanten verschiedener Nichtregierungsorganisationen (Non-Governmental Organizations, NGOs), Vertreter von Kooperationen und der Politik sowie Wissenschaftler und erstmals auch Investoren. Sie diskutierten mit Angehörigen des Managements von HUGO BOSS – unter anderem dem Chief Operating Officer und Vertretern des Aufsichtsrats. Im Mittelpunkt standen die Herausforderungen der Modeindustrie, insbesondere auch vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie. Unter anderem tauschten sich die Teilnehmer kritisch über die Auswirkungen der Pandemie auf die globale Lieferkette von HUGO BOSS aus. Gemeinsam dachten sie außerdem über notwendige Verbesserungen der Kommunikation zwischen Unternehmen und Stakeholdern sowie mögliche Lösungswege nach.

Viele bestehende **Kontakte mit Stakeholdern** wurden im Jahr 2020 weiter vertieft. Darüber hinaus arbeitete HUGO BOSS themenbezogen mit Start-ups zusammen und engagierte sich in verschiedenen Kooperationen und Initiativen, um seine ökologischen und sozialen Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette zu stärken und gemeinsam mit anderen voranzutreiben. → **We, Kooperationen** → **Partner**  
→ **Produkte** → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

Zur **Förderung des Nachhaltigkeitsgedankens** innerhalb der Belegschaft führt HUGO BOSS unterschiedliche Maßnahmen für Mitarbeiter durch. So informiert der Nachhaltigkeitskanal des unternehmensinternen Informationsportals seit dem Berichtsjahr regelmäßig über die aktuellen Nachhaltigkeitsthemen bei HUGO BOSS. Zusätzlich bietet das Unternehmen seinen Mitarbeitern zahlreiche, teilweise verpflichtende **Schulungen zu Nachhaltigkeitsinhalten** an.

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

	2020	2019
Arbeitssicherheit und Gesundheit	1.839	2.888
Aus- und Weiterbildung	1.255	3.578
Compliance und IT-Sicherheit	9.011	4.521
Produkt und Lieferkette	3.143	5.599
Andere	577	2.862
<b>Gesamt</b>	<b>15.825</b>	<b>19.448</b>

Im Berichtsjahr betrug der Umfang der Schulungen mit Nachhaltigkeitsbezug insgesamt 15.825 Stunden (2019: 19.448). Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr hängt hauptsächlich mit den Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie zusammen. Die stark gestiegene Anzahl der Stunden für Compliance- und IT-Sicherheitsschulungen geht auf den Durchführungsturnus der Compliance-Schulung zurück, die in regelmäßigen Abständen zu absolvieren ist.

Ein weiterer Bestandteil des kontinuierlichen **Dialogs im Unternehmen** sind unterschiedliche Gesprächsformate wie das Vorstandsfrühstück oder die jährlichen Betriebsversammlungen an den Standorten in Metzingen, Coldrerio (Schweiz) und Izmir (Türkei). In regelmäßigen Veranstaltungen, wie den Townhall-Meetings, erhalten die Mitarbeiter zudem Gelegenheit, Fragen an den Vorstand einzureichen und sich anschließend mit ihm darüber auszutauschen. Aufgrund der COVID-19-Pandemie wurden diese Formate verstärkt digitalisiert. Weiterhin führt HUGO BOSS regelmäßig eine **globale Mitarbeiterzufriedenheitsumfrage** nach dem externen, konzernweit gültigen GPTW®-Standard durch – so auch im Berichtsjahr. → **Mitarbeiter**

HUGO BOSS respektiert das Recht seiner Mitarbeiter, sich gewerkschaftlich zu organisieren, und tauscht sich mit deren Vertretern aus. So steht das Unternehmen insbesondere an seinen Produktionsstandorten in konstruktivem **Dialog mit den lokalen Gewerkschaften**. Auch der Lieferantenverhaltenskodex von HUGO BOSS sieht vor, dass sich die Mitarbeiter der Partner gewerkschaftlich vereinigen dürfen. Bei Bedarf unterstützt das Unternehmen den Dialog zwischen den beteiligten Parteien. → **We, Kooperationen**  
→ **Partner**

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

## Auszeichnungen im Berichtszeitraum

- Aufnahme in den DJSI World im Sektor Textilien, Kleidung und Luxusgüter (zum vierten Mal in Folge) und erstmalig in den DJSI Europe
- Bestätigung als Mitglied im FTSE4Good Index
- Erneute Aufnahme in den Euronext Vigeo Index: Eurozone 120, erstmalig in den Europe 120 aufgenommen
- Prime-Status beim ISS-oekom Corporate Rating
- CDP (ehemals Carbon Disclosure Project) Score von B und Auszeichnung als „Supplier Engagement Leader“ für die Leistungen beim Klimaschutz in der Lieferkette
- Aufnahme in den DAX 50 ESG Index
- 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
- Bronze Stevie Award „Most Valuable Employer – EMEA“ für die aufgrund der COVID-19-Pandemie getroffenen Vorsichts- und Gesundheitsmaßnahmen am Standort Izmir
- Gold Stevie Award „Team des Jahres: COVID-19 Krisenteam“ und „Wertvollste Reaktion eines Unternehmens: HUGO BOSS Maskenspende“ für die HUGO BOSS AG
- Gewinner des „Sustainable Development and Innovation Award“ der Bloomberg Businessweek China
- HUGO BOSS unter den Financial Times Top 100 „Diversity Leaders“ in Europa
- Unter den Top-50-Unternehmen im Fashion Transparency Index
- Verleihung der Auszeichnung „Deutschlands nachhaltigste Unternehmen“ des Magazins stern

## Externe Standards und Vereinbarungen

- Unterzeichner der Charta der Vielfalt  
charta-der-vielfalt.de
- HUGO BOSS AG und Standort Izmir sind Unterzeichner der Women’s Empowerment Principles  
weps.org
- Unterzeichner der Fashion Industry Charter for Climate Action der UNFCCC  
unfccc.int
- Unterzeichner des 2020 Circular Fashion System Commitment der Global Fashion Agenda (GFA)  
globalfashionagenda.com
- Standard des Global Social Compliance Programme (GSCP)  
für Umweltaudits des The Consumer Goods Forum  
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 der Internationale Organisation für Normung (International Organization for Standardization, ISO).

## 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.  Regelmäßige Fortschrittskontrollen werden bei Lieferanten durchgeführt und sie werden in der Umsetzung ihrer Aktionspläne unterstützt.
<b>Aid by Trade Foundation (AbTF)</b>  (Zusammenarbeit seit 2019)	Durch die Förderung des Handels mit nachhaltig produzierten Rohstoffen wird Hilfe zur Selbsthilfe geleistet, um so einen Beitrag zum Umweltschutz in der Rohstoffproduktion sowie zur Armutsbekämpfung zu leisten.	Mit seinen Initiativen Cotton made in Africa (CmiA) und The Good Cashmere Standard® (GCS®) fördert die AbTF nachhaltig produzierte Baumwolle und Kaschmir (finanziert durch Lizenzgebühren).  HUGO BOSS informiert seine Lieferanten darüber, wie man CmiA in die textile Lieferkette integriert, und hat 2020 erstmalig eine Kapselkollektion auf den Markt gebracht, die die Initiative unterstützt und das CmiA-Label trägt.  HUGO BOSS zählt zu den ersten Unterstützern des GCS®.
<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 Prüflaboren sowie externen Beratern werden branchenweite Restricted Substances Lists (RSL) – die Product RSL und die Packaging RSL – 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, verfolgt.	BCI-Partner führen Trainings für Baumwollfarmer durch und bieten eine professionelle Beratung zum Anbau von Better Cotton an (dies wird durch eine volumenabhängige Gebühr der Mitglieder finanziert).  Bis 2025 bezieht HUGO BOSS 100% der verwendeten Baumwolle seiner Produkte aus nachhaltigeren Quellen (Stand im Jahr 2020: 86%), von denen ein großer Teil als Better Cotton durch ein Mass-Balance-System bezogen wird.  HUGO BOSS unterstützt das Egyptian Cotton Project, bei dem Baumwolle nach dem Better Cotton Standard und europäischen biologischen Leitlinien angebaut wird.
<b>Bündnis für nachhaltige Textilien (Textilbündnis)</b>  (Mitglied seit 2015)	Soziale, ökologische und ökonomische Verbesserungen werden entlang der textilen Lieferkette angestrebt, indem sich die Mitglieder austauschen und miteinander kooperieren.	HUGO BOSS verpflichtet sich, alle zwei Jahre einen Sorgfaltpflichtenplan zu veröffentlichen, in dem die schwerwiegendsten sozialen, ökologischen und Korruptionsrisiken in der eigenen Lieferkette ermittelt, entsprechende Ziele und Maßnahmen gesetzt werden und zum Fortschritt der Umsetzung der Ziele berichtet wird.  HUGO BOSS trägt aktiv dazu bei, dass durch die Mitarbeit in Arbeitsgruppen, wie zu den Themen „Einkaufspraktiken“ und „Klimaschutz“, branchenweit ein Austausch stattfindet und gemeinsame Projekte angestoßen werden.
<b>Bündnisinitiative Existenzsichernde Löhne</b>  (Engagement in der Initiative seit 2019)	Wirkungsvolle Lösungen für existenzsichernde Löhne werden in Produktionsländern angestrebt.	Basierend auf einer Selbsteinschätzung zu eigenen Einkaufspraktiken und deren Auswirkungen auf Löhne bei seinen Lieferanten hat HUGO BOSS einen Ziel- und Maßnahmenplan erstellt.  Mit diesen Verbesserungsmaßnahmen soll dazu beigetragen werden, dass die gezahlten Löhne die Grundversorgung von Arbeitskräften und ihren Familien sichern.
<b>Bündnisinitiative Tamil Nadu</b>  (Engagement in der Initiative seit 2017)	Die Bündnisinitiative zielt darauf ab, die Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie in Tamil Nadu insbesondere für Frauen und Mädchen in Spinnereien systemisch zu verbessern.	Bereits über 24.500 Arbeitnehmer haben durch die Initiative in Spinnereien und Textilfabriken an Trainingsprogrammen zu Sozialstandards teilgenommen.  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.

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

Name	Ziel der Kooperation	Aktivitäten der Kooperation und Beitrag von HUGO BOSS
<b>Fair Labor Association (FLA)</b>  (Mitglied seit 2014, akkreditiert im Jahr 2018)	Arbeitnehmerrechte werden gefördert und geschützt und Arbeitsbedingungen weltweit verbessert.	<p>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.</p> <p>Die FLA führt unabhängige Audits bei selbst ausgewählten Lieferanten durch. Die veröffentlichten Ergebnisse steigern die externe Transparenz.</p> <p>HUGO BOSS überprüft kontinuierlich, ob die von der FLA auditierten Lieferanten die definierten Maßnahmenpläne umsetzen. Die FLA führt Prüfungen durch, um sicherzugehen, dass Arbeitsbedingungen verbessert werden.</p> <p>Im Rahmen seiner Mitgliedschaft bei der FLA setzt sich HUGO BOSS mit den konkreten Vergütungspraktiken seiner Lieferanten auseinander und unterstützt eine schrittweise Annäherung an faire Löhne in der Textilindustrie.</p>
<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 Zusammenarbeit werden Maßnahmen entwickelt und durchgeführt, um Treibhausgasemissionen in Einklang mit dem Pariser Übereinkommen zu reduzieren.	<p>HUGO BOSS bekennt sich zu den Zielen der Charter, bis 2050 eine klimaneutrale Modeindustrie zu schaffen und auf dem Weg dorthin als Etappenziel eine Reduktion der gesamten CO<sub>2</sub>-Emissionen um 30% bis 2030 zu erreichen. Um gemeinsam mit anderen Unterstützern der Charter eine Roadmap für die Erreichung der Ziele zu erstellen, beteiligte sich das Unternehmen an den Arbeitsgruppen „Rohwaren“, „Energieeffizienz und erneuerbare Energien im Herstellungsprozess“ sowie „politisches Engagement“.</p> <p>Diese Roadmap wurde 2020 mit dem Ziel veröffentlicht, Akteure zu helfen, Klimaschutzmaßnahmen einzuleiten und ihnen geeignete Initiativen und Programme für ihre Dekarbonisierung aufzuzeigen.</p> <p>Im Rahmen seines Engagements für die Charter hat sich HUGO BOSS zudem wissenschaftlich fundierte Klimaziele (Science-Based-Targets) gesteckt. Die eigenen Scope-1- und -2-Emissionen sollen bis 2030 im Vergleich zum Basisjahr 2018 um mindestens 51 % reduziert werden. Hinsichtlich der Scope-3-Emissionen wird für den gleichen Zeitraum eine Reduktion um 30 % angestrebt.</p>
<b>Leather Working Group (LWG)</b>  (Mitglied seit 2017)	Protokolle werden entwickelt und gepflegt, um die Umweltverträglichkeit von Lederherstellern zu bewerten und nachhaltige Geschäftspraktiken zu fördern.	<p>Die LWG stellt Informationen, Schulungen und weitere Unterstützung für Gerbereien bereit, um Umweltstandards kontinuierlich zu verbessern.</p> <p>HUGO BOSS fördert die Zertifizierung nach LWG-Vorgaben von zuliefernden Gerbereien und unterstützt diese im Prozess.</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 2020: 59%).</p>
<b>Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)</b>  (Mitglied seit 2017)	Schädliche Chemikalien werden in der kompletten textilen und Lederlieferkette eliminiert.	<p>Das ZDHC Roadmap to Zero Programme 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 Beratungs- und Arbeitsgruppen, wie zur Aktualisierung der ZDHC Manufacturing Restricted Substances List (ZDHC MRSL) und der Überarbeitung der Abwasserrichtlinie für Lederprozesse.</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>

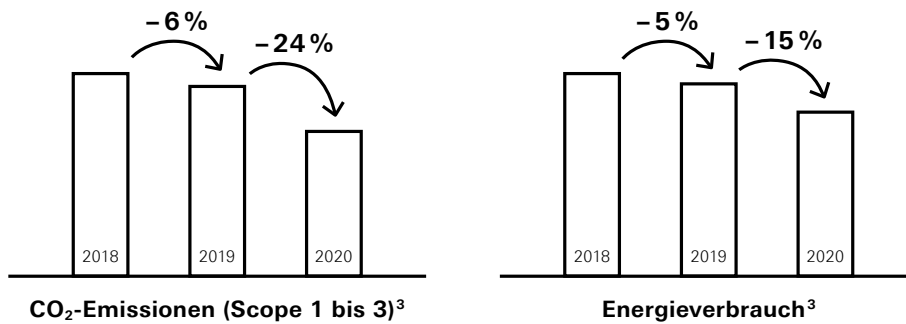
<sup>1</sup> Bei den aufgelisteten Kooperationen handelt es sich um eine Auswahl. Weitere Kooperationen finden Sie auf der Unternehmenswebsite (group.hugoboss.com).



7	We
<b>22</b>	<b>Umwelt</b>
32	Mitarbeiter
44	Partner
56	Produkte
65	Gesellschaft
68	Anhang

SEITEN 22 – 31

# UMWELT



## UMWELT – Natürliche Ressourcen bewahren

HUGO BOSS ist sich seiner Mitverantwortung für den Schutz von Umwelt und Klima bewusst. Deshalb 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 hierfür ebenso wesentlich wie die Vermeidung und das Recycling von Abfällen. Zudem hat Klimaschutz für den Konzern eine sehr hohe Priorität. 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 Umwelt- und Klimaschutzengagement leistet HUGO BOSS zudem einen Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs) 6, 12 und 13.

<sup>3</sup> Die Entwicklung der Umweltkennzahlen wurde im Berichtsjahr merklich von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie beeinflusst.

## Managementansatz

HUGO BOSS betrachtet das systematische Management von Umwelt- und Energiethemen als Chance, wirtschaftliche und ökologische Interessen in Einklang zu bringen und so seiner unternehmerischen Verantwortung nachzukommen. Das Unternehmen will die Umweltauswirkungen der eigenen Geschäftstätigkeit kontinuierlich verringern, hat sich dafür ambitionierte Ziele gesetzt und betreibt ein **umfassendes Umweltmanagement**. Dieses beinhaltet die firmeneigenen Verwaltungsstandorte und Produktionsstätten, die Planung, Errichtung und den Betrieb eigener Einzelhandelsgeschäfte (Retail) ebenso wie die eigene Logistik. In allen genannten Bereichen erreicht HUGO BOSS mithilfe des Umweltmanagements kontinuierlich Effizienzverbesserungen, die sich auch positiv auf die Kosten auswirken.

Darüber hinaus arbeitet HUGO BOSS eng mit seinen Lieferanten zusammen, um sicherzustellen, dass diese ihre Prozesse auch umwelt- und klimaschonend gestalten. → **Partner**

Im ersten Halbjahr 2020 hat HUGO BOSS eine konzernweit gültige **Umweltpolitik** veröffentlicht. Sie löst den bis dato geltenden Umweltleitfaden ab und beschreibt die Grundsätze des Umwelt- und Klimaschutzes für alle relevanten HUGO BOSS Unternehmensbereiche. Bestandteil der Umweltpolitik sind konkrete Anforderungen für die Lieferkette, die Produktentwicklung, den Transport- und Logistikbereich sowie ein Storekonzept, das Nachhaltigkeitskriterien bei der Planung und im Betrieb eigener Einzelhandelsgeschäfte definiert. Weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit in den Einzelhandelsgeschäften finden sich auf der Unternehmenswebsite. → **Partner** → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Die **Gesamtverantwortung für den konzernweiten Umweltschutz** bei HUGO BOSS liegt beim **Vorstand**. Inhaltlich verantwortlich ist das Umweltmanagementteam in der Konzernzentrale. Gemeinsam mit den in den Tochtergesellschaften lokal Verantwortlichen koordiniert es konzernweit die Umwelt- und Energieprojekte und erstellt Wirtschaftlichkeitsrechnungen. Über verschiedene 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 2020, Risikobericht**

Das Unternehmen betreibt Umwelt- und Energiemanagementsysteme nach **ISO 14001** beziehungsweise **ISO 50001**, die 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 spielt auch die Energiebeschaffung 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 der eigenen Einzelhandelsgeschäfte wird die bestehende Anlagentechnik auf **Energieeffizienz** geprüft. Grundsätzlich strebt HUGO BOSS bei allen Neubauten eigener Betriebsimmobilien Nachhaltigkeitszertifizierungen an.

→ **We, Auszeichnungen im Berichtszeitraum** → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Die im Folgenden berichteten **Umweltkennzahlen** umfassen die Kategorien Strom, Heizenergie, CO<sub>2</sub>-Emissionen, Wasser, Abwasser und Abfall. Weiterführende Kennzahlen sind im Anhang zu finden. Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie haben die Entwicklung der Umweltkennzahlen im Berichtsjahr merklich beeinflusst. Besonders die Schließungen von Einzelhandelsgeschäften und der daraus resultierende Rückgang der Produktions- und Absatzmengen sowie das vermehrte Arbeiten aus dem Homeoffice haben zur Reduktion verschiedener Verbrauchswerte beigetragen. Wenn die pandemiebedingten Einschränkungen wieder nachlassen, ist ein erneuter Anstieg dieser Kennzahlen zu erwarten. → **Weitere Kennzahlen und Angaben**

HUGO BOSS wurde für seine Arbeit im Bereich Umwelt im Berichtsjahr mehrfach ausgezeichnet. → **We, Auszeichnungen im Berichtszeitraum**

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 verfolgt HUGO BOSS wissenschaftlich fundierte, von der **Science Based Targets initiative (SBTi)** offiziell validierte Ziele (Science-Based-Targets, SBT) für die Reduktion der Treibhausgasemissionen entlang seiner Wertschöpfungskette. Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, die eigenen Scope-1- und -2-Emissionen (gemäß Greenhouse Gas Protocol) bis 2030 im Vergleich zum Basisjahr 2018 um mindestens 51 % zu reduzieren. Für die Scope-3-Emissionen wird für den gleichen Zeitraum eine Reduktion um 30 % angestrebt. → **We → Nachhaltigkeitsprogramm → group.hugoboss.com**

## Energie


Ein Hebel zur Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen an den eigenen Unternehmensstandorten von HUGO BOSS ist die Einsparung von Energie. Das im Jahr 2018 eingeführte **GREENBUDGET** trägt hierzu bei: Alle HUGO BOSS Tochtergesellschaften können Projekte beim GREENBUDGET-Committee einreichen. Auf Grundlage wirtschaftlicher und ökologischer Aspekte werden die Projekte priorisiert. Nach erfolgter Genehmigung können die entsprechenden Gesellschaften ihr freigegebenes Budget direkt zur Umsetzung des Projekts nutzen. Aufgrund der COVID-19-Pandemie wurden im Berichtsjahr die geplanten Umweltprojekte, somit auch die GREENBUDGET-Projekte, auf 2021 verschoben.

Durch die eigene **Erzeugung regenerativer Energie** trägt HUGO BOSS außerdem dazu bei, CO<sub>2</sub>-Emissionen zu vermeiden. HUGO BOSS setzt hierzu vorzugsweise auf die Errichtung von Photovoltaikanlagen bei Neubauten. Geprüft werden solche Projekte auch für bestehende Gebäude. Seit 2019 betreibt HUGO BOSS vier eigene Photovoltaikanlagen, die im Berichtsjahr insgesamt 939 MWh Strom erzeugten. Das entspricht ungefähr dem Jahresverbrauch von 188 Vierpersonenhaushalten. Ein kleiner Teil des so erzeugten Stroms wird in externe Stromnetze eingespeist. Der überwiegende Teil wird selbst verbraucht.

Mit der Umstellung des **Strombezugs aus erneuerbaren Energiequellen** nutzt HUGO BOSS eine weitere Möglichkeit, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu reduzieren. Die Stromversorgung in der Konzernzentrale bestand 2020 zu 100 % aus zertifiziertem Ökostrom. Standorte und konzernerogene Produktionsstätten in weiteren zehn Ländern nutzten im Berichtsjahr ebenfalls Ökostrom. Insgesamt stammten mehr als die Hälfte (52 %) beziehungsweise 39.518 MWh des 2020 im Konzern verbrauchten Stroms aus erneuerbaren Energiequellen.

Im Berichtsjahr lag der **Energieverbrauch** an den HUGO BOSS Standorten bei 111.920 MWh.



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

Direkter Energieverbrauch	Europa	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Heizöl	1.031	0	0	1.031
Flüssiggas	11	0	12	23
Erdgas	28.790	4.484	0	33.274
Photovoltaik	939	0	0	939
Andere Energieträger	0	0	0	0
<b>Gesamter direkter Energieverbrauch</b>	<b>30.771</b>	<b>4.484</b>	<b>12</b>	<b>35.267</b>
Indirekter Energieverbrauch				
Zertifizierter Ökostrom	38.579	0	0	38.579
Strom	12.687	12.825	10.638	36.150
Andere Energieträger (z. B. Fernwärme)	1.924	0	0	1.924
<b>Gesamter indirekter Energieverbrauch</b>	<b>53.190</b>	<b>12.825</b>	<b>10.638</b>	<b>76.653</b>

<sup>1</sup> Die Energiedaten für Retail basieren grundsätzlich auf Datenabfragen bei den Einzelhandelsgeschäften und Outlets. Für den Erdgasverbrauch liegen Daten für 44% der in die Datenerhebung einbezogenen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets vor, für Strom konnten 88% und für Fernwärme 65% 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> x Öffnungsstunde) hochgerechnet.

Im Rahmen des Energiemanagements wird im gesamten Konzern kontinuierlich an einer **Reduktion der Energieverbräuche** gearbeitet. Das Monitoring der gebäudetechnischen Anlagen an den Unternehmensstandorten sowie das vierteljährliche Reporting der Energieverbräuche im Einzelhandel ermöglichen es, Abweichungen und Verbesserungspotenziale schnell zu identifizieren. Sollte sich Handlungsbedarf ergeben, leitet das Umweltmanagementteam gemeinsam mit den entsprechenden Standortverantwortlichen wirksame Maßnahmen zur Verbrauchsreduktion ein. Die Mitarbeiter der Einzelhandelsgeschäfte wurden mit einer Broschüre für ihren Beitrag zu einem nachhaltigen Store-Betrieb sensibilisiert und über Themen wie „Energie-“ und „Wasserverbrauch“ sowie „Recycling von Abfällen“ informiert.

Durch einige **Energieeffizienzmaßnahmen** und durch die Schließung von Einzelhandelsgeschäften aufgrund der COVID-19-Pandemie sind die Energieverbräuche im Jahr 2020 um 15% gesunken. Das 2019 stillgelegte Blockheizkraftwerk in der Konzernzentrale wurde im Berichtszeitraum demontiert und durch zwei neue, mit Ökostrom betriebene Luftwärmepumpen ersetzt. Durch dieses neue Energiekonzept kann nun die benötigte Wärme effizienter und frei von fossilen Brennstoffen erzeugt werden, und gleichzeitig lassen sich pro Jahr rund 2.000 MWh Erdgas einsparen. Die im Verlauf des Jahres 2019 auf dem Dach des neuen BOSS Outlets in Metzingen installierte Photovoltaikanlage ist 2020 erstmals über ein ganzes Jahr in Betrieb gewesen und hat 538.845 kWh Strom produziert.

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

	2020	2019	2018
<b>Direkter Energieverbrauch</b>			
Heizöl	1.031	921	432
Flüssiggas	23	37	30
Erdgas	33.274	39.774	42.082
Photovoltaik	939	604	536
Andere Energieträger	0	0	0
<b>Gesamter direkter Energieverbrauch</b>	<b>35.267</b>	<b>41.336</b>	<b>43.080</b>
<b>Indirekter Energieverbrauch</b>			
Zertifizierter Ökostrom	38.579	45.707	31.086
Strom	36.150	42.117	61.782
Andere Energieträger (z. B. Fernwärme)	1.924	1.980	2.011
<b>Gesamter indirekter Energieverbrauch</b>	<b>76.653</b>	<b>89.804</b>	<b>94.879</b>
<b>Gesamter Energieverbrauch</b>	<b>111.920</b>	<b>131.140</b>	<b>137.959</b>

<sup>1</sup> Die Energiedaten für Retail basieren grundsätzlich auf Datenabfragen bei den Einzelhandelsgeschäften und Outlets. Für den Erdgasverbrauch liegen Daten für 44% der in die Datenerhebung einbezogenen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets vor, für Strom konnten 88% und für Fernwärme 65% 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> x Öffnungsstunde) hochgerechnet.

Im Rahmen der konzernweiten Klimaschutzstrategie hat sich HUGO BOSS das Ziel gesetzt, den **direkten und indirekten Energieverbrauch** im Verhältnis zur Fläche (m<sup>2</sup>) bis 2030 um 20% (Basisjahr 2018) zu senken. Im Vergleich zum Basisjahr konnte dieser Wert um 22% reduziert werden. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

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

	2020	2019	2018
Ist-Wert	134,1	157,2	171,4
Veränderung Ist-Wert (in %)	-22	-8	

<sup>1</sup> Verhältnis des Energieverbrauchs zur Fläche. Die prozentuale Veränderung des Jahres 2019 und 2020 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 44% der in die Datenerhebung einbezogenen Einzelhandelsgeschäfte und Outlets vor, für Strom konnten 88% und für Fernwärme 65% 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> x Öffnungsstunde) hochgerechnet.

## Emissionen

Im Berichtsjahr 2020 wurden in Verbindung mit den Geschäftsaktivitäten des HUGO BOSS Konzerns **Treibhausgasemissionen** im Umfang von 580.401 t CO<sub>2</sub> verursacht. Darin eingerechnet sind nicht nur Emissionen aus Strombezug, eigener Primärenergieverbrennung sowie eigenen Logistikaktivitäten und Geschäftsreisen per Flugzeug und Pkw, sondern auch die in der externen Lieferkette, etwa bei der Rohstoffherstellung oder dem Produktionsprozess, freigesetzten Emissionen. Letztere sind im Rahmen des Engagements von HUGO BOSS in der UNFCCC 2020 neu in die Berechnung aufgenommen worden und werden unter „beschaffte Ware“ ausgewiesen. Die Treibhausgasemissionen werden gemäß der Logik des Greenhouse Gas Protocol nach Scope 1 bis 3 aufgeschlüsselt. Im Vergleich zum Vorjahr sind sie um 24% zurückgegangen. Weitergehende Informationen zu den Emissionen der beschafften Ware und ihrer Berechnungsmethode werden im Kapitel Partner dargelegt und erläutert. → **Partner**

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

		2020	2019	2018
Scope 1				
Eigene Fahrzeuge	✓	2.528	2.980	3.052
Direkter Energieverbrauch	✓	7.627	9.029	9.396
<b>Gesamt Scope 1</b>	✓	<b>10.155</b>	<b>12.009</b>	<b>12.448</b>
Scope 2				
Indirekter Energieverbrauch	✓	17.233	20.384	30.328
<b>Gesamt Scope 2</b>	✓	<b>17.233</b>	<b>20.384</b>	<b>30.328</b>
Scope 3				
Flugreisen	✓	1.423	7.012	7.567
Transport <sup>2</sup>		27.301	38.868	42.571
Beschaffte Ware <sup>3</sup>		495.419	645.516	678.732
Andere <sup>4</sup>		28.870	40.531	43.320
<b>Gesamt Scope 3</b>		<b>553.013</b>	<b>731.927</b>	<b>772.190</b>
<b>Gesamt Scope 1 bis 3</b>		<b>580.401</b>	<b>764.320</b>	<b>814.966</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> Die Transportwerte weichen von den in den Nachhaltigkeitsberichten der Jahre 2018 und 2019 veröffentlichten Zahlen ab. Sie wurden aufgrund einer umfassenderen Datenerhebung angepasst und beinhalten nun neben den eingehenden auch die ausgehenden Warenströme. Diese Anpassung führte auch zu einer Änderung der Werte unter „Gesamt Scope 3“ und „Gesamt Scope 1 bis 3“ für die Jahre 2018 und 2019.

<sup>3</sup> Die Kategorie „beschaffte Ware“ wurde im Berichtsjahr in die Berechnung der Scope-3-Emissionen neu aufgenommen. Daher weichen die Werte „Gesamt Scope 3“ und „Gesamt Scope 1 bis 3“ von denen in den Nachhaltigkeitsberichten 2018 und 2019 ab. Sie entspricht der Kategorie „Einkauf von Waren und Dienstleistungen“, wie sie im Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard des Greenhouse Gas Protocol definiert ist. Sie beinhaltet alle CO<sub>2</sub>-Emissionen, die im Zusammenhang mit der Rohstoffherstellung und der Produktion der Waren freigesetzt werden.

<sup>4</sup> Die Kategorie „Andere“ fasst die Scope-3-Emissionen der restlichen Kategorien nach dem Greenhouse Gas Protocol zusammen, wobei der „Umgang mit verkauften Produkten an deren Lebenszyklusende“ 2% und die „brennstoffbasierten und energiebezogenen Aktivitäten“ 1% ausmachen. Die restlichen Scope-3-Emissionen stellen jeweils weniger als 1% dar.

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

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, die **Scope-1- und Scope-2-Emissionen** bis 2030 im Vergleich zum Basisjahr 2018 um mindestens 51 % zu senken. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

**02|05 Reduktion der Treibhausgasemissionen (Scope 1 + 2)<sup>1</sup> (in t CO<sub>2</sub>)**

	✓ 2020	2019	2018
Ist-Wert	27.388	32.393	42.776
Veränderung Ist-Wert (in %)	-36	-24	

<sup>1</sup> Die prozentuale Veränderung der Jahre 2019 und 2020 bezieht sich auf das Basisjahr 2018. Weitere Hinweise zur Berechnungsmethode der Emissionen sind in Tabelle 02|04 dargestellt.

Die Scope-1- und Scope-2-Emissionen beliefen sich im Berichtsjahr auf 27.388 t CO<sub>2</sub>. Im Vergleich zum Basisjahr 2018 sind sie um 36% zurückgegangen.

Auch für seine **Scope-3-Emissionen** hat HUGO BOSS Reduktionsziele formuliert. Diese Emissionen sollen bis 2030 um 30% (Basisjahr 2018) verringert werden. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

**02|06 Reduktion der Treibhausgasemissionen (Scope 3)<sup>1</sup>** (in t CO<sub>2</sub>)

	2020	2019	2018
Ist-Wert	553.013	731.927	772.190
Veränderung Ist-Wert (in %)	-28	-5	

<sup>1</sup> Die prozentuale Veränderung der Jahre 2019 und 2020 bezieht sich auf das Basisjahr 2018. Weitere Hinweise zur Berechnungsmethode der Emissionen sind in Tabelle 02|04 dargestellt.

Im Berichtsjahr beliefen sich die Scope-3-Emissionen auf 553.013t CO<sub>2</sub>. Die Entwicklung der CO<sub>2</sub>-Emissionen im Produktionsprozess wurde 2020 stark von der COVID-19-Pandemie und der damit einhergehenden deutlich geringeren Nachfrage beeinflusst. Wenn die Produktionsmengen aufgrund erneuter Nachfragesteigerungen wieder zunehmen, ist damit zu rechnen, dass auch die CO<sub>2</sub>-Emissionen entsprechend steigen.

Als Teil der Scope-3-Emissionen stellen externe **Logistik- und Transportprozesse** ein wichtiges Arbeitsfeld dar, um CO<sub>2</sub>-Emissionen langfristig zu senken und Ressourcen zu schonen. Hierzu werden alle Transportflüsse in enger Zusammenarbeit mit den ausführenden Dienstleistern analysiert und optimiert. Seit 2019 sind transportbedingte Emissionen fester Bestandteil der regulären Logistikreportings. Die daraus abgeleiteten Emissionsdaten werden, aufgeschlüsselt nach Transportwegen, in einem vierteljährlichen **internen CO<sub>2</sub>-Report** dargelegt. Diese Berichterstattung erhöht die Transparenz im Unternehmen, erleichtert somit die strategische Planung der Transportflüsse und ermöglicht die konsequente Nutzung der erkannten Potenziale.

Bei der Planung und Durchführung seiner Transporte achtet HUGO BOSS sowohl auf hochwertige Logistikdienstleistungen als auch auf eine Verringerung der Umweltauswirkungen. Die öffentlich einsehbare, in die eigene Umweltpolitik integrierte **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. Neben umweltbezogenen Aspekten umfasst die Logistikleitlinie aber auch soziale Themen. Hierzu gehören eine langfristige Ausrichtung von Lieferverträgen sowie die Wahrung der Menschenrechte innerhalb der Logistikprozesse. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Im Jahr 2020 wurden zur Berechnung der Treibhausgasemissionen gemäß dem Greenhouse Gas Protocol neben den eingehenden auch die ausgehenden Warenströme herangezogen. Erstmals hat HUGO BOSS damit auch jene Emissionen erfasst, die bei der Distribution der Waren zu seinen Verkaufspunkten weltweit anfielen.

**02|07 Umweltauswirkungen durch Transporte**

		2020	2019	2018
Eingehende Warenströme <sup>1</sup>	Tonnenkilometer (in Ttkm)	161.308	200.341	184.916
	Treibhausgasemissionen (in t CO <sub>2</sub> )	20.222	27.087	30.689
Ausgehende Warenströme <sup>2</sup>	Tonnenkilometer (in Ttkm)	22.710	31.523	30.915
	Treibhausgasemissionen (in t CO <sub>2</sub> )	7.079	11.781	11.882

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

<sup>2</sup> Berücksichtigt sind alle ausgehenden Warenströme von den HUGO BOSS Logistikzentren zu den eigenen Geschäften, Outlets und weltweit.

Im Berichtsjahr sind die **transportbedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen** um 30% zurückgegangen. Aufgrund der pandemiebedingten Schließung von Einzelhandelsgeschäften musste HUGO BOSS vor allem die Distribution seiner Waren zu den Geschäften reduzieren. Die sich damit bietende Chance, auch die eingehenden Warenströme neu zu gestalten, hat HUGO BOSS genutzt und im Berichtsjahr nur in Ausnahmefällen auf das schnellere, aber auch emissionsintensivere Flugzeug zurückgegriffen. 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 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 21 % gesunken. Durch die Demontage des Blockheizkraftwerks und des Kühlturms in der Konzernzentrale konnten im Berichtsjahr über 2.000 m<sup>3</sup> Wasser eingespart werden. Auch die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie haben zu einem Rückgang der Wasserverbräuche an den Standorten geführt. An den Standorten wird der Großteil des Wassers für die Sanitäranlagen genutzt.

Der Wasserverbrauch wird auch im Hinblick auf die Verfügbarkeit von Trinkwasser analysiert. Insbesondere in wasserarmen Regionen soll der Wasserverbrauch so weit wie möglich reduziert werden. Im Berichtsjahr hat HUGO BOSS an seinen Produktionsstandorten in Regionen mit Wasserstress 73.460 m<sup>3</sup> Wasser verbraucht.

Eine Maßnahme für einen verantwortungsvollen Umgang mit Wasser in Wasserstressregionen sind die im Jahr 2017 installierten Erdwassertanks am Standort in Izmir (Türkei). Im Berichtsjahr wurden hier 23.180 m<sup>3</sup> Wasser gesammelt und für die Grünflächenbewässerung sowie die Sanitäranlagen vor Ort genutzt. Dies entspricht einem Anteil von circa 37 % des dortigen Wasserverbrauchs. Das restliche Frischwasser wird von externen Wasserversorgungsquellen bezogen.

Zudem prüft HUGO BOSS regelmäßig Konzepte, um Wasser an seinen Produktionsstandorten wiederzuverwenden. So wird in Izmir das Wasser aus einer Kälteanlage ab Frühjahr 2021 wiederaufbereitet und ebenfalls für die Grünflächenbewässerung genutzt werden. Dadurch können jährlich etwa 1.000 m<sup>3</sup> Frischwasser gespart werden. → **Weitere Kennzahlen und Angaben**

### 02|08 Wasserverbrauch nach Region<sup>1</sup> (in m<sup>3</sup>)

	2020	2019	2018
Europa	129.306	166.998	184.363
Amerika	17.167	21.364	21.828
Asien/Pazifik	16.024	18.496	18.708
<b>Gesamt</b>	<b>162.497</b>	<b>206.858</b>	<b>224.899</b>

<sup>1</sup> Die Daten zum Wasserverbrauch Retail basieren grundsätzlich auf Datenabfragen bei den Einzelhandelsgeschäften und Outlets. Für den Wasserverbrauch liegen für 14 % 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 Berichts-Scope 2016) zu senken. 2020 betrug der Wasserverbrauch im Verhältnis zum Konzernumsatz 63,6 m<sup>3</sup>/Mio. EUR Umsatz und lag damit 5 % unter dem Wert des Basisjahres 2016. Berücksichtigt ist der Wasserverbrauch aus der externen Wasserversorgung (ohne unternehmensinterne Erdwassertanks). Der relativ geringe Rückgang des Werts steht hauptsächlich in Verbindung mit den im Vergleich zum Wasserverbrauch überproportional großen Umsatzeinbußen im Berichtsjahr. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

**02|09 Reduktion der Wasserverbräuche im Verhältnis zum Umsatz (Berichts-Scope und Basisjahr 2016)<sup>1</sup>**  
(in m<sup>3</sup>/Mio. EUR Umsatz)

	🗳️ 2020	2019	2018	2017	2016
Ist-Wert	63,6	55,8	57,6	65,9	66,9
Veränderung Ist-Wert (in %)	-5	-17	-14	-2	

<sup>1</sup> Verhältnis des Wasserverbrauchs zum Konzernumsatz. Die prozentuale Veränderung der Jahre 2017 bis 2020 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 14% 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 0,22m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup> für den Bekleidungs-einzelhandel 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 119.411 m<sup>3</sup> Abwässer hauptsächlich in die kommunalen Abwassersysteme der Standorte eingeleitet. Dies waren circa 24% weniger als im Vorjahr. Eine Ausnahme im Bereich Abwasser bildet der Produktionsstandort in Morrovalle (Italien). Hier wird das Wasser aus den Sanitäranlagen und der Kantine gereinigt in einen Graben eingeleitet. Die Einleitung ist genehmigt und wird durch jährliche Tests überprüft. Für die **Qualität des eingeleiteten Wassers** der eigenen Produktionsstandorte sind, neben der Einhaltung von lokalen gesetzlichen Vorgaben, die Anforderungen einer Zertifizierung nach ISO 14001 maßgeblich.

**02|10 Abwassereinleitungen nach Region<sup>1</sup>** (in m<sup>3</sup>)

	🗳️ 2020	2019	2018
Europa	88.044	120.422	137.700
Amerika	15.343	18.236	18.722
Asien/Pazifik	16.024	18.496	18.708
<b>Gesamt</b>	<b>119.411</b>	<b>157.154</b>	<b>175.130</b>

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

### Abfall


Das gesamte Abfallaufkommen lag 2020 bei 5.131 t. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einer Reduzierung von 28%.

**02|11 Abfallaufkommen nach Art<sup>1</sup>** (in t)

	🗳️ 2020	2019	2018
Gefährliche Abfälle <sup>2</sup>	49	56	57
Nicht gefährliche Abfälle	5.082	7.041	6.174
<b>Gesamt</b>	<b>5.131</b>	<b>7.097</b>	<b>6.231</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|12 Abfallaufkommen nach Art und Region<sup>1</sup>** (in t) 


	Europa	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Gefährliche Abfälle	46	1	2	49
Nicht gefährliche Abfälle	3.832	672	578	5.082
<b>Gesamt</b>	<b>3.878</b>	<b>673</b>	<b>580</b>	<b>5.131</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 an den Standorten von HUGO BOSS produzierten Abfallaufkommens wird dem **Recycling** zugeführt (2020: 64%). Alle weiteren Abfälle werden gemäß den lokal gültigen Bestimmungen entsorgt. Der größte eigene Produktionsstandort in Izmir hat sein Abfallvolumen maßgeblich aufgrund der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, aber auch dank eines **effizienteren Abfallmanagements** im Berichtszeitraum um 21 % gesenkt. Das 2019 gesetzte Ziel, das Abfallvolumen 2020 um 3 % zu reduzieren, wurde damit deutlich übertroffen und gilt daher als abschließend erreicht. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, das Aufkommen der Haushaltsabfälle pro Mitarbeiter bis 2025 um 10 % zu senken. 2020 betrug der Wert 62,7 kg pro Mitarbeiter und lag damit 23 % unter dem Wert des Basisjahres 2018. Der Rückgang ist darauf zurückzuführen, dass insgesamt weniger Mitarbeiter an den Standorten physisch präsent waren. Wenn eine zunehmende Anwesenheit der Mitarbeiter mit Blick auf die COVID-19-Pandemie erneut möglich ist, dürfte sich das Abfallaufkommen wieder normalisieren.

**02|13 Reduktion des Abfallaufkommens (Haushaltsabfälle) im Verhältnis zur Mitarbeiterzahl (Basisjahr 2018)<sup>1</sup>**  
(in kg/Mitarbeiter)

	 2020	2019	2018
Ist-Wert	62,7	80,8	81,1
Veränderung Ist-Wert (in %)	-23	-0,4	

<sup>1</sup> Unter „Haushaltsabfälle“ werden Restmüll und Speiseabfälle zusammengefasst.

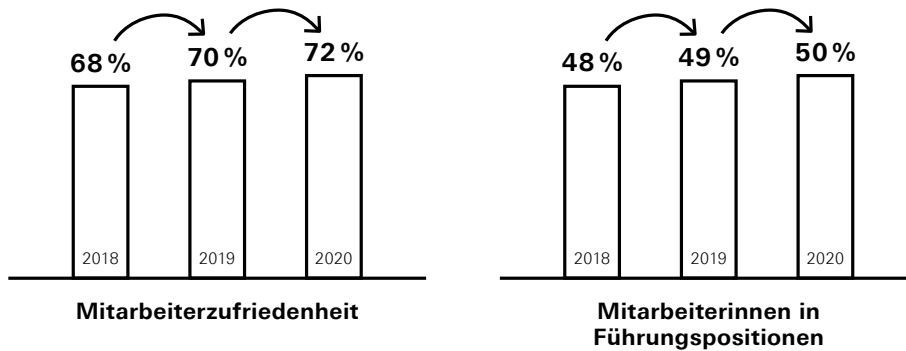
Darüber hinaus arbeitet HUGO BOSS an einer weiteren Reduktion von Abfällen im Zusammenhang mit **Produkt- und Transportverpackungen**, beispielsweise indem Verpackungsmaterialien eingespart und verstärkt wiederverwendbare Lösungen eingesetzt werden. → **Produkte**



7	We
22	Umwelt
<b>32</b>	<b>Mitarbeiter</b>
44	Partner
56	Produkte
65	Gesellschaft
68	Anhang

SEITEN 32 – 43

# MITARBEITER



## MITARBEITER – Eine faire und verantwortungsbewusste Kultur fördern

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 des Unternehmens ist es daher, seine Beschäftigten täglich aufs Neue zu inspirieren, durch anspruchsvolle und abwechslungsreiche Aufgaben zu motivieren und dadurch 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 und Vielfalt ein, hilft, Privat- und Berufsleben miteinander zu vereinbaren, bietet exzellente Entwicklungsmöglichkeiten und sorgt für sichere, gesundheitlich unbedenkliche Arbeitsplätze im gesamten Konzern. Auf diese Weise will HUGO BOSS seinen Ruf als attraktiver Arbeitgeber festigen. Das Unternehmen bekennt sich klar zur Achtung der Menschenrechte und trägt an all seinen Standorten durch faire, leistungsgerechte Vergütung, Schutz vor Diskriminierung und Achtung von Arbeitnehmerrechten zu den Sustainable Development Goals (SDGs) 5, 8 und 10 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, Trends und andere Herausforderungen, auf die das Unternehmen reagieren muss, wie der demografische Wandel oder zuletzt die COVID-19-Pandemie. Um angesichts dieser Herausforderungen langfristig erfolgreich zu sein, arbeitet HUGO BOSS kontinuierlich an einer Weiterentwicklung seiner **Unternehmenskultur**. Hierbei setzt das Unternehmen auf Verantwortungsbewusstsein, Mut, Agilität und Mitsprache. HUGO BOSS will so als Arbeitgeber noch attraktiver werden und seine Mitarbeiter durch stärkere Einbindung und agile Prozesse dazu befähigen, verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen und Veränderungen proaktiv mitzugestalten. Die Konstante in diesem Entwicklungsprozess 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 von hoher Bedeutung, sowohl im Wettbewerb um neue Talente als auch im Hinblick auf das Bestreben, qualifiziertes Personal an das Unternehmen zu binden. Mit einem breiten Angebot an Mitarbeiterentwicklungsprogrammen und Trainings ermöglicht das Unternehmen deshalb allen Mitarbeitern, 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 private Belange miteinander zu vereinbaren, und fördert damit ihre Zufriedenheit und Leistungsfähigkeit sowie ihre Verbundenheit zum Unternehmen. Gleichfalls von hoher Wichtigkeit ist für HUGO BOSS eine vielfältige Belegschaft. In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass heterogene und inklusive Teams bei komplexen Sachverhalten bessere und kreativere Problemlösungen erzielen und sich positiv auf die Mitarbeiterzufriedenheit auswirken. HUGO BOSS fördert deshalb gezielt die Vielfalt der Mitarbeiter.

HUGO BOSS bekennt sich für alle Mitarbeiter unternehmensweit zur **Achtung der Menschenrechte und Arbeitsnormen** auf Grundlage international anerkannter Standards. Durch ein strukturiertes und nachvollziehbares Vergütungssystem, gerechte Entwicklungschancen und Teilhabemöglichkeiten bietet HUGO BOSS weltweit faire Arbeitsbedingungen. Das Unternehmen tritt für Vereinigungsfreiheit, Gendergerechtigkeit und ein striktes Diskriminierungsverbot ein. Dem Risiko, dass es grundsätzlich auch in der eigenen Wertschöpfungskette zu Gesetzesverstößen in Bezug auf Arbeitsstandards und zu Fällen von Diskriminierung kommen kann, begegnet HUGO BOSS proaktiv. Derartige Vorfälle sind mit den HUGO BOSS Werten nicht vereinbar. Das Unternehmen hat deshalb Präventionsmaßnahmen wie beispielsweise spezifische Schulungen und Audits etabliert. → **We** → **Partner**

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber misst HUGO BOSS darüber hinaus der **betrieblichen Sicherheit und Gesundheit** seiner Mitarbeiter hohe Bedeutung bei. Das Unternehmen hat zum Ziel, die unfall- und gesundheitsbedingten Ausfallzeiten möglichst niedrig zu halten und durch vorbeugende Maßnahmen die Gesundheit und Sicherheit seiner Beschäftigten und das Vertrauen in HUGO BOSS als Arbeitgeber zu stärken.

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 eng mit den Leitern anderer Zentralbereiche sowie den Personalabteilungen und Führungskräften der Konzerngesellschaften zusammen. Die zentrale Personalabteilung tauscht sich zudem regelmäßig mit dem Vorstand aus.

Die Verantwortung für die Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (Occupational Health & Safety, OHS) ist bei HUGO BOSS dezentral organisiert. Sowohl in der Konzernzentrale als auch in den jeweiligen Konzerngesellschaften und den eigenen Einzelhandelsgeschäften wurden hierfür klare Verantwortlichkeiten definiert. Die verantwortlichen Mitarbeiter berichten regelmäßig sowie anlassbezogen an die zuständigen Abteilungen in der Konzernzentrale. Zudem findet ein regelmäßiger Austausch mit dem Vorstand statt.

Das Personalmanagement von HUGO BOSS beruht sowohl auf zentralen als auch dezentralen Richtlinien. Die grundlegenden Eckpfeiler für ein vertrauensvolles Miteinander im Unternehmen sowie im Umgang mit Kunden und Lieferanten wurden im **Verhaltenskodex** des Unternehmens festgeschrieben. Dieser schafft mit verbindlichen Regeln Klarheit in wesentlichen ethischen und rechtlichen Fragen. Zentrale Bedeutung für das Personalmanagement haben zudem die **Human Rights Policy** und der **Lieferantenverhaltenskodex**. Die Human Rights Policy enthält für alle Mitarbeiter verbindliche Vorgaben zu den Menschenrechten und zu menschenwürdigen Arbeitsbedingungen, die auch in der Zusammenarbeit mit Partnern berücksichtigt werden müssen. Der Lieferantenverhaltenskodex, der insbesondere auf international anerkannten Arbeits- und Sozialstandards basiert, gilt nicht nur für die Lieferanten, sondern auch für das Unternehmen und seine Beschäftigten. → **We** → **Partner** → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Zusätzlich zu diesen Richtlinien hat HUGO BOSS eine **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](https://group.hugoboss.com)

Die Wirksamkeit seiner Maßnahmen zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität sowie zur Sicherung von Chancengleichheit und Vielfalt evaluiert HUGO BOSS unter anderem in einer **jährlichen Mitarbeiterbefragung**, die in Kooperation mit Great Place to Work® Deutschland durchgeführt wird. Daraus werden Annahmen über die Bedürfnisse und die Zufriedenheit der Mitarbeiter abgeleitet. Verglichen mit den Befragungsergebnissen des Vorjahres zeigten sich die Mitarbeiter 2020 vermehrt stolz auf das gemeinsam Geleistete und überzeugt, mit ihrer Arbeit einen wichtigen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. Darüber hinaus führt HUGO BOSS weitere **Evaluationsprozesse** für das Personalmanagement sowie das Arbeitssicherheits- und Gesundheitsmanagement durch und veranlasst unter anderem verschiedene interne und externe Audits. → **Geschäftsbericht 2020, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Arbeitnehmerbelange**

HUGO BOSS wurde für seine Arbeit im Bereich Mitarbeiter im Berichtszeitraum mehrfach ausgezeichnet. → **We**, **Auszeichnungen im Berichtszeitraum** → **Geschäftsbericht 2020, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Arbeitnehmerbelange**

Über die gesteckten Ziele, den Grad ihrer Erreichung und die implementierten Maßnahmen im Bereich Mitarbeiter wird auch im Nachhaltigkeitsprogramm berichtet. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

## Beschäftigte

Am Ende des Geschäftsjahres 2020 waren im HUGO BOSS Konzern 15.531<sup>4</sup> Mitarbeiter beschäftigt (2019: 17.560). Der Wert war damit im Vergleich zum Vorjahr niedriger.

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

	2020	2019	2018
Europa	11.663	13.100	13.117
Amerika	1.620	2.212	2.271
Asien/Pazifik	2.248	2.248	2.191
<b>Gesamt</b>	<b>15.531</b>	<b>17.560</b>	<b>17.579</b>

Im Berichtsjahr waren für 52 % der Belegschaft die Arbeitsbedingungen durch **kollektivvertragliche Vereinbarungen** mit Gewerkschaften oder **betriebliche Arbeitnehmervereinbarungen** geregelt (2019: 49%). Der Anteil an Frauen hat gegenüber dem Vorjahr leicht zugenommen.

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

	2020		2019		2018	
	Weiblich	Männlich	Weiblich	Männlich	Weiblich	Männlich
Europa	59	41	59	41	59	41
Amerika	49	51	49	51	48	52
Asien/Pazifik	71	29	70	30	68	32
<b>Gesamt</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>59</b>	<b>41</b>	<b>59</b>	<b>41</b>

2020 wurden 1.833 neue Mitarbeiter eingestellt (2019: 4.459). Der Rückgang der Neueinstellungen gegenüber dem Vorjahr hängt primär mit Anpassungen aufgrund der COVID-19-Pandemie zusammen. Unter anderem wurden freie Stellen vor allem intern nachbesetzt. 3.080 Personen sind aus dem Unternehmen ausgeschieden. Um während der COVID-19-Pandemie die finanzielle Stabilität des Unternehmens zu bewahren und unter anderem die Arbeitsplätze seiner Mitarbeiter erhalten zu können, hat HUGO BOSS im Berichtsjahr vorübergehende Maßnahmen zur Arbeitszeitreduzierung (Kurzarbeit) eingeführt.

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

	2020	2019	2018
Europa	1.027	2.870	3.312
Amerika	388	891	927
Asien/Pazifik	418	698	637
<b>Gesamt</b>	<b>1.833</b>	<b>4.459</b>	<b>4.876</b>

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

<sup>4</sup> Der hier berichtete Wert bezieht sich auf Headcounts zum Stand 31. Dezember 2020. Der im Geschäftsbericht veröffentlichten Angabe (rund 13.800) hingegen liegt eine Zählweise in Vollzeitäquivalenten (Full Time Equivalent, FTE) zugrunde.

HUGO BOSS betrachtet die Bereiche Retail und Corporate<sup>5</sup> bei der Auswertung der Fluktuationsquote getrennt. So kann das Unternehmen differenzierte Aussagen über **Mitarbeiterbindung** in den einzelnen Bereichen treffen und den individuellen Handlungsbedarf erkennen. Die im Nachhaltigkeitsbericht 2019 angekündigten spezifischen Maßnahmen für die Bereiche Retail und Corporate konnten 2020 jedoch nicht eingeführt werden. Grund war eine Verschiebung von Prioritäten im Zusammenhang mit COVID-19. Sobald es die Umstände zulassen, soll die Umsetzung der Maßnahmen fortgesetzt werden.

Insgesamt betrug die **Fluktuationsquote** im Berichtsjahr 21 % und ist somit im Vergleich zum Vorjahr gesunken (2019: 29%). Die arbeitnehmerbedingte Fluktuation lag im Jahr 2020 im Bereich Retail bei 18% und im Bereich Corporate bei 7% ✓. Ziel des Unternehmens ist es weiterhin, die arbeitnehmerbedingte Fluktuation zu senken. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

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

	Europa	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt <sup>2</sup>
Arbeitnehmerbedingt	9	25	14	12
Arbeitgeberbedingt	7	10	4	7
Redundanz	1	6	2	1
Ruhestand	1	0	0	1
Tod, Auswanderung	0	0	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>18</b>	<b>41</b>	<b>20</b>	<b>21</b>

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

<sup>2</sup> Die Zahl Gesamt 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>

	2020		2019		2018	
	in Personen	in %	in Personen	in %	in Personen	in %
Europa	1.056	10	1.815	15	1.857	16
Amerika	378	25	778	42	688	35
Asien/Pazifik	302	14	509	24	519	26
<b>Gesamt</b>	<b>1.736</b>	<b>12</b>	<b>3.102</b>	<b>20</b>	<b>3.064</b>	<b>19</b>

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

Um herauszufinden, wie sich die Mitarbeiterbindung verbessern und auf diesem Wege die Fluktuationsquote senken lässt, erfasst HUGO BOSS in persönlichen Austrittsgesprächen die Gründe, die seine Mitarbeiter zum Fortgang bewegt haben.

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

<sup>5</sup> Zum Bereich Corporate gehören alle Funktionen im Unternehmen, die nicht dem eigenen Einzelhandel zuzuordnen sind.

## 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. → **We** → **Partner**

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 ermöglicht seinen Beschäftigten weltweit die Bildung von beziehungsweise den Beitritt zu **Mitarbeitervertretungen** und die Teilnahme an Tarifverhandlungen im Rahmen des jeweiligen nationalen Rechts. Informationen über ihre entsprechenden Rechte erhalten die Mitarbeiter in den Compliance-Schulungen sowie über den Verhaltenskodex und die Human Rights Policy des Konzerns. Alle drei Kommunikationsinstrumente sind weltweit zugänglich. → **We**

HUGO BOSS schreitet 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 18 interne **Diskriminierungsfälle** gemeldet (2019: 16<sup>6</sup>). Davon betrafen 14 Vorkommnisse Frauen, vier Männer. 2020 wurden in 15 der gemeldeten Diskriminierungsfälle Abhilfemaßnahmen eingeleitet und abgeschlossen ✓.

Neben dem Beschwerdemanagement sind die offene Kommunikation und die Bewusstseinschärfung zum Thema Diskriminierung wichtige Instrumente zur **Sicherung von Chancengleichheit und fairen Arbeitsbedingungen**. Dementsprechend ist das Thema Antidiskriminierung regulärer Bestandteil der Compliance-Schulungen des Konzerns. Zur zusätzlichen Sensibilisierung der Mitarbeiter wurde 2020 ein eigenständiges Antidiskriminierungs-E-Learning<sup>7</sup> eingeführt, das weltweit zugänglich ist.

In seiner Human Rights Policy hat sich HUGO BOSS dazu verpflichtet, mindestens den gesetzlichen Mindestlohn oder einen branchenübergreifenden und angemessenen Lohn zu zahlen, der für die Deckung der Lebenshaltungskosten ausreichend ist. Das Unternehmen ist überzeugt, dass faire Arbeitsbedingungen über diese Mindestvoraussetzungen hinaus eine **transparente und der Leistung angemessene Vergütung** implizieren. Deshalb hat sich HUGO BOSS zum Ziel gesetzt, die Fairness und Wettbewerbsfähigkeit seines Vergütungssystems weiter zu erhöhen und seinen Mitarbeitern auf globaler Ebene eine faire und marktkonforme Vergütung zu garantieren. 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. Mit dem 2019 in Deutschland implementierten Job-Grading-System werden alle Stellen im Unternehmen bewertet und in Stellenprofilen transparent dargestellt. Im Verlauf des Berichtsjahres wurde das System global eingeführt, sodass von 2021 an weltweit alle Stellen anhand einheitlicher Kriterien bewertet werden.

<sup>6</sup> Die Kennzahl für 2019 wurde nachträglich angepasst und entspricht darum nicht mehr dem im Nachhaltigkeitsbericht 2019 veröffentlichten Wert. Zwei Diskriminierungsfälle, die sich zum Jahreswechsel 2019/20 ereigneten, wurden nun dem Jahr 2019 zugeordnet.

<sup>7</sup> E-Learnings sind Onlinetrainings, die die Mitarbeiter eigenständig durchführen.

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. Dessen Umfang und Konditionen sind von Land zu Land verschieden. Innerhalb Deutschlands sind die Angebote zur betrieblichen Altersvorsorge bei HUGO BOSS für alle Arbeitnehmergruppen gleich. Weitere Zusatzleistungen für HUGO BOSS Mitarbeiter betreffen den Gesundheitsschutz, Unfall- und Arbeitsunfähigkeitsabsicherungen, den Mutterschutz und ähnliche Angebote, beispielsweise Elternzeit, oder auch Zuschüsse für Weiterbildungsmaßnahmen.

→ **Geschäftsbericht 2020, Mitarbeiter**

## Vielfalt und Chancengleichheit

Die **Vielfalt der Mitarbeiter** ist bei HUGO BOSS **selbstverständlicher Teil der gelebten Unternehmenskultur**. HUGO BOSS hat sich mit dem Beitritt zur Charta der Vielfalt im Jahr 2008 dazu verpflichtet, allen Mitarbeitern ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld zu bieten und Chancengleichheit zu ermöglichen. Außerdem bekennt sich das Unternehmen zur Gleichberechtigung der Geschlechter. Um dies zu bekräftigen, unterzeichnete der Vorstand der HUGO BOSS AG im Berichtsjahr die Women's Empowerment Principles. Bis Frühjahr 2021 werden alle Konzerngesellschaften weltweit die Prinzipien ebenfalls unterzeichnet haben. Auch in organisatorischer Hinsicht hat HUGO BOSS dem Thema im Berichtsjahr mehr Gewicht verliehen. Zur Stärkung des **Diversity Managements** wurde zum einen die Stelle des Head of Diversity & Inclusion geschaffen. Zum anderen wurde eine Diversity Task Force gebildet. Sie besteht aus verschiedenen Arbeitsgruppen rund um das Thema Vielfalt, die sich aus HUGO BOSS Mitarbeitern der weltweiten Standorte zusammensetzen.

Als Beitrag zur Chancengleichheit unterstützt HUGO BOSS seine Mitarbeiter 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 Regelungen für Mutter- und Vaterschaftsurlaub an, die – etwa an den internationalen Standorten Coldrerio (Schweiz) und Hongkong (China) – über das gesetzlich vorgeschriebene Minimum hinausgehen. Für die Schließung einer Ehe oder eingetragenen Lebenspartnerschaft, die Geburt eines Kindes sowie andere familiäre und private Ereignisse werden zudem Sonderurlaube von ein bis drei Tagen gewährt. In der Konzernzentrale in Metzingen erweitert HUGO BOSS das Angebot für Mitarbeiter mit Kindern durch den Bau einer eigenen Kindertagesstätte. Diese wird voraussichtlich ab September 2022 in Betrieb genommen.

→ **Geschäftsbericht 2020, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Arbeitnehmerbelange**

Aufgrund der COVID-19-Pandemie hat ein Großteil der Verwaltungsmitarbeiter im Berichtsjahr aus dem Homeoffice gearbeitet, und das mit Erfolg. Die positiven Erfahrungen haben das Unternehmen veranlasst, als eines der ersten in der Textilbranche die Möglichkeit zu mobilem Arbeiten zum Standard zu machen und das Arbeitsmodell **Threedom of Work** zu etablieren. Threedom of Work ermöglicht den Verwaltungsmitarbeitern in Deutschland, an zwei Tagen pro Woche ihren Arbeitsplatz frei zu wählen. Damit bietet HUGO BOSS noch mehr Individualität und Freiraum bei der Gestaltung des Arbeitsmodells und somit bei der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.

Darüber hinaus unterstützt das Unternehmen seine Mitarbeiter mit diversen Online-Seminaren dabei, pandemiebedingt gewachsene familiäre und berufliche Herausforderungen miteinander zu vereinbaren.

Frauen bilden mit einem Anteil von 60% die Mehrheit der Belegschaft. Auf den vier Führungsebenen waren 2020 50% der Stellen durch Frauen besetzt (2019: 49%). Im Aufsichtsrat saßen 2020 42% Frauen (2019: 25%) ✓. In Zukunft will HUGO BOSS den **Frauenanteil** in den oberen Führungsebenen erhöhen. → [Nachhaltigkeitsprogramm](#) → [group.hugoboss.com](#)

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

	2020		2019		2018	
	Weiblich	Männlich	Weiblich	Männlich	Weiblich	Männlich
Vorstand	0	100	0	100	0	100
Top-Management	25	75	15	85	16	84
Mittleres Management	45	55	46	54	45	55
Management	52	48	51	49	50	50
<b>Gesamt</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>49</b>	<b>51</b>	<b>48</b>	<b>52</b>

Weitere Informationen zum Thema Vielfalt und Chancengleichheit sind auf der Unternehmenswebsite verfügbar. → [group.hugoboss.com](#)

## Aus- und Weiterbildung

Aus- und Weiterbildung betrachtet HUGO BOSS als einen wichtigen **Beitrag zur Zukunftssicherung**. Deshalb legt das Unternehmen Wert darauf, dass seine Mitarbeiter ihre Kenntnisse stets auf dem neuesten Stand halten können. Neben sachbezogenen Schulungen werden auch Trainings zur Vermittlung sozialer Kompetenzen angeboten. Dies soll die wertschätzende, kooperative und leistungsorientierte Unternehmenskultur fördern. → [group.hugoboss.com](#) → [Geschäftsbericht 2020, Mitarbeiter](#)

Um 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 2020 das Instrument des Performance & Development Dialog (PDD) an der Konzernzentrale in Metzingen und an weiteren europäischen Standorten implementiert. Bei dem PDD handelt es sich um einen Prozess zur ganzheitlichen, transparenten **Einschätzung der Mitarbeiter bezüglich Leistung und Potenzial**. Bis 2021 wird der PDD schrittweise für alle Corporate-Mitarbeiter global eingeführt. Zudem fanden für Mitarbeiter des Einzelhandels in Deutschland, Österreich und der Schweiz bereits erste PDD-Pilotprojekte statt.

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

	2020	2019	2018
Europa	80	84	85
Amerika	63	27	28
Asien/Pazifik	92	93	94
<b>Gesamt</b>	<b>80</b>	<b>79</b>	<b>79</b>

Zur gezielten Weiterentwicklung potenzieller Leistungsträger setzt HUGO BOSS spezielle **Personalentwicklungsprogramme** ein: Das Employee Development Program (EDP) richtet sich an die gesamte Belegschaft und soll Mitarbeiter fördern, die sich für eine Fach- oder Führungskarriere qualifizieren wollen. Ausgenommen sind lediglich Beschäftigte mit befristeten Verträgen. 2020 wurde das EDP aufgrund der COVID-19-Pandemie vorübergehend ausgesetzt. Speziell für Führungskräfte wurde 2019 zudem das Leadership Development Program (LDP) eingeführt. Das LDP bereitet Führungskräfte auf ihre nächsten Karriereschritte vor. Im Berichtsjahr fand eine Überarbeitung des EDP statt, mit der Perspektive, es zukünftig zusammen mit dem LDP in sämtlichen Konzerngesellschaften zu etablieren. Zusätzlich bietet HUGO BOSS an seinen internationalen Standorten weitere Entwicklungsprogramme für Mitarbeiter und Führungskräfte an.

Das Schulungsprogramm von HUGO BOSS besteht aus **Präsenztrainings und E-Learnings** zu sozialen, fachlichen und Führungskompetenzen. Im Berichtsjahr wurden die Präsenztrainings aufgrund der COVID-19-Pandemie größtenteils auf digitale Formate umgestellt. Alle online durchgeführten Präsenztrainings und die E-Learnings werden über die interne Weiterbildungsplattform HUGO BOSS University angeboten und ermöglichen es, einheitliche Trainingsinhalte global zu vermitteln. Im Berichtsjahr veranstaltete HUGO BOSS konzernweit 1.342 überwiegend online durchgeführte Präsenztrainings (2019: 2.070). Das Unternehmen hat das Ziel, jedem Mitarbeiter jährlich mindestens 15 Trainingsstunden zu garantieren, im Berichtsjahr haben weltweit alle Mitarbeiter durchschnittlich knapp acht Trainingsstunden absolviert. → **Weitere Kennzahlen und Angaben**

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

	2020	2019	2018
Präsenztrainings <sup>2</sup>	1.342	2.070	2.360
Mitarbeiter, die an E-Learnings teilgenommen haben	7.876	7.710	6.496
Erfolgreich absolvierte E-Learnings	40.955	266.758	85.018

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

<sup>2</sup> Sowohl physisch als auch online durchgeführte Präsenztrainings.

Auch über das Beschäftigungsverhältnis hinaus unterstützt HUGO BOSS seine Mitarbeiter am Ende des Berufslebens. 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.

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



## Arbeitssicherheit und Gesundheit

Die Verhütung von Arbeitsunfällen und der Schutz der Gesundheit der Beschäftigten sind zentrale Ziele von HUGO BOSS. Zur Steuerung der Bereiche Arbeitssicherheit und Gesundheit betreibt das Unternehmen ein **umfassendes OHS-Programm**. Es beruht auf rechtlichen Anforderungen und bezieht neben den eigenen Angestellten auch Beschäftigte ein, die bei HUGO BOSS im Rahmen von Personalüberlassung arbeiten (sogenannte Kontraktoren). Im Berichtsjahr hat das Unternehmen die **Einführung eines Managementsystems gemäß ISO 45001** entschieden. Dessen Umsetzung ist für 2021 geplant. In diesem Zuge sollen auch Verfahren zur Mitarbeiterbeteiligung bei der Entwicklung, Umsetzung und Leistungsbewertung des Systems erarbeitet werden.

Informationen zu Arbeitssicherheit und Gesundheit erhalten die Mitarbeiter unter anderem über das Intranet, E-Learnings und Unterweisungen.

### Arbeitssicherheit

Zentrale Bedeutung für die Arbeitssicherheit bei HUGO BOSS hat der **Arbeitsschutzausschuss**. Dieser setzt sich zusammen aus der Arbeitgebervertretung, dem Betriebsrat, den Betriebsärzten, den Sicherheitsbeauftragten sowie Mitgliedern des Arbeitssicherheits- und des Gesundheitsteams und wird vierteljährlich einberufen. Der Ausschuss berät über Anliegen des Arbeitsschutzes, teilt fachliche Informationen unter seinen Mitgliedern, formuliert Schutzziele und legt umzusetzende Präventionsmaßnahmen fest. Entscheidungsbefugt sind die anwesende Arbeitgebervertretung und der Betriebsrat. HUGO BOSS nutzt zudem eine Reihe von OHS-Instrumenten, um die Arbeitssicherheit für alle Mitarbeiter einschließlich Kontraktoren zu gewährleisten. Beispielsweise führt das Unternehmen regelmäßige **Health-and-Safety-Begehungen** durch, bei denen Arbeitsschutzspezialisten, die Betriebsärzte, der Betriebsrat, Führungskräfte und bei Bedarf auch externe Experten involviert sind. Des Weiteren unterstützen das Arbeitssicherheitsteam und die Betriebsärzte alle Fachbereiche bei der Erstellung von **Gefährdungsbeurteilungen**, um potenzielle Gefährdungen rechtzeitig erkennen, bewerten sowie geeignete Vorsorgemaßnahmen treffen zu können.

HUGO BOSS betreibt ein **Meldesystem**, um auf gefährliche Situationen möglichst effektiv reagieren zu können. In dessen Rahmen sind die Mitarbeiter und Kontraktoren dazu aufgefordert, Gefahren zu melden und bei Gefährdungsbeurteilungen mitzuarbeiten. Das unternehmenseigene Health & Safety Commitment ermutigt sie außerdem dazu, sich hinsichtlich ihrer eigenen Sicherheit und Gesundheit sowie der anderer verantwortungsvoll zu verhalten und gegebenenfalls auftretende Missstände zu melden. Für den Fall, dass Risiken oder Gefahren identifiziert wurden, ist beginnend mit der Beseitigung der Gefahrenquelle eine festgelegte Abfolge von technischen, organisatorischen sowie persönlichen **Schutz- und Präventionsmaßnahmen** vorgegeben. Beauftragte Ersthelfer, Sicherheitsbeauftragte und Brandschutzhelfer stellen dabei sicher, dass alle Meldewege und Rahmenbedingungen zur Gefahrenabwehr eingehalten werden und die Prozesse reibungslos ablaufen.

Die Mitarbeiter des Unternehmens werden außerdem regelmäßig zu Themen des Arbeitsschutzes und der Arbeitssicherheit geschult. Verwaltungsmitarbeiter und Mitarbeiter des Einzelhandels durchlaufen standardisierte **OHS-E-Learnings**. Zudem müssen alle gewerblichen Mitarbeiter der Verwaltung, im Einzelhandel und an den eigenen Produktions- und Logistikstandorten an **arbeitsplatzbezogenen Trainings** teilnehmen. Kontraktoren erhalten arbeitsplatzspezifische Einweisungen sowie allgemeine Unterweisungen durch Vorgesetzte. Weiterhin werden ihnen standortspezifische Sicherheitsinformationen zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus veranstaltet HUGO BOSS regelmäßige Schulungen (Erstausbildung und Auffrischung) für seine Brandschutzhelfer und beauftragten Ersthelfer.

Trotz der hohen Standards und der Beachtung der Sorgfaltspflichten kam es 2020 zu 142 (2019: 244) Unfällen von Mitarbeitern, die jeweils zu mindestens einem Ausfalltag führten. Insgesamt kam es zu 2.386 (2019: 3.363) unfallbedingten Ausfalltagen und somit wie in den Vorjahren zu einer Ausfalltagrate<sup>8</sup> von 0,1% ✓. Darüber hinaus waren keine Arbeitsunfälle von Kontraktoren 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		
	✓ 2020	2019	2018	✓ 2020	2019	2018
Europa	116	213	217	1.677	2.704	3.152
Amerika	14	23	22	504	430	892
Asien/Pazifik	12	8	11	205	229	204
<b>Gesamt</b>	<b>142</b>	<b>244</b>	<b>250</b>	<b>2.386</b>	<b>3.363</b>	<b>4.248</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 acht Stunden.

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

	✓ 2020	2019	2018
Unfallhäufigkeitsrate bei Mitarbeitern	6,7	8,7	9,3
Unfallhäufigkeitsrate bei Kontraktoren	0	0	0

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

HUGO BOSS hat verschiedene Maßnahmen umgesetzt, um seine Mitarbeiter während der **COVID-19-Pandemie** bestmöglich zu schützen. Diese betreffen insbesondere die Ausarbeitung eines Hygienekonzepts sowie die Einführung von Sicherheitsabständen und Lüftungskonzepten. Außerdem führte das Unternehmen diverse **Schutzmaßnahmen** wie Schichtmodelle und die Pflicht zum Tragen von Mund-Nase-Bedeckungen ein und stellt jedem Mitarbeiter Masken zur Verfügung. Zusätzlich informiert HUGO BOSS seine Mitarbeiter regelmäßig über neue Erkenntnisse, Maßnahmen und Beratungsangebote bezüglich der Pandemie sowie über betriebs- und bereichsspezifische Fragen.

**Gesundheit und Sicherheit auf Geschäftsreisen**

Mit dem Ziel, die Gesundheit und Sicherheit seiner Mitarbeiter auch auf Geschäftsreisen zu gewährleisten, hat HUGO BOSS im Jahr 2018 das Global-Travel-Risk-Programm etabliert. Bis Anfang 2021 wurde es in der HUGO BOSS AG und elf weiteren Gesellschaften international umgesetzt. Weitere Gesellschaften werden im Laufe des Jahres folgen. Das Programm umfasst verschiedene präventive und begleitende Maßnahmen, die **Geschäftsreisende des Konzerns weltweit schützen** sollen. Vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie wurden die Vorgaben und Informationsangebote angepasst und beispielsweise ein Verfahren eingeführt, mit dem die Notwendigkeit von Reisen überprüft wird.

<sup>8</sup> Die Ausfalltagrate zeigt die Anzahl der Abwesenheitstage aufgrund von Arbeitsunfällen im Verhältnis zu den Soll-Arbeitstagen an.

### **Gesundheit am Arbeitsplatz**

Die Stärkung der **physischen und psychischen Gesundheit** der Mitarbeiter ist HUGO BOSS ein wichtiges Anliegen. Hierfür stellt das Unternehmen den Mitarbeitern im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements eine große Bandbreite an unterschiedlichen Angeboten bereit. Die Themen reichen von körperlicher und mentaler Fitness über Ernährung bis hin zur ergonomischen Gestaltung der Arbeitsplätze. Auch Kontraktoren, die vorwiegend im Büro tätig sind, profitieren von ergonomischen Arbeitsplätzen. In der Kantine bietet HUGO BOSS eine gesunde, abwechslungsreiche Ernährung sowohl für die Mitarbeiter als auch für Kontraktoren an. In der Konzernzentrale und an einigen internationalen Standorten veranstaltet HUGO BOSS regelmäßig Gesundheitstage. 2020 konnten diese aufgrund der COVID-19-Pandemie nicht stattfinden.

Das **betriebliche Gesundheitsmanagement** wird an vielen Standorten von eigens hierfür verantwortlichen Mitarbeitern koordiniert. In der Konzernzentrale in Metzingen und an weiteren internationalen Standorten besteht zudem eine betriebsärztliche Betreuung, die auch von den Kontraktoren genutzt werden kann. Um arbeitsmedizinische Dienste in gleichbleibend hoher Qualität anzubieten, hat HUGO BOSS alle dazugehörigen Prozesse, von der Diagnose über die Beratung bis zur Linderung von Beschwerden etwa durch orthopädische Hilfsmittel, standardisiert. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

→ **Geschäftsbericht 2020, Mitarbeiter**

Die meisten Angebote des betrieblichen Gesundheitsmanagements wurden im Berichtsjahr wegen der COVID-19-Pandemie in veränderter Form bereitgestellt. Das Präsenz-Fitnessprogramm wurde zum Beispiel in ein Online-Kursangebot umgewandelt. Außerdem wurde das Angebot an Kurzvideos und Webinaren zur seelischen und körperlichen Gesundheit an die aktuelle Situation angepasst.

Im Berichtszeitraum beliefen sich die Krankheitstage auf 103.627 (2019: 109.007). Die Krankheitsrate<sup>9</sup> ist leicht angestiegen auf 3,1 % (2019: 2,9%). Berufskrankheiten traten bei HUGO BOSS wie in den Vorjahren keine auf ✓.

---

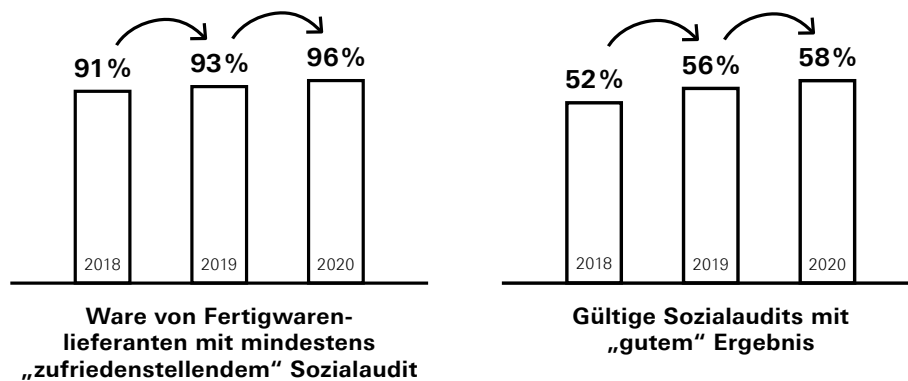
<sup>9</sup> Die Krankheitsrate zeigt die Anzahl der Abwesenheitstage aufgrund von Krankheit im Verhältnis zu den Soll-Arbeitstagen.



7	We
22	Umwelt
32	Mitarbeiter
<b>44</b>	<b>Partner</b>
56	Produkte
65	Gesellschaft
68	Anhang

SEITEN 44 – 55

# PARTNER



## PARTNER – Verantwortung gemeinsam realisieren

Neben der Fertigung an den eigenen Produktionsstandorten bezieht HUGO BOSS Waren von zahlreichen Lieferanten weltweit. Das Unternehmen übernimmt als deren Auftraggeber eine Mitverantwortung für das Wohl ihrer Beschäftigten. Dabei setzt sich HUGO BOSS für die Wahrung der Menschenrechte und Arbeitsstandards in seiner Wertschöpfungskette ein und fördert gesundheitlich unbedenkliche Arbeitsplätze bei seinen Partnern. Zudem engagiert sich HUGO BOSS für den Schutz der Umwelt in den Produktionsländern und arbeitet an der Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks der eigenen und fremden Produktionsstätten. Wesentliche Handlungsfelder hierfür sind der Klimaschutz in der Produktion und ein verantwortungsvoller Umgang mit Chemikalien. Die Aufgaben, die sich hieraus für das Unternehmen und seine Partner ergeben, hat HUGO BOSS in verbindlichen Richtlinien definiert. Indem sich HUGO BOSS dieser annimmt, trägt das Unternehmen zu den Sustainable Development Goals (SDGs) 6, 8, 12, 13 und 17 bei.

## Managementansatz

Für HUGO BOSS als verantwortungsvolles, international produzierendes und wirtschaftendes Unternehmen ist die nachhaltige Gestaltung von **Beschaffungs- und Produktionsprozessen** von zentraler Bedeutung. 17% seiner Produkte, gemessen am gesamten Beschaffungsvolumen, bezieht das Unternehmen von eigenen Produktionsstandorten. Mit ihnen deckt der Konzern einen großen Teil seines Produktangebots in der klassischen Konfektion im Herren- und Damensegment ab. Mit 83% entfällt dagegen 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 2020, 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.

HUGO BOSS ist sich bewusst, dass seine internationalen Beschaffungsaktivitäten mit **Risiken** verbunden sind, da es grundsätzlich möglich ist, dass Lieferanten die für HUGO BOSS spezifischen oder lokal gültigen gesetzlichen Anforderungen etwa im Hinblick auf Menschenrechte und Arbeitsstandards nicht einhalten. Diese Risiken betreffen sowohl das Unternehmen selbst als auch die Umwelt und die Gesellschaft in den Ländern, in denen es geschäftlich tätig ist. Um sie zu minimieren, betreibt das Unternehmen ein strukturiertes Lieferantenmanagement und prüft regelmäßig, ob die Anforderungen eingehalten werden. 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 standardisiert die **Lieferantenmanagementprozesse**. Die operativen Einheiten aus den Bereichen Brand & Creative Management und Sourcing & Operations verantworten die Einhaltung der zentralen Vorgaben. Sie gestalten die Prozesse 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 und ökologischen Verantwortung** und insbesondere zur **Achtung der Menschenrechte**. Das Unternehmen folgt dem Grundsatz, diese Verantwortung gemeinsam mit seinen Partnern zu übernehmen, und nimmt diese hierfür in die Pflicht. HUGO BOSS erwartet 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 2020, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Achtung der Menschenrechte**

Ein wichtiges Rahmenwerk für eine **verantwortungsvolle Gestaltung der Geschäftsaktivitäten** des Unternehmens ist sein **Lieferantenverhaltenskodex**. Er regelt den Umgang mit wesentlichen Sozial- und Umweltbelangen im eigenen Unternehmen und bildet die Grundlage für die geschäftliche Zusammenarbeit innerhalb der gesamten Lieferkette. Der Lieferantenverhaltenskodex ist für alle Mitarbeiter in den eigenen Produktionsstandorten von HUGO BOSS sowie für sämtliche Beschäftigte seiner Lieferanten (sowohl Fertigwaren- als auch Stoff- und Zutatenlieferanten) verbindlich. Die Vorgaben basieren auf international anerkannten Standards, wie den Kernkonventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (International Labour Organization, ILO) und berücksichtigen zudem die Grundsätze der Fashion Industry Charter for Climate Action der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen (United Nations Framework Convention on Climate Change, UNFCCC). Mit dem Lieferantenverhaltenskodex fordert HUGO BOSS auch die Einhaltung der Menschenrechte entlang der gesamten Lieferkette ein. Die darin definierten Standards enthalten außerdem Vorgaben zu Antidiskriminierung

und Chancengleichheit sowie Koalitionsfreiheit und Tarifverhandlungen. Der Lieferantenverhaltenskodex verpflichtet die Lieferanten darüber hinaus, einen Ansatz zur kontinuierlichen Verbesserung unter anderem in den Bereichen Energieverbrauch, Treibhausgasemissionen, Chemikalienmanagement und Abwasser zu verfolgen. Weiterhin erklärt er, dass bei HUGO BOSS keinerlei Form von Korruption geduldet wird. Für Länder, in denen die nationale Gesetzgebung unzureichend ist, definiert der Lieferantenverhaltenskodex eigene Mindestanforderungen.

Der Lieferantenverhaltenskodex trat im Frühjahr 2020 an die Stelle der unternehmenseigenen Sozialstandards. Deren Inhalte waren zuvor umfassend überarbeitet worden. HUGO BOSS ließ seinen Lieferantenverhaltenskodex im Berichtsjahr aus dem Deutschen in 22 Sprachen übersetzen, sodass er für alle Lieferanten in den Beschaffungsregionen des Unternehmens in ihrer Sprache vorliegt. Er ist zudem auf der Unternehmenswebsite einsehbar. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Um kontinuierlich ökonomische, ökologische und soziale Verbesserungen zu erzielen, legt HUGO BOSS Wert auf **langfristige Lieferantenbeziehungen**. Mit seinen strategischen Fertigwarenlieferanten arbeitet HUGO BOSS durchschnittlich zehn Jahre zusammen. Als strategisch erachtet das Unternehmen zum Beispiel Partner, die aufgrund ihrer Größe oder ihrer einzigartigen Fertigungsmöglichkeiten für HUGO BOSS hohe Bedeutung haben.

Für ein stringentes Lieferkettenmanagement ist es wichtig, seine Partner sorgfältig auszuwählen. Die **Lieferantenauswahl** erfolgt bei HUGO BOSS in drei Stufen: Zu Anfang wird jeder potenzielle Lieferant aufgefordert, einen Fragebogen zu beantworten, der unter anderem soziale, ökologische und Compliance-Themen umfasst. Die Angaben werden sorgfältig geprüft, bevor mit der zweiten Stufe die Vertragsgestaltung gestartet wird. Fester und zwingender Bestandteil der vertraglichen Vereinbarung ist eine formelle Anerkennung des Lieferantenverhaltenskodex. Erforderlich ist auch der erfolgreiche Abschluss eines Onlinetrainings zu den Themen soziale Verantwortung und Umwelt – inklusive Chemikalienmanagement. Die dritte Phase dient der **Verifizierung der Social Compliance**. Bei den Fertigwarenlieferanten finden hierzu noch vor Aufnahme einer aktiven Geschäftsbeziehung Audits statt, während Stoff- und Zutatenlieferanten eine entsprechende Selbstauskunft erteilen müssen. Im Berichtsjahr wurden alle potenziellen Fertigwarenlieferanten entsprechend überprüft.

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. Hierzu setzt HUGO BOSS ein eigenes **Social-Compliance-Programm** und ein eigenes, auf dem Global Social Compliance Programme (GSCP) basierendes **Umweltprogramm** ein und führt regelmäßig Audits zu den darin festgelegten Anforderungen durch. Dabei greift das Unternehmen auch auf externe Auditoren zurück. Die Ergebnisse nutzt das Unternehmen zudem, um die Wirksamkeit seines Lieferkettenmanagements zu evaluieren. Bisher wurden soziale und Umweltkennzahlen für beide Programme separat erhoben und analysiert. Künftig soll dies in einem übergreifenden Programm erfolgen.

HUGO BOSS hat sich ein anspruchsvolles Ziel für die Lieferantenentwicklung gesetzt. So will das Unternehmen ab 2025 nur noch Waren von Fertigwarenlieferanten mit direkter Geschäftsbeziehung beziehen, die gemäß den HUGO BOSS Kriterien über eine **gute Nachhaltigkeitsleistung** verfügen. Die im Folgenden beschriebenen Zielsetzungen und Maßnahmen sind darauf ausgerichtet, auf dieses übergeordnete Ziel einzuzahlen. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Angesichts des erheblichen Energieeinsatzes und entsprechender CO<sub>2</sub>-Emissionen in Verbindung mit der Herstellung von Rohstoffen (wie Rohfasern oder Tierhäuten) und der Produktion von Fertigwaren spielt der **Klimaschutz** in den Beschaffungsaktivitäten von HUGO BOSS eine wichtige Rolle. HUGO BOSS sieht sich in seinem unternehmerischen Selbstverständnis gefordert, die entstehenden Emissionen systematisch zu senken. Darüber hinaus helfen Klimaschutzmaßnahmen dem Unternehmen und

seinen Partnern, den Verbrauch von Energie und anderen Ressourcen zu reduzieren und damit Kosten zu senken. Für den Klimaschutz engagiert sich HUGO BOSS zudem als Unterzeichner der Fashion Industry Charter for Climate Action der UNFCCC. Im Rahmen seiner **Klimastrategie** berücksichtigt das Unternehmen dementsprechend auch die CO<sub>2</sub>-Emissionen seiner Lieferkette und setzt bei ihrer Reduktion auf die Mitwirkung seiner Lieferanten. → **We** → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Eine wesentliche Rolle beim Klimaschutz und im Umgang mit den sozialen und ökologischen Herausforderungen in den textilen Lieferketten spielen **Kooperationen mit anderen Unternehmen und Organisationen**. Durch einen offenen Austausch von Informationen, Erfahrungen und Erkenntnissen ermöglichen sie, Branchenstandards weiterzuentwickeln und auszubauen sowie die Möglichkeiten von Digitalisierung und Vernetzung für mehr Transparenz zu nutzen. Beispiele für Organisationen, mit denen HUGO BOSS in diesem Bereich kooperiert, sind die Fair Labor Association (FLA), das Deutsche Bündnis für nachhaltige Textilien (Textilbündnis) oder das Open Apparel Registry (OAR). → **We, Kooperationen**

Die COVID-19-Pandemie macht eine **aktive Kommunikation und vertrauensvolle Zusammenarbeit** in der Lieferkette wichtiger denn je. Um auch während der Pandemie für gute Arbeitsbedingungen in der Lieferkette zu sorgen, hat HUGO BOSS seine Lieferanten aufgefordert, die im Lieferantenverhaltenskodex festgehaltenen Menschenrechte und Arbeitsstandards, insbesondere zum Gesundheitsschutz, einzuhalten. Auch in den Audits wurde dem Thema mehr Aufmerksamkeit gewidmet. Zudem erhielten Lieferanten über das vom Unternehmen eigens aufgesetzte Supplier-Financing-Programm die Möglichkeit, ihre finanziellen Forderungen schneller ausgleichen zu lassen und damit ihre Zahlungsfähigkeit sicherzustellen.

Ein Factsheet mit allen wichtigen **Informationen zum Lieferkettenmanagement** findet sich auf der Unternehmenswebsite. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

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

## Due-Diligence-Prozess

Aus seinen internationalen Beschaffungsaktivitäten ergeben sich für HUGO BOSS besondere **Sorgfaltspflichten** entlang der Lieferkette. Um ihnen nachzukommen, führt das Unternehmen in seinem Risikomanagement einen klar definierten Due-Diligence-Prozess durch. HUGO BOSS unterscheidet grundsätzlich zwischen Risiken, die auf die eigene Geschäftstätigkeit Einfluss nehmen, und solchen, die potenziell die Umwelt und die Gesellschaft negativ beeinflussen könnten. Grundlage des Due-Diligence-Prozesses sind zum Beispiel die von der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD) definierten Leitsätze für multinationale Unternehmen. Die mit Beschaffungsprozessen verbundenen Risiken werden dabei aus Unternehmensperspektive analysiert und klassifiziert. Je nach Risikotyp werden spezifische Maßnahmen 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. Besonderes Augenmerk legt das Unternehmen bei seiner **Risikoanalyse** auf das Thema Menschenrechte. Die Anforderungen aus dem Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte der Deutschen Bundesregierung (NAP) dienen hierbei als Orientierung. Eine Überprüfung der **menschenrechtsrelevanten Risiken** auf Basis der eigenen Auditdaten ergab für das Berichtsjahr 2020, dass Asien im Vergleich zu anderen Regionen nach wie vor schwächere Ergebnisse erzielt. Insbesondere in den Bereichen Social-Compliance-Management, Behandlung der Arbeiter und Arbeitszeiten wurde Handlungsbedarf identifiziert.

Ausgehend von der Risikoanalyse ergreift HUGO BOSS in vielen Bereichen Maßnahmen, um die Menschenrechte zu stärken. Unter anderem unterstützt das Unternehmen mit Tamil Nadu und Existenzsichernde Löhne zwei Initiativen des Textilbündnisses zur **Stärkung der Menschenrechte** und zur **Förderung einer fairen Vergütung** in Beschaffungsländern. Seit 2020 nutzt HUGO BOSS zudem ein Programm des Textilbündnisses, mit dem Hinweise zu menschenrechtsverletzenden Vorfällen gesammelt werden. Wenn hierbei Informationen über Vorfälle in den eigenen oder von HUGO BOSS beauftragten Produktionsstätten bekannt werden, tritt das Unternehmen mit deren Management in Verbindung, um sicherzustellen, dass entsprechende Maßnahmen ergriffen werden. → **We, Kooperationen**

Für die Überprüfung der Einhaltung seiner im Lieferantenverhaltenskodex festgelegten Standards für den Bereich Menschenrechte nutzt HUGO BOSS sein **Social-Compliance-Programm**. Dies geschieht durch regelmäßige Sozialaudits beim Lieferanten vor Ort. Die in den Sozialaudits im Berichtsjahr aufgedeckten Verstöße sind in Tabelle 04|02 abgebildet. HUGO BOSS vereinbart mit den Lieferanten **Abhilfemaßnahmen** zur Beseitigung der Missstände und kontrolliert ihre Umsetzung. Um zusätzlich Regelverstöße aufzudecken, erhalten Beschäftigte auf Lieferantenseite die Möglichkeit, einen Beschwerdemechanismus 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. Dieser **Beschwerdemechanismus** steht auch den eigenen Mitarbeitern des Unternehmens zur Verfügung. Im Jahr 2020 sind über die bereitstehenden Beschwerdekanaäle insgesamt 15 Meldungen aus externen Produktionsbetrieben eingegangen. → **We**

## Social Compliance bei Fertigwarenlieferanten

Im Jahr 2020 pflegte HUGO BOSS aktive Geschäftsbeziehungen zu 156 externen Fertigwarenlieferanten, die in 185 Produktionsstätten (2019: 198) in insgesamt 26 Ländern fertigten. Zudem stellte das Unternehmen Fertigwaren an drei eigenen Produktionsstandorten in Deutschland, Italien und der Türkei her. Für 173 der 185 Produktionsstätten wurde der Lieferantenverhaltenskodex des Unternehmens formell anerkannt und bestätigt ✓. Bei den zwölf Produktionsstätten, für die der Lieferantenverhaltenskodex nicht anerkannt und bestätigt wurde, wurden zum 31. Dezember 2020 keine Waren mehr in Auftrag gegeben.

Seit 2011 lässt HUGO BOSS in **regelmäßigen Sozialaudits** von internen und externen Auditoren überprüfen, inwieweit seine bestehenden Fertigwarenlieferanten den Lieferantenverhaltenskodex einhalten. 61% der Überprüfungen fanden 2020 durch externe Auditoren statt. Die Sozialaudits erfolgen angekündigt, teilweise aber auch unangekündigt. Untersucht werden dabei unter anderem **menschenrechtlich relevante Themen** wie Kinder- und Zwangsarbeit, Diskriminierung, Überschreitung von Höchstarbeitszeiten oder Arbeitssicherheit und Mitarbeitergesundheit durch freien Zugang zu sauberem Trinkwasser. Im Nachgang erhalten alle auditierten Lieferanten einen detaillierten Bericht. Für den Fall, dass Verstöße gegen den Lieferantenverhaltenskodex festgestellt werden, erarbeitet das Unternehmen gemeinsam mit den jeweiligen Lieferanten **Maßnahmenpläne**, deren Umsetzung in einem strukturierten Prozess begleitet und in Folgeaudits überprüft wird. Relevante Mitarbeitergruppen von HUGO BOSS, 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 Maßnahmenplänen beraten und begleiten. Kommt es allerdings zu keinen ausreichenden Verbesserungen oder verweigert der Lieferant die Zusammenarbeit hinsichtlich der beanstandeten Themen, beendet HUGO BOSS nach mehrmaliger Überprüfung in letzter Konsequenz die Lieferantenbeziehung.



Seit 2018 ist das Social-Compliance-Programm des Unternehmens bei der FLA akkreditiert. Die FLA prüft die Einhaltung ihrer Standards ebenfalls mit **unabhängigen Audits**. HUGO BOSS wertet deren Ergebnisse sorgfältig aus und setzt sie, wie die Resultate seiner eigenen Audits, auch zur internen Steuerung ein.

Insgesamt wurden im Berichtsjahr 71 Produktionsstätten (2019: 93) auditiert, mit denen HUGO BOSS währenddessen im Bereich Fertigware zusammengearbeitet hat (inklusive der eigenen Produktionsstandorte). Die Zahl der entsprechenden Audits belief sich auf 76 (2019: 119) ✓. Die gegenüber 2019 geringere Zahl an Audits ist hauptsächlich durch die COVID-19-Pandemie und die damit verbundenen Reisebeschränkungen bedingt.

Der Anteil der durch ein gültiges Sozialaudit abgedeckten aktiven Produktionsstandorte lag 2020 bei 74 % (2019: 93 %) ✓. Gültig ist ein Audit, wenn gemäß der ergebnisabhängigen Auditfrequenz in den vorangegangenen 24 Monaten ein (Folge-)Audit durchgeführt wurde.

HUGO BOSS hat den Anspruch, bis zum Jahr 2025 alle seine Waren – gemessen am Beschaffungsvolumen – von Fertigwarenlieferanten (inklusive der eigenen Produktionsstandorte) zu beziehen, die im jeweils letzten Audit eine der beiden höchsten Leistungsstufen, **„gut“ oder „zufriedenstellend“**, erreichten. 2020 belief sich dieser Anteil auf 96 % (2019: 93 %) des Beschaffungsvolumens ✓.

**→ 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 2020 umgesetzt. Der Anteil der Lieferanten mit der Leistung „gut“ oder „zufriedenstellend“ konnte im Vergleich zum Jahr 2019 von 87 % auf 91 % gesteigert werden ✓. Von den im Jahr 2020 auditierten Fertigwarenlieferanten konnten 21 % ihr Ergebnis im Vergleich zum letzten Audit deutlich verbessern; 37 % erreichten erneut ein gutes Ergebnis.

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

	✓ 2020	2019 <sup>2</sup>
Gut	58	56
Zufriedenstellend	33	31
Verbesserungen notwendig	7	9
Risikant	1	3
Ungenügend	1	1

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

<sup>2</sup> Der Wert in der Leistungsstufe „Verbesserungen notwendig“ wurde für das Jahr 2019 rundungsbedingt nachträglich angepasst und weicht daher von den Angaben im Nachhaltigkeitsbericht 2019 ab.

**Gut** = Der Lieferant etabliert notwendige Aktivitäten für sichere und faire Arbeitsbedingungen in seinem Management und nimmt seine eigene soziale Verantwortung sehr gut wahr. – Folgeaudit nach 24 Monaten.

**Zufriedenstellend** = Der Lieferant erkennt die Notwendigkeit von Aktivitäten für sichere und faire Arbeitsbedingungen und etabliert Prozesse und Aktivitäten für ihre Umsetzung. – Folgeaudit nach 18 Monaten.

**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. – Folgeaudit nach sechs Monaten.

**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. – Folgeaudit nach drei Monaten.

**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. – Folgeaudit nach drei Monaten.

Für bestimmte Themenfelder wie Kinder- und Zwangsarbeit folgt HUGO BOSS einer Null-Toleranz-Politik. Im Berichtsjahr wurden keine Fälle von Kinder- und Zwangsarbeit bekannt. Die im Rahmen der Sozialaudits im Berichtsjahr aufgedeckten **Verstöße gegen den Lieferantenverhaltenskodex** betrafen Diskriminierung, Arbeitszeit und Vergütung. Für alle fünf Verstöße wurden Maßnahmenpläne definiert.

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

	Risikant	Ungenügend	Gesamt
Social-Compliance-Management	0	0	0
Arbeitszeiten	0	2	2
Vergütung und Zusatzleistungen	0	2	2
Diskriminierung	1	0	1
Gesundheit und Sicherheit	0	0	0
Behandlung der Arbeiter	0	0	0
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>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

<sup>1</sup> Die genannten Verstöße beziehen sich auf 76 im Jahr 2020 durchgeführte Audits bei Produktionsstätten von Fertigwarenlieferanten (inklusive eigene Produktionsstandorte).

HUGO BOSS will Verstößen gegen seinen Lieferantenverhaltenskodex dauerhaft vorbeugen und unterstützt seine Lieferanten deshalb bei der **Weiterentwicklung ihres eigenen Social-Compliance-Managements**. Hierzu stellt HUGO BOSS ihnen umfangreiche Informationen zur Verfügung. Zudem führt das Unternehmen seit 2017 bei seinen **Fertigwarenlieferanten Präsenztrainings** durch. Die Trainings richten sich an das Management und die Nachhaltigkeitsverantwortlichen der Lieferanten und vermitteln grundlegende Aspekte zu den Themen „soziale Verantwortung“ und „Umwelt – inklusive Chemikalienmanagement“. Bis Ende 2020 haben alle aktiven Fertigwarenlieferanten ein solches Lieferantentraining absolviert. Die Inhalte der Präsenztrainings sind seit 2019 auch über ein Onlinetraining zugänglich. Dieses ist seither fester Bestandteil des Eingliederungsprozesses neuer Fertigwarenlieferanten. Weiterhin tauscht sich das Unternehmen in unterschiedlichen Formaten mit seinen Lieferanten aus, um deren Bewusstsein für relevante Nachhaltigkeitsaspekte zu stärken. Im Berichtsjahr veranstaltete HUGO BOSS beispielsweise einen vom Chief Operating Officer moderierten **Supplier Summit** mit Lieferanten aus Regionen rund um den Globus. → **We**

Um sicherzustellen, dass die Nachhaltigkeitsanforderungen in der textilen Lieferkette durchgängig eingehalten werden, bedarf es auch einer Mitwirkung der **Vorstufenlieferanten**. HUGO BOSS hat sich das Ziel gesteckt, seine Waren bis 2025 vollständig aus einer transparenten und verantwortungsvollen Lieferkette zu beziehen. Dazu hat das Unternehmen ein sogenanntes **Governance-Modell** eingeführt, das die Fertigwarenlieferanten befähigen soll, zunehmend Verantwortung für ihre eigenen Lieferketten zu übernehmen. Das Modell enthält verschiedene Elemente. Verlangt werden ein Risikomanagementansatz sowie das Festlegen eigener Strategien und Richtlinien, beispielsweise zu sozialen Themen und Umweltaspekten, und die Erweiterung des Wissens über die eigene Lieferkette. Darüber hinaus sollten die Lieferanten nach anerkannten Standards zu den im Governance-Modell enthaltenen Elementen berichten. Zudem sind alle Lieferanten dazu verpflichtet, die Standards des Lieferantenverhaltenskodex an ihre Geschäftspartner weiterzugeben und deren Einhaltung in angemessener Weise zu überprüfen. Inwieweit dies umgesetzt wird, wird im Rahmen der Sozialaudits überprüft. Im Berichtsjahr wurden alle strategischen Fertigwarenlieferanten mittels einer Selbstauskunft dahingehend überprüft, inwieweit sie das Governance-Modell umgesetzt haben; wenn notwendig, wurden zudem Maßnahmen zur Verbesserung beschlossen. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

In seinem Lieferantenverhaltenskodex hat HUGO BOSS festgelegt, dass die Bezahlung der Mitarbeiter – auch bei seinen externen Lieferanten – ausreichen muss, um deren Grundbedarf zu decken und ihnen einen frei verfügbaren Einkommensanteil zu gewähren. Auch darf der gesetzliche Mindestlohn nicht unterschritten werden. Zu den grundlegenden **Prinzipien einer fairen Vergütung** zählt das Unternehmen die geregelte Zahlung von Löhnen, die leistungsgemäße Vergütung der tatsächlich erbrachten Arbeitszeit, das Recht auf Tarifverhandlungen und die Vermeidung von Vergütungsungleichheit. Um Prinzipien wie diese in den textilen Lieferketten zu etablieren, engagiert sich das Unternehmen in unterschiedlichen Initiativen. Beispielsweise arbeitet HUGO BOSS in der Initiative Existenzsichernde Löhne des Textilbündnisses mit. Diese kooperiert mit ACT (Action, Collaboration, Transformation), einem internationalen Abkommen zwischen globalen Marken, Händlern und Gewerkschaften, die das Ziel verfolgen, existenzsichernde Löhne durch kollektive Tarifverhandlungen zu fördern. Im Rahmen dieser Arbeit nutzt das Unternehmen einen von ACT zur Verfügung gestellten Fragebogen, um eigene Einkaufspraktiken und deren Auswirkungen auf die bei Lieferanten bezahlten Löhne zu beurteilen. Darauf basierend wurde ein für HUGO BOSS spezifischer Ziel- und Maßnahmenplan erstellt. Dieser beinhaltet neben der Durchführung von Round Tables und internen Trainings für die Mitarbeiter in den Beschaffungsabteilungen auch die Definition von Kennzahlen für **verantwortungsvolle Einkaufspraktiken**. Der Fragebogen wird im ersten Halbjahr 2021 auch von ausgewählten Lieferanten beantwortet.

Im Rahmen seiner Mitgliedschaft bei der FLA setzt sich das Unternehmen außerdem mit den konkreten Vergütungspraktiken seiner Lieferanten auseinander und unterstützt eine schrittweise Annäherung an faire Löhne in der Textilindustrie. Zu diesem Zweck erhebt und analysiert HUGO BOSS regelmäßig Lohndaten seiner Fertigwarenlieferanten. Im Jahr 2021 plant HUGO BOSS ein stärkeres Bekenntnis zum Thema „faire Vergütung“ zu veröffentlichen und sein Engagement weiter auszubauen. Dies beinhaltet auch die Festlegung anerkannter Referenzwerte für existenzsichernde Löhne, an denen das Unternehmen bei seinen Fertigwarenlieferanten eventuell auftretende Lohnlücken zukünftig messen wird. → **We, Kooperationen**

## 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 bei deren Analyse Indizien für Verstöße gegen den Lieferantenverhaltenskodex oder hält das Beschaffungsteam 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.

Das Unternehmen bezog Stoffe und Zutaten von 315 externen Lieferanten (2019: 309), die in 338 Produktionsstätten (2019: 325) in insgesamt 22 Ländern fertigten. Darüber hinaus stellte HUGO BOSS Zutaten in einer eigenen Produktionsstätte in Polen her. Für 307 der 338 Produktionsstätten für Stoffe und Zutaten wurde bis Ende des Jahres die Geltung des Lieferantenverhaltenskodex bestätigt ✓. Die verbleibenden 31 Produktionsstätten ohne formelle Anerkennung des Lieferantenverhaltenskodex repräsentieren ein Beschaffungsvolumen von zusammen knapp 1%. Im Jahr 2020 wurden 39 neue Stoff- und Zutatenlieferanten anhand ihrer Selbstauskunft und elf anhand eines zusätzlichen Sozialaudits vor Ort beurteilt ✓. Ab 2021 werden zunehmend auch bestehende Stoff- und Zutatenlieferanten erneut auf Social Compliance überprüft.

## 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 das Unternehmen mit seinen Lieferanten abschließt, müssen sich diese nicht nur verpflichten, alle gesetzlichen Auflagen und Vorgaben des Lieferantenverhaltenskodex im Hinblick auf die Umwelt einzuhalten. Auch ihre Vorlieferanten sind hierbei einzubeziehen und auf Regelkonformität zu überprüfen. Darüber hinaus gelten für alle Lieferanten des Unternehmens die Grundsätze des Umweltschutzes, die in seiner öffentlich einsehbaren **Umweltpolitik** festgehalten sind. Sie löst seit 2020 den bis dato geltenden Umweltleitfaden ab und geht auf aktuelle Entwicklungen ein.

HUGO BOSS steuert seine Umweltaktivitäten in der Lieferkette seit 2015 mit einem eigenen **Umweltprogramm**. Zentrales Element sind regelmäßige Lieferantenaudits, die auf dem GSCP-Rahmenwerk basieren. Geprüft wird, inwieweit ein Lieferant seine Leistung in den Bereichen Umweltmanagement, Energieverbrauch, Treibhausgasemissionen, Wasserverbrauch und Abwasserbehandlung sowie Chemikalien- und Abfallmanagement verbessert. Die Audits werden von externen Auditoren durchgeführt.

Im Fokus des Umweltprogramms stehen jene Lieferanten, die durch ihre **Produktionsprozesse die größten Umwelt- und Klimaauswirkungen** haben. Der Naturkapitalbewertung des Unternehmens zufolge sind dies vornehmlich Lieferanten mit Nassprozessen, wie Färben, Waschen, Bleichen oder Gerben. Für die Lieferanten dieser Gruppe hat sich HUGO BOSS zum Ziel gesetzt, dass sie bis zum Jahr 2025 neben den gesetzlichen Bestimmungen weitergehende Anforderungen von HUGO BOSS in Bezug auf **Klimaschutz und Chemikalienmanagement** erfüllen werden. Hierfür müssen die Lieferanten ein gültiges Umweltaudit mit Ergebnis „zufriedenstellend“ oder besser erreichen. Im Berichtsjahr wurden elf Umweltaudits bei Lieferanten dieser Gruppe durchgeführt. 20% der Lieferanten mit hohen Umweltauswirkungen erfüllten Ende 2020 die genannten Umwelтанforderungen (2019: 20%). Aufgrund der COVID-19-Pandemie und der damit einhergehenden Reisebeschränkungen fanden allerdings weniger Audits als geplant statt. Die ausgefallenen Audittermine sollen baldmöglichst nachgeholt werden.

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

Lassen sich bei den Umweltaudits Defizite nachweisen, werden analog zu den Sozialaudits gemeinsam mit dem betreffenden Lieferanten **Maßnahmenpläne** festgelegt. Die Auditoren führen Buch über die kritischen Punkte, während HUGO BOSS die Umsetzung der verabredeten Maßnahmen überwacht. 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.

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

	Risikant	Ungenügend	Gesamt
Abfall	0	0	0
Wasserverbrauch	0	0	0
Managementsysteme	0	0	0
Energieverbrauch, Transport und Treibhausgasemissionen	0	0	0
Abwasser	1	2	3
Schadstoffvermeidung	0	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>

<sup>1</sup> Die genannten Verstöße beziehen sich auf elf im Jahr 2020 durchgeführte Audits bei den Produktionsstätten mit hohen Umweltauswirkungen.

Im Berichtsjahr wurden im Zuge der **Umweltaudits** drei den Kategorien „ungenügend“ oder „riskant“ zuzuordnende Verstöße festgestellt. Die betroffenen Lieferanten wurden aufgefordert, die notwendigen Abhilfemaßnahmen einzuleiten, und entsprechend kontrolliert. Bei einem Audit wurde beispielsweise festgestellt, dass die Abwasseraufbereitungsanlage einer Färberei nicht ordnungsgemäß funktionierte und durch die Anlage folglich nicht genügend Klärschlamm beseitigt werden konnte. Der Lieferant reagierte direkt, reparierte die beschädigte Anlage und führte ein Überwachungssystem ein, um künftige Fälle zu verhindern.

Die nachfolgende Übersicht fasst die Ergebnisse der Lieferantenaudits des Unternehmens zusammen. Sie enthält alle bis Ende 2020 gültigen Auditergebnisse.

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

	2020	2019 <sup>2</sup>
Gut	0	0
Zufriedenstellend	20	20
Verbesserungen notwendig	33	31
Riskant	15	24
Ungenügend	8	5
Nicht auditiert	24	20

<sup>1</sup> Die Tabelle bezieht sich auf die gültigen Audits der Produktionsstätten mit hohen Umweltauswirkungen.

<sup>2</sup> Die Werte für das Jahr 2019 weichen von den im Nachhaltigkeitsbericht 2019 veröffentlichten Werten ab, da für das Jahr 2020 die Kategorie „Nicht auditiert“ aufgenommen wurde. Dementsprechend wurden die Werte für 2019 nachträglich angepasst.

**Gut** = Regelmäßige Überprüfung relevanter Verbräuche und Emissionen, Prozesse und Strukturen zur Verbesserung der eigenen Umweltleistung sind etabliert. – Folgeaudit nach 24 Monaten.

**Zufriedenstellend** = Grundlegende Strukturen und Prozesse sind etabliert, eine entsprechende Dokumentation ist aber nicht vorhanden. – Folgeaudit nach 24 Monaten.

**Verbesserungen notwendig** = Potenzielle Risiken sind insbesondere auf ein fehlendes Bewusstsein und Nichtvorhandensein von relevanten Daten zurückzuführen. – Folgeaudit nach zwölf Monaten.

**Riskant** = Erforderliche Lizenzen liegen nicht vor, bestehende Praktiken stellen eine unmittelbare Gefahr dar und können zu signifikanten Umweltauswirkungen und Verstößen gegen gesetzliche Verpflichtungen führen. – Folgeaudit nach sechs Monaten.

**Ungenügend** = Bestehende Praktiken führen zu signifikanten Umweltauswirkungen. – Folgeaudit nach drei Monaten.

## Klimaschutz in der Produktion

Ein wichtiger Schwerpunkt des Umweltprogramms von HUGO BOSS ist der Klimaschutz. Auf allen an der Produktion seiner Waren beteiligten Wertschöpfungsstufen sollen die Treibhausgasemissionen kontinuierlich reduziert werden. Als Ausdruck dieses Engagements und im Rahmen seiner Unterstützung der Fashion Industry Charter for Climate Action der UNFCCC möchte HUGO BOSS die Transparenz bezüglich der **Treibhausgasemissionen in seiner Lieferkette** erhöhen. Darum hat das Unternehmen die Erhebungsmethode verbessert und weist seit dem Berichtsjahr auch die Emissionen der Lieferkette („beschaffte Ware“) aus. Die in Tabelle 04|05 hierzu aufgeführten Werte beinhalten neben den Emissionen der Rohstoffherstellung und der Produktionsprozesse der externen Lieferanten (Scope 3) auch die in der eigenen Produktion verursachten Emissionen (Scope 1 + 2). Sie sind daher nicht direkt mit den im Kapitel Umwelt ausgewiesenen Werten vergleichbar. Um die genannten Treibhausgasemissionen wirksam zu reduzieren, hat sich das Unternehmen wissenschaftlich fundierte Ziele (Science-Based-Targets, SBT) gesteckt. Diese werden im Kapitel Umwelt dargelegt. → **We** → **Umwelt** → **Nachhaltigkeitsprogramm** → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

Die Berechnung der Treibhausgasemissionen in der Lieferkette für das Basisjahr 2018 erfolgte auf Grundlage der Daten aus umfangreichen **Lebenszyklusanalysen** (Life Cycle Assessments, LCAs), die das Unternehmen für die relevantesten Produktgruppen erstellt hat. Durchgeführt wurden diese jeweils für die eingesetzten Rohstoffe und den Produktionsprozess. Für die Berechnung der Treibhausgasemissionen wurden die Lieferanten – gemessen an der aus den LCAs hervorgehenden

CO<sub>2</sub>-Intensität pro gefertigtem Teil – in Kategorien unterteilt. Unterschieden wurde hierbei insbesondere zwischen Lieferanten mit Nass- und Trockenprozessen. Anhand der durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Intensität pro gefertigtem Teil der unterschiedlichen Lieferantenkategorien konnte der CO<sub>2</sub>-Ausstoß der für HUGO BOSS tatsächlich bei diesen Lieferanten hergestellten Stückzahl hochgerechnet werden. In den Jahren 2019 und 2020 wurde diese Berechnung anhand von Energieverbrauchswerten ergänzt, die bei den Lieferanten direkt abgefragt wurden.

Im Berichtsjahr wurden in der Lieferkette des Unternehmens Treibhausgasemissionen im Umfang von 499.638t CO<sub>2</sub> verursacht. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies einen Rückgang um 23%.

**04|05 Treibhausgasemissionen der beschafften Ware<sup>1</sup> (in t CO<sub>2</sub>)**

	2020	2019	2018
Rohstoffe	75.058	107.880	121.259
Produktionsprozess	424.580	542.282	569.203
Davon eigene Produktion	4.219	4.647	11.730
<b>Gesamt</b>	<b>499.638</b>	<b>650.163</b>	<b>690.462</b>

<sup>1</sup> Die Berechnung der Treibhausgasemissionen der beschafften Ware basiert auf der Kategorie „Einkauf von Waren und Dienstleistungen“, wie sie im Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard des Greenhouse Gas Protocol definiert ist. Sie beinhaltet alle CO<sub>2</sub>-Emissionen, die im Zusammenhang mit der Rohstoffherstellung und der Produktion der Waren freigesetzt werden. Zusätzlich sind in dieser Tabelle in der Kategorie „Produktionsprozess“ auch die Emissionen der unternehmenseigenen Produktionsprozesse enthalten. Dementsprechend sind die Werte dieser Tabelle nicht direkt mit der Kategorie „beschaffte Ware“ der Tabelle 02|04 vergleichbar.

In der **Rohstoffherstellung** wirkte sich der gestiegene Anteil nachhaltigerer Materialien positiv auf die Gesamtmenge der Treibhausgasemissionen aus. Im Berichtsjahr verursachte Wolle, die durch die Haltung der Schafe sehr CO<sub>2</sub>-intensiv ist, dabei mit 31.854t die meisten CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Im Produktionsprozess bildeten die Erzeugung von Wärme aus fossilen Brennstoffen und der Verbrauch von elektrischer Energie beim Betrieb der Produktionsmaschinen die wichtigsten Emissionsquellen. Die Entwicklung der **CO<sub>2</sub>-Emissionen im Produktionsprozess** wurde 2020 stark von der COVID-19-Pandemie und der damit einhergehenden deutlich geringeren Nachfrage beeinflusst. So stieg die Intensität der CO<sub>2</sub>-Emissionen pro gefertigtem Teil insgesamt um 19% an, da bei gleichem Produktionsablauf weniger Teile produziert wurden. Der absolute Gesamtausstoß lag aufgrund der geringeren Stückzahlen allerdings deutlich unter dem Vorjahreswert. Wenn die Produktionsmengen aufgrund einer sich erholenden Nachfrage wieder zunehmen, ist damit zu rechnen, dass auch die absoluten CO<sub>2</sub>-Emissionen erneut entsprechend steigen.

HUGO BOSS unterstützt seine Partner in der Lieferkette, ihren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. So stellt ihnen das Unternehmen als Unterstützer der Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) ein System der ZDHC zur Verfügung, mit dem sie ihre **Energie- und Treibhausgasreduktionspotenziale** identifizieren können. Es ermöglicht ihnen zudem, sich eigene Klimaschutzziele zu stecken, deren Umsetzung zu überwachen und ihren Beitrag zum Erreichen des UNFCCC-Ziels zu dokumentieren und zu optimieren.

**Chemikalien in der Produktion**

In der Stoff-, Leder- und Zutatenproduktion kommen besonders in den **Nassverfahren** Chemikalien zum Einsatz. Gleiches gilt für Fertigwaren, die im konfektionierten Zustand einen Färbe- oder Waschprozess durchlaufen. Werden hierbei, etwa über Abwassereinleitungen, Chemikalien freigesetzt, kann dies unter anderem die Gewässerqualität und damit die lokale Wasserversorgung der Menschen beeinträchtigen. Um Gesundheits- und Umweltrisiken in seiner Lieferkette zu minimieren, fordert HUGO BOSS in seinem Umweltprogramm von seinen Lieferanten daher einen verantwortungsvollen Umgang mit Chemikalien

und hilft ihnen, deren Einsatz zu reduzieren und gefährliche Stoffe zu ersetzen. Ein wichtiges Instrument hierfür ist die Einführung eines **wirksamen Chemikalienmanagements** in der Lieferkette. Für Betriebe mit Nassverfahren, die industrielles Abwasser erzeugen, umfasst dieses auch ein funktionierendes Abwassermanagement. → **Geschäftsbericht 2020, Zusammenfassung nichtfinanzielle Erklärung, Umweltbelange**

HUGO BOSS arbeitet seit 2017 mit anderen Unternehmen der Bekleidungsindustrie im Rahmen der ZDHC zusammen und bekennt sich zum Einsatz des ZDHC Chemical Management System in seiner Lieferkette. Das ZDHC-Programm ermöglicht eine standardisierte **Bewertung des Chemikalienmanagements** eines Lieferanten.

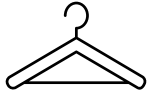
Grundlage des ZDHC-Programms ist die sogenannte ZDHC Manufacturing Restricted Substances List (ZDHC MRSL), die **Obergrenzwerte zu bedenklichen Prozesschemikalien** definiert. Seit 2018 fordert HUGO BOSS in seinen Lieferantenbeziehungen die Beachtung der ZDHC MRSL ein. 2020 wurde sie als fester Bestandteil in das HUGO BOSS Vertragswerk aufgenommen. Damit sind alle Lieferanten, in deren Prozessen Chemikalien eingesetzt werden, verpflichtet, die Verwendung schädlicher Substanzen zu vermeiden beziehungsweise zu begrenzen. Ferner verpflichten sich alle Lieferanten, mit denen HUGO BOSS ein direktes Vertragsverhältnis hat, die Implementierung der ZDHC MRSL auch bei ihren Vorlieferanten zu fordern.

Zugleich nutzt HUGO BOSS die ZDHC-Lösungen, um seine Lieferanten zu sensibilisieren und sie beim Aufbau ihres eigenen Chemikalienmanagements zu unterstützen und zu schulen. So ermöglicht ihnen das Unternehmen den Zugang zur Datenbank der ZDHC. Sie enthält einerseits umfassende Angaben zu alternativen Substanzen, die ökologisch und ökonomisch vertretbar sowie in der technischen Anwendung mit den herkömmlichen vergleichbar sind. Andererseits können Lieferanten ihr Abwasser nach ZDHC-Richtlinien seitens vom ZDHC zertifizierter Labore testen lassen und das Ergebnis auf einer ZDHC-Plattform zur Verfügung stellen.

HUGO BOSS will erreichen, dass bis zum Jahr 2030 sämtliche seiner Lieferanten mit Nassverfahren in Konformität mit den **Vorgaben der ZDHC-basierten MRSL** produzieren – belegt anhand von **Berichten zu den Abwassertests** und dem **Chemikalieninventar** der Lieferanten. Der Nachweis der Abwasserwerte hat durch eine Beprobung und Analyse der von den Produktionsstätten eingeleiteten industriellen Abwässer durch ein zertifiziertes Prüflabor zu erfolgen. Alle strategisch wichtigen Fertigwarenlieferanten mit Nassverfahren sollen dieses Ziel bereits 2025 erreichen. Auf Grundlage der im Jahr 2020 von HUGO BOSS eingeforderten Abwassertests wiesen bereits 20% dieser Lieferanten Konformität zu den Abwasserrichtlinien des ZDHC-Programms nach. Allerdings konnte die zweite Anforderung, die Konformität der entsprechenden Chemikalieninventare sicherzustellen, aufgrund der bisher noch zu geringen Transparenz nicht abschließend beurteilt werden. Im Rahmen des ZDHC-Programms und gemeinsam mit seinen Lieferanten wird das Unternehmen auch weiterhin daran arbeiten, die Transparenz hinsichtlich der Abwasserwerte und Chemikalieninventare stetig zu erhöhen. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Darüber hinaus verpflichtet HUGO BOSS auch jene Lieferanten, die keine Nassverfahren einsetzen, einschließlich der eigenen Produktionsstätten, das jeweilige Chemikalieninventar auf Konformität mit der ZDHC MRSL zu überprüfen.

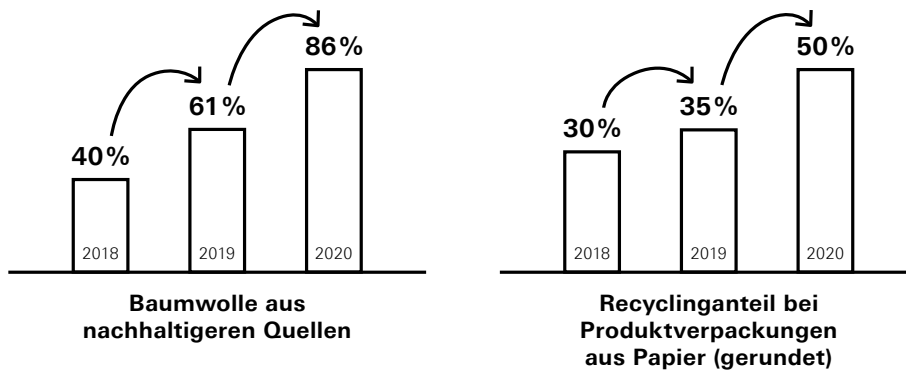
Speziell im Hinblick auf die Sicherheit sowie die Qualität seiner Produkte und Verpackungen setzt HUGO BOSS auch eine **eigene Restricted Substances List** ein, die auf den Anforderungen der Apparel and Footwear International RSL Management (AFIRM) Group basiert. Mit ihr macht der Konzern Höchstvorgaben für in den Produkten enthaltene Chemikalien, die alle Lieferanten einhalten müssen. → **Produkte**



7	We
22	Umwelt
32	Mitarbeiter
44	Partner
<b>56</b>	<b>Produkte</b>
65	Gesellschaft
68	Anhang

SEITEN 56 – 64

# PRODUKTE



## PRODUKTE – Ideen für morgen

Es ist der Anspruch von HUGO BOSS, Kollektionen zu entwickeln, die die hohen Kundenansprüche an Design, Qualität, Langlebigkeit und Innovation erfüllen und zugleich in sozialer, gesundheitlicher und ökologischer Hinsicht unbedenklich sind. Dementsprechend gilt es, möglichst nachhaltige Materialien zu beschaffen und auf eine verantwortungsvolle Gewinnung der verarbeiteten Rohstoffe zu achten. Zudem will das Unternehmen mit hochwertigen, langlebigen Produkten und dem Schließen von Kreisläufen dazu beitragen, dass Ressourcen geschont werden. Das gilt auch für die in der Logistik und im Vertrieb eingesetzten Verpackungen. Um Mensch und Umwelt zu schützen, sind außerdem ein verantwortungsvoller Umgang mit Chemikalien, eine hohe Produktsicherheit und kundenseitig eine umweltfreundliche Pflege der Produkte notwendig. Im Übrigen haben aufgrund der Nutzung von Materialien tierischer Herkunft auch die Themen Tierwohl und Artenschutz große Bedeutung für HUGO BOSS. Mit diesem umfassenden Ansatz trägt der Konzern zur Umsetzung der Sustainable Development Goals (SDGs) 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** die auf Lebenszyklusanalysen basierende Naturkapitalbewertung (Natural Capital Protocol) der Capitals Coalition (ehemals Natural Capital Coalition). Mit der Methode werden die wesentlichen Umweltauswirkungen wie Wasserentnahme, Qualität des Ökosystems oder CO<sub>2</sub>-Ausstoß in monetäre Werte umgerechnet. Dies verbessert die Vergleichbarkeit der Analyseergebnisse. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Anknüpfend an die Analysen hat HUGO BOSS eine **ganzheitliche nachhaltige Produktstrategie** entwickelt. Sie ist im unternehmenseigenen Leitfaden für nachhaltigere Produkte schriftlich fixiert und nennt **Kriterien für eine nachhaltigere Beschaffung** der eingesetzten Materialien sowie für die Produktentwicklung. Die Kriterien reichen von zuverlässigen Zertifizierungen über innovative Verarbeitungstechniken bis hin zu Verpackung und Transport der Produkte. Neben dem Leitfaden, der öffentlich verfügbar ist, hat HUGO BOSS außerdem Zielvorgaben in Bezug auf Nachhaltigkeit für seine meistverwendeten Materialien und für den konkreten Ausbau seines nachhaltigen Produktangebots definiert. → [Nachhaltigkeitsprogramm](#) → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Für einen nachhaltigeren Umgang mit Baumwolle und Wolle hat sich das Unternehmen zudem zwei Selbstverpflichtungen auferlegt: Den **Baumwolleitfaden** und den **Wolleitfaden**. Beide werden als Richtlinien für das Beschaffungsmanagement eingesetzt und sind auf der Unternehmenswebsite einsehbar. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Bei tierischen Materialien erstreckt sich die Nachhaltigkeitsverantwortung auch auf das Thema **Tierwohl**. Seit vielen Jahren steht HUGO BOSS deshalb mit Tierschutzorganisationen wie People for the Ethical Treatment of Animals (PETA) in intensivem Dialog. 2020 wurde auch der Austausch mit VIER PFOTEN ausgeweitet. Zudem hat das Unternehmen im Berichtsjahr eine eigene Tierwohl Richtlinie erstellt, die Anfang 2021 veröffentlicht wurde und konzernweit gültig ist. Sie enthält unter anderem konkrete Vorgaben und Einschränkungen für die Beschaffung und Verwendung tierischer Materialien. Um eine verantwortungsvolle Landwirtschaft zu fördern, bezieht die Richtlinie auch Umweltschutzaspekte der Tierhaltung mit ein. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Ein weiterer Schwerpunkt – auch in Bezug auf seine Produkte – von HUGO BOSS ist der **Klimaschutz**. Dank der jahrelangen tiefgreifenden Analysen von Materialien sowie Produktions- und Beschaffungsprozessen verfügt das Unternehmen über Schlüsselkompetenzen für das Design **klimaschonender Bekleidung**. → [We](#) → [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. Das Unternehmen verlangt von seinen Lieferanten unter anderem, seine unternehmenseigene, laufend aktualisierte Liste eingeschränkt nutzbarer Substanzen (Restricted Substances List, RSL) gegenzuzeichnen und deren Restriktionen für in Produkten und Verpackungen enthaltene Chemikalien konsequent einzuhalten. → [Partner](#)

Als Unterzeichner des 2020 Circular Fashion System Commitment der Global Fashion Agenda integriert HUGO BOSS zudem die **Prinzipien der Kreislaufwirtschaft** in seine Produktdesignprozesse. Außerdem will HUGO BOSS die Lebensdauer seiner Produkte weiter erhöhen, um Ressourcen zu schonen. → [Nachhaltigkeitsprogramm](#)

HUGO BOSS verfolgt das Ziel, auch im Bereich der **Produkt-, Verkaufs- und Logistikverpackungen** die Umweltbelastungen 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>10</sup>-Zertifikat.

Die **Verantwortung für die nachhaltige Produktstrategie** ist entlang der Wertschöpfungskette geregelt. Der Bereich Global Sustainability, der den Gesamtrahmen dafür vorgibt, das Brand & Creative Management sowie Sourcing & Operations arbeiten hierbei eng zusammen, um den Anteil nachhaltiger Materialien und somit nachhaltigerer Produkte im gesamten Sortiment kontinuierlich zu erhöhen.

Bei der **Umsetzung seiner Beschaffungsstrategie** kooperiert HUGO BOSS mit international anerkannten Organisationen wie der Better Cotton Initiative (BCI) oder der Leather Working Group (LWG). Außerdem setzt das Unternehmen nach anerkannten Standards zertifizierte Materialien ein. Darüber hinaus arbeitet HUGO BOSS gemeinsam mit Partnern, Kreativen und Start-ups an **außergewöhnlichen Materialien und Verarbeitungstechniken**. → **We, Kooperationen** → **Partner** → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Mit der nachhaltigeren Gestaltung seiner Produkte und Verpackungen sind für HUGO BOSS auch **Risiken** verbunden. So sind Ressourcen möglicherweise nicht immer in nötiger Qualität oder Menge vorhanden. Außerdem kann die Umstellung auf neue Materialien mit Mehraufwand und zusätzlichen Kosten verbunden sein. Andererseits kann HUGO BOSS durch eine nachhaltigere Ausrichtung seiner Wertschöpfungskette neu aufkommenden Herausforderungen begegnen und ein Produktportfolio schaffen, das zusätzliche Kundengruppen anspricht.

HUGO BOSS beurteilt die Wirksamkeit seiner Marken- und Produktstrategie anhand von **Feedbacks seiner Vertriebspartner** und **systematischen Kundenbefragungen**. Hierbei werden Leistungsindikatoren wie die Weiterempfehlungsrate (Net Promoter Score, NPS) oder der Brand Equity Index erhoben. Die NPS-Abfrage in den Einzelhandelsgeschäften in Europa, Amerika und Teilen Asiens sowie im globalen Onlinestore erbrachte für 2020 einen Wert von 57%. Der Vorjahreswert lag bei 54%. Die Zahlen sind allerdings nur eingeschränkt vergleichbar, da die Datenbasis der Erhebung im Berichtsjahr deutlich ausgeweitet wurde. Welche Maßnahmen HUGO BOSS im Hinblick auf die **Kundenzufriedenheit** im Detail umsetzt, erläutert die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung des Unternehmens.

→ **Geschäftsbericht 2020, Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Sozialbelange**

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

<sup>10</sup> Die FSC®-Werbenummer von HUGO BOSS lautet FSC® N002527.

## Verantwortungsvoller Einsatz von Materialien

HUGO BOSS verwendet für seine Produkte ausschließlich Materialien, die seinen hohen Qualitätskriterien entsprechen. Zudem spielen **soziale und ökologische Aspekte bei der Materialbeschaffung** eine wesentliche Rolle.

### 05|01 Eingesetzte Materialien

	2020		2019	
	in t	in %	in t	in %
Baumwolle	6.305	50	7.838	51
Synthetische Fasern	2.551	20	2.531	16
Wolle	1.289	10	2.052	13
Leder	1.042	8	1.393	9
Gummi	398	3	521	3
Zellulosefasern	395	3	530	3
Polyurethan	245	2	265	2
Polyvinylchlorid	136	1	144	1
Seide	68	1	76	1
Leinen	66	1	95	1
Andere	53	1	75	0
<b>Gesamt</b>	<b>12.548</b>	<b>100</b>	<b>15.520</b>	<b>100</b>

Seit 2020 zeichnet HUGO BOSS besonders nachhaltige Produkte einheitlich als **RESPONSIBLE Styles** aus und macht sie über spezielle Produktetiketten für den Kunden direkt sichtbar. RESPONSIBLE Styles enthalten dem **Leitfaden für nachhaltigere Produkte** entsprechend mindestens 60% nachhaltigere Rohstoffe und erfüllen weitere strenge ökologische sowie soziale Vorgaben zu Verarbeitung, Transport und Verpackung. Die für die RESPONSIBLE Styles definierten Kriterien tragen auch dazu bei, den ökologischen Fußabdruck der Produkte zu verringern. Zusätzlich zu den Produktetiketten macht das Unternehmen in speziellen Kommunikationskampagnen auf sein nachhaltiges Produktangebot aufmerksam und informiert seine Kunden im Onlinestore auf verschiedenen Themenseiten über deren Vorzüge. HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, dass bis 2025 mindestens 30% des Produktangebots aus RESPONSIBLE Styles bestehen sollen. Ende 2020 lag deren Anteil bei 15%. → [Nachhaltigkeitsprogramm](#) → [group.hugoboss.com](#)

Im Berichtsjahr hat HUGO BOSS eine interne Initiative zur Reduzierung von Abfällen aus Produktionsmaterialien ins Leben gerufen. Sie soll das Bewusstsein für Ressourcenschonung stärken und regt dazu an, vorhandene Stoffbestände vergangener Kollektionen in neuen Kollektionen einzusetzen.

### 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.

Die **Naturkapitalbewertung** zeigte, dass Baumwolle und Leder unter den von HUGO BOSS eingesetzten Materialien die größten Umweltauswirkungen haben, beispielsweise in Bezug auf **CO<sub>2</sub>-Emissionen und Wasserverbrauch**. Die Nutzung von Wasser und die dabei auftretenden Auswirkungen wie die Übernutzung der Wasservorkommen sowie die Verschmutzung und Überdüngung von Gewässern belasten die Umwelt an verschiedenen Abschnitten der Wertschöpfungskette. Der konventionelle Baumwollanbau mit seinem hohen Wasserbedarf fällt dabei am stärksten ins Gewicht. Auch bei weiterverarbeitenden Nass- und Trockenprozessen in der Textil- und Lederwarenproduktion können durch die Nutzung von Wasser Umweltauswirkungen auftreten. → [group.hugoboss.com](#)

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 Baumwollleitfaden festgelegten Kriterien **aus nachhaltigen Quellen** stammen. Im Jahr 2020 betrug ihr Anteil 86%. Dabei gingen 72% auf die Kooperation mit der BCI zurück. Zudem unterstützt HUGO BOSS ägyptische Kleinbauern im Egyptian Cotton Project gemeinsam mit der Organisation der Vereinten Nationen für industrielle Entwicklung (United Nations Industrial Development Organization, UNIDO) und der BCI beim nachhaltigen Anbau von Baumwolle. Die Zahl der an dem Projekt mitwirkenden Kleinbauern ist bis Ende 2020 von 1.250 auf 1.576 gestiegen. HUGO BOSS hat für die Saison Herbst 2021 eine erste Kollektion mit der Baumwolle aus diesem Projekt entwickelt. Darüber hinaus kooperiert HUGO BOSS seit 2019 mit Cotton made in Africa (CmiA), einer Initiative der Aid by Trade Foundation (AbTF). Im Jahr 2020 wurde in diesem Rahmen eine exklusive Kollektion auf den Markt gebracht. → **We, Kooperationen → Nachhaltigkeitsprogramm → Weitere Kennzahlen und Angaben**

Auch die konkrete Herkunft der verwendeten Baumwolle ist für HUGO BOSS relevant und wird bis zu ihrem Herkunftsland zurückverfolgt.

#### 05|02 Herkunft der von HUGO BOSS bezogenen Baumwolle

	in t	in %
China	1.437	23
Indien	1.232	20
USA	804	13
Türkei	644	10
Kamerun	451	7
Brasilien	448	7
Australien	377	6
Pakistan	376	6
Ägypten	213	3
Andere	323	5
<b>Gesamt</b>	<b>6.305</b>	<b>100</b>

Bei **Leder** entstehen die größten Umweltbelastungen im Bereich Wasserverschmutzung durch nicht sachgerechten Einsatz von Chemikalien oder eine ungenügende Abwasserentsorgung beim Gerben. Um seinen ökologischen Fußabdruck in diesem Bereich zu reduzieren, engagiert sich HUGO BOSS 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. Ende 2020 lag er bei 59%. → **We, Kooperationen → Nachhaltigkeitsprogramm**

Der Leitfaden für nachhaltigere Produkte regelt auch den verantwortungsvollen Einsatz und die Rückverfolgbarkeit von **Zellulosefasern** bei HUGO BOSS. Das Unternehmen hat im Berichtszeitraum begonnen, konkrete Kooperationsmöglichkeiten zu prüfen, um sein Engagement für den Schutz von Wäldern zu verstärken.

#### 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. In der neuen Tierwohl Richtlinie bekräftigt das Unternehmen außerdem sein Bekenntnis zu den von der Weltorganisation für Tiergesundheit als Leitprinzipien anerkannten Fünf Freiheiten. Im Berichtsjahr hat HUGO BOSS erstmalig einen Anzug aus 100% Leinen auf den Markt gebracht, der von der Tierschutzorganisation PETA mit dem PETA-Approved Vegan Label ausgezeichnet werden konnte.

Für die Produktion nachhaltiger Wolle müssen viele Aspekte beachtet werden. Die Anforderungen hierfür sind im unternehmenseigenen **Wolleitfaden** festgehalten. Dazu gehören 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. Das Unternehmen hat das Ziel, ab 2025 in den reinen Wollstrickprodukten nur noch mulesing-freie Wolle zu verwenden, bereits erreicht und setzt dies nun als neuen Standard voraus. → **Nachhaltigkeitsprogramm**  
→ [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Im Berichtszeitraum hat HUGO BOSS erneut 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. Für 2021 ist außerdem der Einsatz von Wolle geplant, die nach dem Responsible Wool Standard zertifiziert ist. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Anfang 2020 hat die AbTF den The Good Cashmere Standard® eingeführt, an dessen Entwicklung HUGO BOSS mitgearbeitet hat. Er ist der weltweit erste Standard für die **Beschaffung verantwortungsvoll erzeugter Kaschmirfasern** und wird vom Unternehmen auch weiterhin unterstützt. Zudem ist HUGO BOSS Teil der Mongolian Sustainable Cashmere Platform, durch die ein gemeinschaftlicher Rahmen für die nachhaltige Beschaffung von Kaschmirfasern sichergestellt werden soll.

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, nur 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 wichtige Rolle, um Stoffkreisläufe zu schließen und Ressourcen zu schonen. Auch für HUGO BOSS gewinnen diese Themen konstant an Bedeutung. Bestimmte Materialien können aufgrund ihrer generellen Eignung für Recyclingprozesse eine andere Qualität als ihre Ausgangsmaterialien aufweisen. Beim Einsatz recycelter Materialien achtet HUGO BOSS deshalb darauf, dass die eigenen Qualitätsansprüche stets erfüllt sind.

HUGO BOSS bekennt sich zum **2020 Circular Fashion System Commitment** und arbeitet an Konzepten für ein Circular Design. So hat das Unternehmen Mitarbeiter aus den Bereichen Design, Produktentwicklung und Sourcing & Operations in **Circular-Design-Trainings** geschult. Daraus ging 2020 zum Beispiel eine plastikfreie, auf Circular-Design-Prinzipien basierende exklusive Kollektion hervor. Zudem hat HUGO BOSS im Berichtsjahr in Zusammenarbeit mit der Organisation Plastic Bank® eine Kollektion aus recyceltem Polyester entwickelt. Darüber hinaus setzt HUGO BOSS mit den TENCEL™ Lyocell-Fasern der Firma Lenzing ein Material ein, das mit einem innovativen Kreislaufverfahren aus zertifiziertem Holz und Baumwoll-Stoffresten gewonnen wird. Aufgrund aktuell schwieriger Marktbedingungen für recycelte Materialien legt HUGO BOSS verstärkt den Fokus auf die verbesserte Recyclingfähigkeit seiner Produkte und weniger auf den Einsatz von Sekundärrohstoffen. So möchte das Unternehmen die Voraussetzungen für einen künftigen Markt mit hochwertiger Recyclingware verbessern und zugleich einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft leisten. → [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

Die Kunden von HUGO BOSS tragen durch einen verantwortungsvollen Umgang mit den Produkten ebenfalls dazu bei, die **Langlebigkeit der Produkte** zu erhöhen und damit Ressourcen zu schonen. Das Unternehmen unterstützt seine Kunden hierbei mit den Material Guides seines Onlinestores, die kontinuierlich weiterentwickelt werden. Interessierte finden dort nun Informationen zu Qualität, Tragekomfort, Styling, Produktpflege und Nachhaltigkeitsaspekten einer Reihe von Materialien.  
→ [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Verpackungsmaterialien

Bei HUGO BOSS kommen an verschiedenen Stufen in der Wertschöpfungskette Verpackungen zum Einsatz. 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 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. Gleichzeitig ist das Unternehmen bemüht, Material einzusparen, nachhaltige Rohstoffe einzusetzen oder wiederverwendbare Lösungen zu entwickeln. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, hat das Unternehmen 2019 einen eigenen **Verpackungsleitfaden** entwickelt und im Jahr 2020 veröffentlicht. Er bewertet verschiedene Materialoptionen nach den Umweltauswirkungen bei der Rohstoffgewinnung und der Herstellung sowie hinsichtlich der Recyclingfähigkeit. Darüber hinaus legt er entsprechende Ziele fest. Zusätzlich verfügt das Unternehmen über interne **Verpackungsvorschriften für den Transport** von Hänge- beziehungsweise Liegeware. Neben speziellen Liefervorschriften beziehen diese auch Nachhaltigkeitsaspekte – wie Vorgaben zu den Materialien der Transportverpackung – ein. → [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com)

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

### 05|03 Eingesetzte Verpackungsmaterialien und deren Recyclinganteil<sup>1</sup>

Material	Verpackungsart	2020		2019	
		Gesamtmenge (in t)	Recyclinganteil (in %)	Gesamtmenge (in t)	Recyclinganteil (in %)
Papier	Transport- und Versandkartons gesamt	3.621	75	4.094	77
	Davon wiederverwendet	-781		-844	
	Produkt-/Geschenkkartons	727	46	1.148	10
	Tragetaschen	911	73	1.107	71
	Sonstige Verpackungen	359	6	540	20
	Papier gesamt	4.837	77	6.045	69
	Kunststoff	Folienbeutel & Kleiderschutzhüllen	323	37	405
Kleiderbügel		204	65	281	30
Davon wiederverwendet		-10		-15	
Anzugtaschen		127	82	258	89
Sonstige Verpackungen		201	0	263	1
Kunststoff gesamt		845	42	1.192	32
Metall	Kleiderbügelhaken	23	13	67	26
	Davon wiederverwendet	-1		-2	
	Sonstige Verpackungen	9	0	22	0
	Metall gesamt	31	10	87	20
Naturmaterialien (z. B. Baumwolle, Leder)		25	0	38	1
<b>Gesamt</b>		<b>5.738</b>	<b>71</b>	<b>7.362</b>	<b>62</b>

<sup>1</sup> Für den vorliegenden Bericht wurde die Menge der wiederverwendeten Verpackungen jeweils von der Gesamtmenge der einzelnen Materialien abgezogen. Aufgrund dieser Änderung der Berechnungsmethode weichen die Angaben zu den Kategorien „Papier gesamt“, „Kunststoff gesamt“, „Metall gesamt“ sowie „Gesamt“ für 2019 hier von den im Nachhaltigkeitsbericht 2019 publizierten Werten ab.

Im Berichtsjahr beträgt der Anteil der nicht erneuerbaren Verpackungsmaterialien 15%, entsprechend beläuft sich der Anteil erneuerbarer Materialien auf 85%.

Das von HUGO BOSS für sämtliche Verpackungen und Kartonagen verwendete **Papier** besteht fast ausschließlich aus FSC®-zertifiziertem Material. Nach Möglichkeit wird dazu, so wie bei Tragetaschen oder Schuhkartons, Recyclingmaterial verwendet und durch den Verzicht von Laminierungen auf die Recyclingfähigkeit des Materials geachtet. Insgesamt betrug der FSC®-zertifizierte Anteil für Transport-, Produkt- und Verkaufsverpackungen im Jahr 2020 87%. Seit 2017 sind zudem alle neu beschafften, für den Versand aus den deutschen Distributionszentren bestimmten Kartonagen **FSC®-zertifiziert** und bestehen im Schnitt zu 80% aus Recyclingmaterial. Auch von seinen Produzenten fordert HUGO BOSS im Rahmen der Verpackungsvorschriften für den Transport, Kartonagen aus nachhaltigen Quellen zu beziehen und jeden Karton bestmöglich zu nutzen.

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 88% aus Rezyklat. Auch werden 82% der für den Endkunden zur Wiederverwendung bestimmten Anzugtaschen aus recyceltem Kunststoff gefertigt. Weiterhin prüft HUGO BOSS, welche Transporte ohne Kleiderschutzhülle erfolgen können. Für Transporte, die mit Kleiderschutzhülle erfolgen müssen, wird daran gearbeitet, die Foliengröße zu reduzieren. Im Verlauf des Jahres 2021 sollen die Folienbeutel für ausgewählte Produkte durch Papierbeutel ersetzt werden.

→ **Weitere Kennzahlen und Angaben**

Darüber hinaus hat sich HUGO BOSS zum Ziel gesetzt, den Anteil der **wiederverwendeten Materialien** in der Logistik und im Verkauf weiter zu steigern. Im Bereich der Transportverpackungen wurden im Berichtsjahr 781 t (2019: 844 t) zur Anlieferung von Fertigwaren eingesetzte **Kartonagen** für den Versand aus deutschen Distributionszentren wiederverwendet. 50% der im Warenversand eingesetzten Transportverpackungen waren damit wiederverwendet. Gleichzeitig wurde weiter an einer Ausweitung des **Kleiderbügelkreislaufs** für die Einzelhandelsgeschäfte gearbeitet. In Deutschland ist dieser bereits seit 2017 etabliert. Genutzte Kleiderbügel werden dabei wiederverwendet oder recycelt. 2020 wurden 40% der an den stationären Handel in Deutschland ausgelieferten Transportbügel in den Kreislauf zurückgeführt. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

## Chemikalienmanagement und Produktsicherheit

HUGO BOSS steht zu seiner **Verantwortung für die Gesundheit und Sicherheit der Menschen**, die im Herstellungsprozess beteiligt sind 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 ebenfalls eine wichtige Rolle – in der Zusammenarbeit mit den Lieferanten wie auch in der Kundenkommunikation.

Seit vielen Jahren sucht HUGO BOSS branchenweit den **Austausch und die Kooperation mit Herstellern und Experten**, um den Einsatz gefährlicher Chemikalien in der Wertschöpfungskette zu vermeiden. So engagiert sich das Unternehmen in der Vereinigung **Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)** und setzt deren Management- und Analyseinstrumente in seiner Wertschöpfungskette ein.

Zudem führt das Unternehmen im Hinblick auf die Sicherheit und Qualität seiner Produkte und Verpackungen eine eigene RSL. Mit ihr verpflichtet der Konzern seine Lieferanten, **Obergrenzen** für in den Produkten und in den Verpackungen enthaltene Chemikalien einzuhalten. Die RSL des Unternehmens entspricht in Hinblick auf Substanzen, Grenzwerte und Testmethoden seit 2018 den Anforderungen der Apparel and Footwear International RSL Management (AFIRM) Group und enthält zusätzliche Vorgaben für weitere Themenfelder. Sie wird regelmäßig weiterentwickelt. → **We, Kooperationen** → **Partner**

Mögliche Umweltauswirkungen von Chemikalien in Produkten nimmt HUGO BOSS sehr ernst. Aus diesem Grund hat sich das Unternehmen entschieden, sich stärker für einen **Ausschluss von per- und polyfluorierten Chemikalien (PFC)** einzusetzen. Im Berichtsjahr haben sich bereits 89% aller Lieferanten auf Initiative des Unternehmens dazu verpflichtet, keine PFC mehr in den Produktionsprozessen einzusetzen.

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 diese nicht 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 2020 2.631 Materialien überprüft (2019: 3.938 Materialien). Hierbei erwiesen sich 0,1% der getesteten Produkte als nicht marktkonform und gelangten folglich nicht in die Auslieferung (2019: 0,3%) ✓.

HUGO BOSS trifft alle notwendigen Vorkehrungen, um die gesetzlichen **Kennzeichnungspflichten** zu erfüllen. 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.

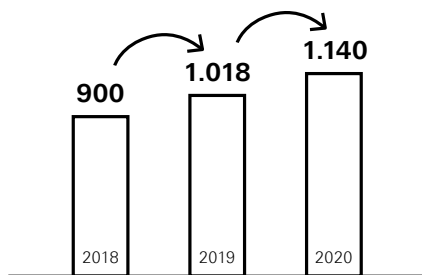




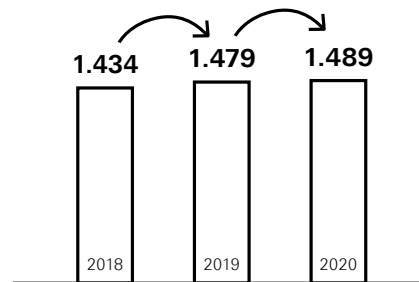
7	We
22	Umwelt
32	Mitarbeiter
44	Partner
56	Produkte
<b>65</b>	<b>Gesellschaft</b>
68	Anhang

SEITEN 65 – 67

# GESELLSCHAFT



**Geförderte Schüler und Studierende seit Gründung der HUGO BOSS Education Association**



**Absolventinnen von Türen auf für Frauen (ehemals IŞKUR-Programm) seit Projektstart**



## GESELLSCHAFT – Perspektiven fördern

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. HUGO BOSS will die Menschen zum Erfolg inspirieren und ihnen als wichtigste Voraussetzung dafür einen gleichberechtigten Zugang zu hochwertiger Bildung ermöglichen. Darüber hinaus fördert das Unternehmen Chancengleichheit und Vielfalt. Mit seinem gesellschaftlichen Engagement entlang der Wertschöpfungskette leistet das Unternehmen einen Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs) 4, 5 und 10.

## Managementansatz

Mit seiner auf den SDGs basierenden **Corporate-Citizenship-Strategie** hat HUGO BOSS bereits im Jahr 2015 für sein gesellschaftliches Engagement einen klaren Rahmen geschaffen. Im Mittelpunkt der Strategie stehen Projekte und Maßnahmen zugunsten **lokaler Gemeinschaften**. Im Jahr 2020 wurde die Strategie überarbeitet. Sie richtet sich nun verstärkt an dem Unternehmensziel „zum Erfolg inspirieren“ aus und stellt einen noch engeren Bezug zur Wertschöpfungskette von HUGO BOSS her. Unter dem Motto „We help people grow stronger“ möchte das Unternehmen insbesondere **individuelle Erfolgspotenziale** fördern und setzt dabei folgende strategische Schwerpunkte:

- vor allem jungen Menschen den Zugang zu hochwertiger Bildung als Grundlage für den persönlichen Fortschritt und gesellschaftliche Teilhabe ermöglichen
- Chancengleichheit im Allgemeinen und insbesondere Frauen und Vielfalt fördern
- Soforthilfe in Notsituationen weltweit leisten

Die globale Corporate-Citizenship-Strategie wird vom Bereich Global Sustainability **zentral verantwortet** und gesteuert. Die lokalen Initiativen des gesellschaftlichen Engagements von HUGO BOSS setzen die jeweiligen Tochtergesellschaften eigenständig um. Zu ihrer Orientierung wurde 2020 ein Rahmenwerk erarbeitet. Es regelt, dass geförderte Projekte mit den Werten und Prinzipien des Unternehmens übereinstimmen, und leitet bei der Auswahl und Realisierung des jeweiligen Engagements an.

Den Erfolg seines Engagements evaluiert HUGO BOSS seit 2015 mit einer speziellen Methodik zur **Wirkungsmessung von Corporate-Citizenship-Projekten**. Sie beruht auf dem Modell von Business for Societal Impact und bewertet das Verhältnis von Input, Output und Impact für ausgewählte Projekte. Auf dieser Grundlage entscheidet HUGO BOSS jährlich über die Fortführung der Projekte und nimmt gegebenenfalls Anpassungen vor.

In seinen Corporate-Citizenship-Aktivitäten 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. Aufgrund der COVID-19-Pandemie konnten einige der Aktivitäten im Berichtsjahr nicht durchgeführt werden.

Mit gezielten Spenden unterstützt HUGO BOSS zudem längerfristige **Projekte und Initiativen** und leistet kurzfristige Soforthilfe für **Menschen in Not**. Die Spenden werden vom Vorstand verantwortet und freigegeben. Im Berichtsjahr belief sich das reine Spendenaufkommen auf 774.289 EUR (2019: 450.347 EUR) ✓. Der Anstieg der Spendensumme im Berichtsjahr ist insbesondere auf das zusätzliche Engagement in Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie zurückzuführen.

Über die Ziele und weitere Initiativen und Programme des Unternehmens im Bereich Corporate Citizenship informieren auch das Nachhaltigkeitsprogramm und die Unternehmenswebsite. → **Nachhaltigkeitsprogramm**  
→ [group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Schwerpunkte des gesellschaftlichen Engagements

Bildung befähigt 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 (Türkei): Im Jahr 2020 erhielten insgesamt 122 Schüler und Studierende der Region ein Stipendium von HUGO BOSS. Ihnen wurden außerdem HUGO BOSS Mitarbeiter als Mentoren zur Seite gestellt, mit denen sie über berufliche Ziele und Wünsche oder private Themen sprechen und von denen sie Unterstützung bekommen können. Die Förderung von jungen Talenten ist HUGO BOSS ebenfalls ein wichtiges Anliegen. Deshalb führte das Unternehmen seine Partnerschaft mit der Kunst- und Designhochschule Central Saint Martins, einem College der Londoner Universität der Künste, auch im Berichtsjahr fort. Sie ebnet drei weiteren ausgewählten Studenten durch ein Stipendienprogramm den Weg in die Modewelt von morgen.

→ **Nachhaltigkeitsprogramm**

Um die Chancengleichheit in der eigenen Wertschöpfungskette zu stärken, unterhält HUGO BOSS Programme zur **Förderung von Frauen und Vielfalt**. An seinem größten Produktionsstandort in Izmir bietet HUGO BOSS in Zusammenarbeit mit der örtlichen Arbeitsagentur İŞKUR beispielsweise ein Programm für Frauen an, das ihnen den Wiedereinstieg ins Berufsleben erleichtern soll. Auch im Berichtsjahr wurde das Programm, jetzt unter dem neuen Titel „Türen auf für Frauen“, aufrechterhalten. Pandemiebedingt hatte es zunächst nicht stattfinden können, da die Zusammenarbeit mit İŞKUR nicht möglich war. Um ein Zeichen der Solidarität zu setzen, nahm HUGO BOSS das Programm jedoch eigenständig wieder auf. → **Nachhaltigkeitsprogramm**

Im Jahr 2020 kam es neben der COVID-19-Pandemie in vielen Ländern der Welt zu weiteren Notsituationen. Sie veranlassten HUGO BOSS als internationales Modeunternehmen dazu, im Rahmen seiner Möglichkeiten schnelle Hilfsleistungen auf den Weg zu bringen. **Soforthilfen und Unterstützungsleistungen** standen 2020 daher im Mittelpunkt des gesellschaftlichen Engagements.

Unter anderem leistete HUGO BOSS einen Beitrag zur Bekämpfung der Buschbrände in Australien. Die Spenden wurden durch den Erwerb eines speziell gestalteten T-Shirts auch durch Kunden des Unternehmens unterstützt. Zudem finanzierte das Unternehmen Hilfen für die von der Explosion in Beirut betroffenen Menschen und für seine Mitarbeiter am eigenen Produktionsstandort in Izmir nach dem schweren Erdbeben, das sich dort ereignet hatte.

Weiterhin half HUGO BOSS mit Geld- und Sachspenden, der COVID-19-Pandemie entgegenzuwirken. Neben Kleidung für medizinisches Personal und Gesichtsvisieren produzierte das Unternehmen 200.000 Masken. Diese spendete HUGO BOSS an medizinische und soziale Einrichtungen rund um die Konzernzentrale sowie an Partner in besonders betroffenen Ländern. Ferner überwies das Unternehmen Zuwendungen an Hilfsorganisationen in verschiedenen Ländern und ermöglichte seinen Kunden, in ausgewählten Stores beim Bezahlvorgang eine Spende an nationale Rotkreuzgesellschaften zu leisten.

7	We
22	Umwelt
32	Mitarbeiter
44	Partner
56	Produkte
65	Gesellschaft
<b>68</b>	<b>Anhang</b>

SEITEN 68–98

# 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 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 Handlungsfeldern, 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 2020

- hat sich HUGO BOSS **im Rahmen seiner Klimastrategie** wissenschaftlich fundierte Klimaziele (Science-Based-Targets, SBT) gesteckt, die nach den strengen Vorgaben der **Science Based Targets initiative** (SBTi) validiert und bestätigt wurden.
  - hat sich das Unternehmen mit der Veröffentlichung seiner **Erklärung zur Wahrung der Menschenrechte** und seiner **Human Rights Policy** erneut klar zur Einhaltung der Menschenrechte im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit bekannt.
  - wurde eine **Nachhaltigkeitsbroschüre** veröffentlicht, die das Nachhaltigkeitsengagement von HUGO BOSS kompakt zusammenfasst.
  - wurde das fünfte, erstmals vollständig digitale **Stakeholder-Dialog-Event** mit internen und externen Stakeholdern veranstaltet.
  - wurde HUGO BOSS zum vierten Mal in den **Dow Jones Sustainability Index** (DJSI) World aufgenommen und zum ersten Mal in den DJSI Europe.
- 

## 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 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 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 CO<sub>2</sub>-Emissionen.

## TODAY.

Im Jahr 2020

- stammten mehr als die Hälfte des im Konzern verbrauchten Stroms aus **erneuerbaren Energiequellen**.
- haben die **eigenen Photovoltaikanlagen** des Unternehmens Strom erzeugt, der ungefähr dem Jahresverbrauch von 188 Vierpersonenhaushalten entspricht.
- wurden die **wissenschaftlich fundierten Ziele** (Science-Based-Targets, SBT) zur Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen (**inklusive externe Lieferkette**) offiziell von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert.
- hat das Unternehmen für die Logistik erstmals auch die **CO<sub>2</sub>-Emissionen seiner ausgehenden Warenströme** berechnet und publiziert.
- wurden die gesamten **CO<sub>2</sub>-Emissionen** im Vergleich zum Vorjahr **um 24% reduziert**.

## TOMORROW.

**SDG-Bezug**  
(direkt oder indirekt)

	Zieljahr	Ziel	Status quo
	2050	Klimaneutralität in der gesamten Wertschöpfungskette	
	2030	Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Vergleich zum Basisjahr 2018:	
		– Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen (Scope 1 + 2) um mindestens 51 % (SBT)	Reduktion um 36%
		– Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen (Scope 3) um 30% (SBT)	Reduktion um 28%
		– Reduktion des Energieverbrauchs (direkt und indirekt) im Verhältnis zur Fläche (m <sup>2</sup> ) um 20%	Reduktion um 22%
	2025	Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs (externe Wasserversorgung) im Verhältnis zum Konzernumsatz um 40% im Vergleich zum Basisjahr 2016	Reduktion um 5%
	2020	Reduktion des Abfallaufkommens in der Produktionsstätte in Izmir um 3% im Vergleich zum Basisjahr 2019	Reduktion um 21%
	2025	Reduktion des Abfallaufkommens (Haushaltsabfälle) pro Mitarbeiter um 10% im Vergleich zum Basisjahr 2018	Reduktion um 23%

---

## 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 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 2020

- hat das Unternehmen den **Performance & Development Dialog** weltweit ausgerollt (Bereich Corporate), der eine ganzheitliche Einschätzung von Potenzial und Leistung der Mitarbeiter ermöglicht und dabei auf den offenen Dialog setzt.
- hat HUGO BOSS als eines der ersten Unternehmen in der Textilbranche ein mobiles Arbeitskonzept (**Threedom of Work**) eingeführt. Für dieses Konzept wurde die HUGO BOSS AG mit dem Gold Stevie Award für besondere Unternehmensleistungen ausgezeichnet.
- wurde HUGO BOSS mit den folgenden **Preisen für sein COVID-19-Engagement** ausgezeichnet: Gold Stevie Award „Team des Jahres: COVID-19 Krisenteam“ (HUGO BOSS AG), Gold Stevie Award „Wertvollste Reaktion eines Unternehmens: HUGO BOSS Maskenspende“ (HUGO BOSS AG) und Bronze Stevie Award „Most Valuable Employer – EMEA“ für die aufgrund der COVID-19-Pandemie getroffenen Vorsichts- und Gesundheitsmaßnahmen am Standort Izmir.
- hat die HUGO BOSS AG die **Women’s Empowerment Principles** unterzeichnet.
- wurde die Stelle des **Head of Diversity & Inclusion** im Unternehmen geschaffen und eine **Diversity Task Force** gebildet.

## TOMORROW.

**SDG-Bezug**  
(direkt oder indirekt)

	Zieljahr	Ziel	Status quo
	2025	Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit auf 75% bei der Great Place to Work®-Umfrage	72%
	2025	Reduktion der arbeitnehmerbedingten Fluktuation (Austritte) auf: < 8% im Corporate-Bereich < 30% im Retail-Bereich	7% im Corporate-Bereich, 18% im Retail-Bereich
	2025	75% der offenen Stellen für die beiden oberen Führungsebenen werden mit internen Kandidaten besetzt. <b>Meilenstein bis 2022: 70%</b>	78%
	2025	Frauenanteil von mindestens 40% in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands (Top-Management)	25%
	2025	Frauenanteil von mindestens 50% in der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands (Mittleres Management)	45%
	2025	Reduktion der Arbeits- und Betriebsunfälle um 10% am Hauptsitz in Metzingen im Vergleich zum Basisjahr 2019	Reduktion um 30%
	2025	Reduktion der Unfallhäufigkeitsrate (Lost Time Injury Frequency Rate, LTIFR) um 5% im Vergleich zum Basisjahr 2019	Reduktion um 23%

---

## ALWAYS.

---

- Das Unternehmen verpflichtet sich zur Einhaltung der Human Rights Policy und des Lieferantenverhaltenskodex, in denen **grundsätzliche Rechte zum Schutz der Arbeiter** (beispielsweise menschenwürdige Arbeitsbedingungen) geregelt sind.
  - HUGO BOSS setzt sich dafür ein, die **Lohnleichheit 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 2020



- wurde der neue **Lieferantenverhaltenskodex**, der neben sozialen Themen nun auch strengere Vorgaben zu Umweltthemen enthält, in die Verträge aller direkten Lieferanten aufgenommen.
- wurde das **Governance-Modell** erfolgreich bei den strategischen Fertigwarenlieferanten ausgerollt.
- konnte das Unternehmen mit der **Veröffentlichung der CO<sub>2</sub>-Emissionen** seiner beschafften Ware die Transparenz in der **Lieferkette** weiter erhöhen.
- wurde HUGO BOSS vom CDP (ehemals Carbon Disclosure Project) in der Kategorie **„Supplier Engagement Leader“** für sein Klimaengagement in der Lieferkette ausgezeichnet.
- wurde die Zero Discharge of Hazardous Chemicals Manufacturing Restricted Substances List (**ZDHC MRSL**) **als fester Bestandteil in die Verträge** mit den Lieferanten integriert.

### TOMORROW.

**SDG-Bezug**  
(direkt oder indirekt)

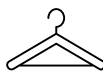
	Zieljahr	Ziel	Status quo
	2025	Beschaffung aller Waren von Fertigwarenlieferanten (inklusive der eigenen Produktionsstandorte), die im letzten Sozialaudit ein Ergebnis von „zufriedenstellend“ oder besser erzielt haben. <b>Meilenstein bis 2022:</b> 95%	96%
	2025	Alle Fertigwarenlieferanten verfügen über ein angemessenes Kontrollsystem für ihre Lieferkette. <b>Meilenstein bis 2020:</b> alle strategischen Fertigwarenlieferanten	86% der strategischen Fertigwarenlieferanten
	2025	Alle Lieferanten von Stoffen und Zutaten mit einer direkten Vertragsbeziehung zu HUGO BOSS sind in das HUGO BOSS Social-Compliance-Programm integriert.	10%
	2021	Erstellung einer Strategie, um faire Vergütung in der textilen Lieferkette zu fördern. Dies beinhaltet in einem ersten Schritt die Erhebung von Lohndaten und die Analyse von Lohnlücken auf Basis anerkannter Referenzwerte.	Zielupdate erfolgt 2021

**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"> <li>– halten nationale Umweltgesetzgebungen ein,</li> <li>– tragen zur Umsetzung der Standards des Bündnisses ZDHC bei und</li> <li>– unterstützen die Fashion Industry Charter for Climate Action des UNFCCC.</li> </ul>	20%
	2030	<p>Alle Lieferanten mit Nassprozessen produzieren in Konformität mit den Vorgaben der ZDHC MRSL (gemessen an ihren Abwassertests und ihrem Chemikalieninventar).</p> <p><b>Meilenstein bis 2025:</b> alle strategischen Fertigwarenlieferanten mit Nassprozessen</p>	20% der Abwassertests der strategischen Fertigwarenlieferanten entsprechen den Vorgaben, eine erste Berichterstattung zum Chemikalieninventar erfolgt 2021.

**ALWAYS.**

- HUGO BOSS bekennt sich klar zur **Achtung der Menschenrechte** 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, der verantwortungsvolle Umgang mit Chemikalien in der Produktion sowie Tierwohl und Artenschutz haben bei HUGO BOSS daher hohe Priorität.

## TODAY.









Im Jahr 2020

- hat das Unternehmen einen umfangreichen **Leitfaden für nachhaltigere Produkte** sowie einen **Verpackungsleitfaden** veröffentlicht, in denen klare Vorgaben zu geltenden Nachhaltigkeitsstandards festgelegt sind.
- wurde eine **Tierwohl Richtlinie** erstellt, die konkrete Vorgaben und Einschränkungen für die Beschaffung und Verwendung tierischer Materialien enthält.
- hat das Unternehmen die Nutzung des **RESPONSIBLE Labels** deutlich ausgeweitet. Mit ihm werden nun alle Produkte ausgezeichnet, die den besonders hohen Nachhaltigkeitsanforderungen von HUGO BOSS entsprechen.
- hat HUGO BOSS einen **veganen Anzug** auf den Markt gebracht, der mit dem PETA-Approved Vegan Label ausgezeichnet wurde.
- berichtet HUGO BOSS erstmals über die **Herkunftsländer der im Unternehmen eingesetzten Baumwolle** und erhöht damit die Transparenz in der Lieferkette.
- wurden die im Onlinehandel eingesetzten **Verpackungen von der Größe her so optimiert**, dass Verpackungsvolumen, Materialeinsatz und Abfallaufkommen reduziert werden konnten.
- wurden alle **Schuhkartons auf FSC®-zertifiziertes** und überwiegend auch **recyceltes Papier** umgestellt.

## TOMORROW.

### SDG-Bezug

(direkt oder indirekt)

	Zieljahr	Ziel	Status quo
 	2025	Verwendung von 100% nachhaltig bezogener Baumwolle gemäß den Kriterien des HUGO BOSS Baumwollleitfadens	86%
	2025	Verwendung von 100% mulesing-freier Wolle in reinen Wollstrickprodukten	Das Ziel ist erreicht und wird von nun an als Standard vorausgesetzt.
	2025	Mindestens 30% des Produktangebots besteht aus RESPONSIBLE Styles.	15%
 	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>	59%
 	2025	Verwendung von mindestens 50% recycelten synthetischen Fasern	10%

**SDG-Bezug**  
(direkt oder  
indirekt)

	Zieljahr	Ziel	Status quo
12 ∞	2020	Definition von kreislaufwirtschaftsorientierten Designprinzipien, die ab der Frühjahr/Sommer-Kollektion 2020 allen Kollektionsentwicklungen zugrunde gelegt werden	60%
12 ∞	2020	Regelmäßige Schulungen zur Kreislaufwirtschaft, zum Recycling und zur Nutzung nachhaltiger Materialien für alle Mitarbeiter im Design-, Entwicklungs- und Beschaffungsprozess	70%
12 ∞	2020	Einrichtung einer umfangreichen digitalen Mediathek für Materialien und Textilfasern sowie Färbe-, Verarbeitungs- und Textilveredlungsverfahren, die Recycling und Stoffkreisläufe bei der Produktentwicklung ermöglichen	40%
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 des Anteils der beim Versand wiederverwendeten Transportverpackung um 3% im Vergleich zum Basisjahr 2019	Der Anteil wiederverwendeter Kartonage wurde um 1% erhöht und beträgt nun 50%.
12 ∞	2025	Reduktion des in Verpackungen eingesetzten Einwegplastiks (pro verkauftem Teil) um 10% im Vergleich zum Basisjahr 2019	Reduktion um 1%
12 ∞	2025	100% der Plastikverpackungen bestehen aus recyceltem oder anderem nachhaltig bezogenen Material.	42%
12 ∞	2025	Reduktion des Verpackungspapiers um 5% (pro verkauftem Teil) im Vergleich zum Basisjahr 2019	Anstieg um 1%
12 ∞	2025	100% des Verpackungspapiers stammen aus nachhaltig bewirtschafteter Forstwirtschaft und/oder sind aus recyceltem Material.	87%
12 ∞	2025	> 80% des Verpackungspapiers stammen aus recyceltem Material.	66%
12 ∞	2025	Reduktion von Metall in Verpackungen um 30% (pro verkauftem Teil) im Vergleich zum Basisjahr 2019	Reduktion um 46%

**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 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.
- 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 2020

- betrug das **gesamte Spendenaufkommen** 774.289 EUR.
- wurden rund 200.000 vom Unternehmen produzierte **Behelfs-Mund-Nasen-Masken** mit einem Gegenwert von über 800.000 EUR in der COVID-19-Pandemie **gespendet**.
- erhielten insgesamt 122 Schüler und Studierende Unterstützung in Form eines **Stipendiums durch die HUGO BOSS Education Association** in Izmir.
- wurden mit dem Programm Türen auf für Frauen (ehemals IŞKUR-Programm) am Standort in Izmir zehn Frauen beim **Wiedereinstieg in das Berufsleben** unterstützt.

## TOMORROW.

### SDG-Bezug

(direkt oder indirekt)

	Zieljahr	Ziel	Status quo
	2025	Erreichen von 2.100 Frauen aus einem schwachen wirtschaftlichen Hintergrund mit einem Training zum Wiedereinstieg in das Berufsleben am Standort in Izmir (Projekt Türen auf für Frauen)	1.489 Frauen
	2025	Erreichen von 1.400 Schülern und Studierenden durch die HUGO BOSS Education Association (Standort Izmir)	1.140 Schüler und Studierende
	2025	Erreichen von 75 benachteiligten Kindern mit dem Projekt Essen & Kunst in Kooperation mit der Kunstschule Filderstadt (Projektstart 2015)	49 Kinder
	2025	Unterstützen von 150.000 Menschen in schwierigen Lebensumständen durch eine Spende von HUGO BOSS Produkten (Basisjahr 2020)	81.011 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.
-



## WEITERE KENNZAHLEN UND ANGABEN

### Umwelt

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

	2020	2019	2018
Scope 2 Indirekter Energieverbrauch	33.625	39.544	43.470

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

	2020	2019	2018	2017
Unternehmenseigene Erdwassertanks	23.180	23.681	22.399	15.684
Externe Wasserversorgung	139.317	183.177	202.500	200.913
<b>Gesamt</b>	<b>162.497</b>	<b>206.858</b>	<b>224.899</b>	<b>216.597</b>

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

	2020	2019	2018	2017
Feste Abfälle	4.893	6.821	6.062	5.605
Nicht feste Abfälle	28	40	39	33
<b>Gesamt</b>	<b>4.921</b>	<b>6.861</b>	<b>6.101</b>	<b>5.638</b>
Recyclingmenge fester Abfälle	3.131	4.269	3.953	3.661

<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	Konzernzentrale 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, Kanalstraße Outlet Metzingen, HUGO-BOSS-Platz	Deutschland	ISO 50001	2012 2019
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	1.197	5.748	4.112	98	508
Amerika	264	1.167	101	0	88
Asien/Pazifik	384	1.705	24	0	135
<b>Gesamt</b>	<b>1.845</b>	<b>8.620</b>	<b>4.237</b>	<b>98</b>	<b>731</b>

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

	< 30	30 ≤ - < 40	40 ≤ - < 50	≥ 50
Management	5	41	37	16
Angestellte Mitarbeiter	30	38	20	12
Gewerbliche Mitarbeiter	17	40	28	15
Auszubildende	99	1	0	0
Temporäre	71	11	8	10
<b>Gesamt</b>	<b>26</b>	<b>37</b>	<b>24</b>	<b>13</b>

### Mitarbeiter nach Position und Geschlecht (in %) ✓

	Führungskräfte in umsatzgenerierenden Positionen	Mitarbeiter in Positionen mit MINT-Bezug <sup>1</sup>
Weiblich	52	46
Männlich	48	54
<b>Gesamt</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

<sup>1</sup> Positionen mit MINT-Bezug beinhaltet Positionen mit thematischem Bezug zur Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und/oder Technik.

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


	Europa	Amerika	Asien/Pazifik	<b>Gesamt</b>
Arbeitnehmerbedingt	1.056	378	302	1.736
Arbeitgeberbedingt	767	152	83	1.002
Redundanz	86	90	37	213
Ruhestand	115	5	2	122
Tod, Auswanderung	4	2	1	7
<b>Austritte (gesamt)</b>	<b>2.028</b>	<b>627</b>	<b>425</b>	<b>3.080</b>

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

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

	Weiblich	Männlich
Europa	1.097	931
Amerika	283	344
Asien/Pazifik	287	138
<b>Gesamt</b>	<b>1.667</b>	<b>1.413</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	1.037	604	245	142
Amerika	315	162	82	68
Asien/Pazifik	155	207	42	21
<b>Gesamt</b>	<b>1.507</b>	<b>973</b>	<b>369</b>	<b>231</b>

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

**Durchschnittliche Ausgaben für Trainings pro Vollzeitäquivalent (Full Time Equivalent, FTE)** (in EUR)

Gesamt	107
--------	-----

## Produkte

### Standards der nachhaltig bezogenen Baumwolle

	in t	in % <sup>1</sup>
Better Cotton Initiative	4.504	72
Aus kontrolliert biologischem Anbau	387	6
Cotton LEADS™	346	6
Cotton made in Africa	149	2
Recycelt	7	0
<b>Gesamt</b>	<b>5.393</b>	<b>86</b>

<sup>1</sup> Anteil in Prozent der von HUGO BOSS insgesamt eingesetzten Baumwolle.

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

	2020	2019	2018	2017
Gesamtmenge	845	1.192	1.269	1.297

<sup>1</sup> Die Gesamtmenge für die Jahre 2017 bis 2019 weichen von den in den Nachhaltigkeitsberichten dieser Jahre veröffentlichten Zahlen ab. Sie sind aufgrund von Änderungen in der Berechnungsmethode nachträglich angepasst worden.

# WESENTLICHE NACHHALTIGKEITSTHEMEN VON HUGO BOSS UND GRI-STANDARDS

Strategische Intensität	Nachhaltigkeitsthema	Zugeordneter GRI-Standard	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
		403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 414: Soziale Bewertung der Lieferanten			HB, Lieferanten HB, Lieferanten
	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
		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, Lieferanten
		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, Kunden
	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 wettbewerbswidrigem Verhalten	206: Wettbewerbswidriges Verhalten, 419: Sozioökonomische Compliance			HB, Lieferanten

Strategische Intensität	Nachhaltigkeitsthema	Zugeordneter GRI-Standard	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 307: Umwelt-Compliance, 308: Umweltbewertung der Lieferanten		Lieferanten	HB, Lieferanten
	Reduktion des Wasserverbrauchs (in der Produktion)	303: Wasser und Abwasser 307: Umwelt-Compliance, 308: Umweltbewertung der Lieferanten		Lieferanten	HB, Lieferanten
	Ethisch korrekte Entrichtung von Unternehmenssteuern	201: Wirtschaftliche Leistung, 207: Steuern, 419: Sozioökonomische-Compliance	HB		

# GRI-INHALTSINDEX

Der HUGO BOSS Nachhaltigkeitsbericht 2020 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 einer Wesentlichkeitsanalyse. Diese wurde im Jahr 2019 durchgeführt und im Jahr 2020 auf Aktualität überprüft und entsprechend angepasst. Ausgewählte Angaben wurden einer externen Prüfung unterzogen.

## GRI 102 Allgemeine Standardangaben 2016

		Seite	Auslassungen	Externe Prüfung
<b>Organisationsprofil</b>				
GRI 102-1	Name des Unternehmens	4		
GRI 102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	6		
GRI 102-3	Hauptsitz des Unternehmens	6		
GRI 102-4	Betriebsstätten	6, GB 26 ff.		
GRI 102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	4, GB 20 f.		
GRI 102-6	Belieferte Märkte	6, GB 25		
GRI 102-7	Größe des Unternehmens	6		
GRI 102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	35–36, 83	Angaben zur Darstellung der Mitarbeiterstruktur nach Vertragsart und nach Beschäftigungsverhältnis liegen nicht vor.	☑
GRI 102-9	Lieferkette	6, 45–47		
GRI 102-10	Signifikante Änderungen im Unternehmen und seiner Lieferkette		Im Berichtsjahr haben keine signifikanten Veränderungen stattgefunden.	
GRI 102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	12–14		
GRI 102-12	Externe Initiativen	20–21		
GRI 102-13	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	20–21		
<b>Strategie</b>				
GRI 102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	3		
GRI 102-15	Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen	12–13, GB 96 ff.		
<b>Ethik und Integrität</b>				
GRI 102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	12–14		
GRI 102-17	Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik	14–15		
<b>Unternehmensführung</b>				
GRI 102-18	Führungsstruktur	9, GB 120 ff.		
GRI 102-19	Delegation von Befugnissen	8–9		
GRI 102-20	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	8–9		
GRI 102-21	Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	17–18		

GB = Geschäftsbericht 2020  
NHB 2019 = Nachhaltigkeitsbericht 2019  
Steuerstrategie = Steuerstrategie 2020



**GRI 102 Allgemeine Standardangaben 2016**

		Seite	Auslassungen	Externe Prüfung
GRI 102-22	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien	GB 120 ff.		
GRI 102-23	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans	9, GB 10 ff.		
GRI 102-24	Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan	GB 122 ff.		
GRI 102-25	Interessenkonflikte	9, 17–18		
GRI 102-26	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Festlegung von Zielen, Werten und Strategien	9		
GRI 102-27	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	9		
GRI 102-28	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	GB 120 ff.		
GRI 102-29	Identifizierung und Umgang mit ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen	10–11, NHB 2019 11–13		
GRI 102-30	Wirksamkeit der Verfahren zum Risikomanagement	12–13		
GRI 102-31	Überprüfung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	9		
GRI 102-32	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei Nachhaltigkeitsberichterstattung	4		
GRI 102-33	Übermittlung kritischer Anliegen	9		
GRI 102-34	Art und Gesamtzahl kritischer Anliegen	14–15, GB 120 ff.		
GRI 102-35	Vergütungspolitik	GB 129 ff.		
GRI 102-36	Verfahren zur Festlegung der Vergütung	GB 129 ff., 37–38		
GRI 102-37	Einbindung der Stakeholder bei Entscheidungen zur Vergütung	GB 129 ff.	Die Hauptversammlung entscheidet über die Vergütung des Aufsichtsrats. Im Mai 2020 wurden die entsprechenden Regelungen in § 12 der Satzung der HUGO BOSS AG durch die Hauptversammlung neu festgelegt.	
<b>Einbeziehung von Stakeholdern</b>				
GRI 102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	17		
GRI 102-41	Tarifverhandlungsvereinbarungen	35		
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	4		
GRI 102-46	Vorgehensweise zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	10–11, NHB 2019 11–12		
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	10, 86–87		
GRI 102-48	Neudarstellung von Informationen	4	Sofern Informationen aus früheren Berichten in abweichender Form weitergeführt werden, ist dies an den jeweiligen Stellen im Bericht entsprechend vermerkt.	
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	4, 10–11		
GRI 102-50	Berichtszeitraum	4		
GRI 102-51	Datum des aktuellsten Berichts	4		
GRI 102-52	Berichtszyklus	4		
GRI 102-53	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	99		
GRI 102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	4, 88		
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex	88–94		
GRI 102-56	Externe Prüfung	95–97		

**Spezifische Standardangaben**

		Seite	Auslassungen	Externe Prüfung
<b>Wirtschaft</b>				
<b>GRI 201 Wirtschaftliche Leistung 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	8–9		
GRI 201-1	Erwirtschafteter und verteilter Wert	6, 66, GB 147 ff.		
GRI 201-2	Finanzielle Folgen, Risiken und Chancen des Klimawandels	GB 102 f.		
GRI 201-3	Verpflichtungen aus leistungsorientiertem Pensionsplan	GB 147 ff.		
GRI 201-4	Finanzielle Unterstützung durch Regierungen	GB 172		
<b>GRI 204 Beschaffungspraktiken 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	45–48		
GRI 204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Zulieferer	45–48	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 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	12–15		
GRI 205-1	Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	15		
GRI 205-2	Informationen und Schulungen zu Strategien und Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung	14–15, 18		
GRI 205-3	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen	15		☑
<b>GRI 206 Wettbewerbswidriges Verhalten 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz 2016 (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	12–15		
GRI 206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung	15		☑
<b>GRI 207 Steuern 2019</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	12, Steuerstrategie		
GRI 207-1	Steuerkonzept	Steuerstrategie		
GRI 207-2	Tax Governance, Kontrolle und Risikomanagement	Steuerstrategie		
GRI 207-3	Einbeziehung von Stakeholdern und Management von steuerlichen Bedenken	Steuerstrategie		
GRI 207-4	Country-by-Country Reporting (länderbezogene Berichterstattung)	Steuerstrategie	HUGO BOSS teilt Informationen über je nach gültiger Rechtsprechung erfolgte Steuerzahlungen mit den entsprechenden Regulierungsinstitutionen. Diese Informationen sind aus Sicht des Unternehmens weder für die Öffentlichkeit bestimmt, noch wesentlich für die Darstellung seiner wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Auswirkungen.	

<b>Spezifische Standardangaben</b>				
		Seite	Auslassungen	Externe Prüfung
<b>Ökologie</b>				
<b>GRI 301 Materialien 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	57–58		
GRI 301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	59, 62		
GRI 301-2	Eingesetzte rezyklierte Ausgangsstoffe	62–63, 85		
<b>GRI 302 Energie 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	23–24		
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb des Unternehmens	24–26	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 und Abwasser 2018</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	23–24		
GRI 303-1	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	29–30, 59–60, 81		
GRI 303-2	Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung	30		
GRI 303-3	Wasserentnahme	29–30, 81		☑
GRI 303-5	Wasserverbrauch	29–30	HUGO BOSS weist den Wasserverbrauch in der Einheit Kubikmeter (m <sup>3</sup> ) aus. Ein Kubikmeter entspricht 0,001 Megalitern (ML). Die Bestimmung des Wasserverbrauchs an eigenen Produktionsstandorten in Wasserstressgebieten richtet sich nach dem global anerkannten Aqueduct Water Risk Atlas des World Resources Institute (WRI).	
<b>GRI 305 Emissionen 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	23–24		
GRI 305-1	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	26–27		☑
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte Treibhausgasemissionen (Scope 2)	26–27, 81		☑
GRI 305-3	Sonstige indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)	26–28		
GRI 305-5	Senkung der Treibhausgasemissionen	26–28		
<b>GRI 306 Abwasser und Abfall 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	23–24		
GRI 306-1	Abwassereinleitung nach Qualität und Einleiteort	30	Detailliertere Angaben zur Abwassereinleitung sowie zu Wasserqualität und Behandlungsverfahren liegen aktuell nicht vor.	☑
GRI 306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	30–31, 81		☑
GRI 306-3	Erheblicher Austritt schädlicher Substanzen		Im Berichtsjahr gab es keine signifikanten Verschmutzungen.	
<b>GRI 307 Umwelt-Compliance 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	8–9, 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 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	45–47, 52–53		
GRI 308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	46, 52–53		
GRI 308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	52–53		

<b>Spezifische Standardangaben</b>				
		Seite	Auslassungen	Externe Prüfung
<b>Soziales</b>				
<b>GRI 401 Beschäftigung 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	33–34		
GRI 401-1	Neue Angestellte und Angestelltenfluktuation	35–36, 83–84	Detaillierte Angaben zu Neueinstellungen nach Geschlecht sowie 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 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	33–34, GB 59 ff.		
GRI 402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen		HUGO BOSS hält alle gesetzlichen Vorschriften zu Mitteilungsfristen ein.	
<b>GRI 403 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	33–34, 41		
GRI 403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	41		
GRI 403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	41–43		
GRI 403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	41, 43		
GRI 403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	41–43		
GRI 403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	41		
GRI 403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	41–43		
GRI 403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	48–51		
GRI 403-8	Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	41	Detaillierte Angaben zur Abdeckung der Mitarbeiter und Kontraktoren durch das OHS-Programm liegen aktuell nicht vor.	
GRI 403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	41–42	Im Berichtsjahr gab es, wie auch in den Jahren davor, keine tödlichen Unfälle.	☑
GRI 403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen	43		☑
<b>GRI 404 Aus- und Weiterbildung 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	33–34		
GRI 404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestelltem	40, 84	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	39–40		
GRI 404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	39	Angaben zu der Leistungsbeurteilung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie liegen aktuell nicht vor.	
<b>GRI 405 Diversität und Chancengleichheit 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	33–34, 38		
GRI 405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	39, 83	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	37	Die Vergütung bei HUGO BOSS basiert auf Leistung und Qualifikation der Mitarbeiter.	

<b>Spezifische Standardangaben</b>				
		Seite	Auslassungen	Externe Prüfung
<b>GRI 406 Diskriminierungsfreiheit 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	12–14, 33–34, 45–48		
GRI 406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	37, 48–50		☑
<b>GRI 407 Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	12–14, 33–34, 45–48		
GRI 407-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	47–51		☑
<b>GRI 408 Kinderarbeit 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	12–14, 33–34, 45–48		
GRI 408-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko für Kinderarbeit und ergriffene Maßnahmen	48–50		☑
<b>GRI 409 Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	12–14, 33–34, 45–48		
GRI 409-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko für Zwangsarbeit und ergriffene Maßnahmen	48–50		☑
<b>GRI 412 Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	12–14, 33–34, 45–48		
GRI 412-1	Geschäftsstandorte, an denen eine Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde	48–50		☑
GRI 412-2	Mitarbeiterschulungen zu Menschenrechten	15, 18, 37	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 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	66		
GRI 413-1	Geschäftsstandorte mit Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	67		
GRI 413-2	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften		Es sind keine negativen Auswirkungen bekannt.	
<b>GRI 414 Soziale Bewertung der Lieferanten 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	45–48		
GRI 414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	48–51		☑
GRI 414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	48–51		☑
<b>GRI 415 Politische Einflussnahme 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	14–15, 17		
GRI 415-1	Parteispenden		Im Berichtsjahr hat HUGO BOSS keine Spenden an politische Parteien geleistet.	
<b>GRI 416 Kundengesundheit und Kundensicherheit 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	57–58		
GRI 416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	63–64		☑
GRI 416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	63–64		

### Spezifische Standardangaben

		Seite	Auslassungen	Externe Prüfung
<b>GRI 417 Marketing und Kennzeichnung 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	57–58		
GRI 417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	64		
GRI 417-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	64		
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 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	16, GB 63 f.		
GRI 418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	16		☑
<b>GRI 419 Sozioökonomische Compliance 2016</b>				
GRI 103	Managementansatz (inklusive GRI 103-1, 103-2, 103-3)	8, 12–14		
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	45–53		
AF8	Anzahl und Anteil der durchgeführten Audits	48–53		
AF9–14	Anzahl der Verstöße gegen den Code of Conduct	50–53		
AF15	Auswertung der Auditergebnisse	48–53		
AF16	Ergriffene Maßnahmen aufgrund von Verstößen	48–53		

# 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 2020 bis 31. Dezember 2020 (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\\_2020.pdf](https://group.hugoboss.com/fileadmin/media/pdf/sustainability/sustainability_reports_DE/Nachhaltigkeitsbericht_2020.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 2020 bis Mai 2021 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 2020 bis 31. Dezember 2020 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/IDW-Auftragsbedingungen](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 Untersuchungen erweitert, verifiziert oder aktualisiert.

München, den 3. Mai 2021

Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

**Nicole Richter**  
Wirtschaftsprüferin

**Annette Johne**  
Wirtschaftsprüferin

# ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

<b>Abkürzung</b>	
AbTF	Aid by Trade Foundation
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.
EDP	Employee Development Program
ESG	Environment, Social, Governance
FLA	Fair Labor Association
FSC®	Forest Stewardship Council®
FTE	Full Time Equivalent (Vollzeitäquivalent)
GCS®	The Good Cashmere Standard®
GFA	Global Fashion Agenda
GPTW®	Great Place to Work®
GRI	Global Reporting Initiative
GSCP	Global Social Compliance Programme
ILO	International Labour Organization (Internationale Arbeitsorganisation)
ISO	International Organization for Standardization (Internationale Organisation für Normung)
LCAs	Life Cycle Assessments (Lebenszyklusanalysen)
LDP	Leadership Development Program
LTIFR	Lost Time Injury Frequency Rate
LWG	Leather Working Group
MDSL	Manufacturing Restricted Substances List
NAP	Nationaler Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte der deutschen Bundesregierung
NGO	Non-Governmental Organization (Nichtregierungsorganisation)
NPS	Net Promoter Score
OAR	Open Apparel Registry
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development (Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung)
OHS	Occupational Health and Safety (Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz)
PDD	Performance & Development Dialog
PETA	People for the Ethical Treatment of Animals
PFC	Per- und polyfluorierte Chemikalien
RSL	Restricted Substances List
SBT	Science-Based-Targets
SBTi	Science Based Targets initiative
SDGs	Sustainable Development Goals (Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen)
Textilbündnis	Bündnis für nachhaltige Textilien
UNFCCC	United Nations Framework Convention on Climate Change (Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen)
UNIDO	United Nations Industrial Development Organization (Organisation der Vereinten Nationen für industrielle Entwicklung)
ZDHC	Zero Discharge of Hazardous Chemicals
<b>Symbole</b>	
☉	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

David Galla  
Manager Corporate Sustainability

**Redaktion:**

HUGO BOSS  
Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

**Gestaltung:**

nexxar GmbH, Wien