

HUGO BOSS

TODAY.
TOMORROW.
ALWAYS.

NACHHALTIGKEIT BEI HUGO BOSS*

NACHHALTIGKEIT BEI HUGO BOSS

Bei HUGO BOSS übernehmen wir Verantwortung für unser unternehmerisches Handeln – sei es in Bezug auf unsere Produkte, die Menschen, die mit uns in Berührung kommen oder unsere Umweltauswirkungen. Unser Engagement haben wir unter dem Leitbild TODAY. TOMORROW. ALWAYS. zusammengefasst. TODAY steht dabei für unsere Meilensteine. Unter TOMORROW haben wir unsere Ziele zusammengefasst und ALWAYS umfasst unsere generellen Nachhaltigkeitsprinzipien.



PRODUCT

Neben **Design und Qualität** setzen wir bei unseren Produkten auf **Langlebigkeit** und das zunehmende **Schließen von Materialkreisläufen**. Damit tragen wir dazu bei, dass **Ressourcen geschont** und die **Biodiversität** geschützt werden. Unsere Materialien wählen wir nach strengen Kriterien, etwa zu **Tierwohl** und Artenschutz oder zum **Klimaschutz** und Chemikalienmanagement aus.



PEOPLE

Wir tragen auch **Verantwortung für die Menschen**, die diese Produkte entwickeln, produzieren und verkaufen. Die Basis für unsere Beziehungen mit unseren eigenen Mitarbeitenden, Lieferanten und weiteren Partnern ist die **Achtung der Menschenrechte** und die **Einhaltung hoher Sozialstandards**. Außerdem setzen wir uns durch die Förderung von Bildung und Chancengleichheit für das **gesellschaftliche Wohl** ein.



PLANET

Zum Schutz von Umwelt und Klima engagieren wir uns für die Einführung und Weiterentwicklung umwelt- und klimafreundlicher Prozesse. Ziel ist es, den **ökologischen Fußabdruck unserer gesamten Wertschöpfungskette** zu verbessern. Unsere Maßnahmen richten wir an der gemeinsamen Vision der Modeindustrie gemäß der Fashion Industry Charter for Climate Action aus: **„Netto-Null“ klimaschädliche Emissionen bis 2050**.

TODAY.
TOMORROW.

WO WIR BEI UNSEREN WICHTIGSTEN ZIELEN STEHEN.*



PRODUCT

31% des Produktangebots besteht aus RESPONSIBLE Styles
Ziel: ≥60 % bis 2025

79% der Baumwolle stammt aus nachhaltigeren Quellen
Ziel: 100 % bis 2025

72% des Leders kommt von Gerbereien, die unseren Nachhaltigkeitsstandards entsprechen
Ziel: 100 % bis 2025

Wir haben eine **Circularity-Strategie** entwickelt und setzen dabei unter anderem zunehmend auf zirkuläres Design und zirkuläre Geschäftsmodelle. > **Circularity**

Ziel: 80 % des Produktangebots ist Teil der Kreislaufwirtschaft bis 2030





UNSERE RESPONSIBLE STYLES

Unsere RESPONSIBLE Styles bei HUGO BOSS bestehen zu mindestens 60% aus nachhaltigeren Materialien, die nach klar definierten Standards zertifiziert sind. Auch in anderen Bereichen wie Verarbeitung und Transport erfüllen sie besonders hohe Nachhaltigkeitskriterien.



AKTUELLE BEISPIELE UNSERES NACHHALTIGKEITSENGAGEMENTS

Wir verstehen Nachhaltigkeit als eine kontinuierliche Reise, bei der wir stets auf der Suche nach neuen Lösungen wie den folgenden sind:



Circularity:
So gehen wir schonend mit Ressourcen um

Nur mit einer zirkulären Ausrichtung können wir wertvolle Ressourcen schonen, unseren Planeten schützen und Kundinnen und Kunden eine möglichst lange Nutzungsdauer unserer hochwertigen Produkte ermöglichen.

Daher sind wir bereits die ersten Schritte in diese Richtung gegangen und haben eine Circularity-Strategie entwickelt. Diese beinhaltet drei Kernelemente:

1. kreislauffähige Produkte
2. zirkuläre Geschäftsmodelle
3. Kundeneinbindung, beispielsweise durch praxistaugliche Informationen zu Qualität, Tragekomfort und Produktpflege im Online Store



Innovatives Garn von HeiQ: So fördern wir eine Material-Alternative zu Polyester

Um seine ökologischen Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren, ist HUGO BOSS eine strategische Partnerschaft mit HeiQ (LSE:HEIQ), einem Schweizer Innovationsunternehmen der Textilbranche eingegangen. Ziel ist es, die gemeinsame Entwicklung und Produktion von HeiQ AeoniQ voranzutreiben. AeoniQ, ein nachhaltiges und zirkuläres Garn aus Zellulose, ist die erste klimapositive Faser, die Polyester und Nylon ersetzen kann. Die aus diesem leistungsstarken Garn hergestellten Gewebe sind dank Ihrer Eigenschaften wie z.B. hohe Reißfestigkeit und Elastizität vergleichbar mit den konventionellen Geweben Polyester und Nylon, weisen jedoch eine deutlich höhere Ökobilanz auf.

Während Polyester- und Nylonfasern aus nicht erneuerbaren fossilen Rohstoffen hergestellt werden, wird HeiQ AeoniQ aus recycelter biobasierter Zellulose - einem unendlich nachwachsenden Rohstoff - gewonnen. Eine flächendeckende Einführung von HeiQ AeoniQ kann helfen, die Atmosphäre zu dekarbonisieren und die Wasserverschmutzung durch Mikroplastik zu verhindern. Darüber hinaus werden landwirtschaftliche Flächen erhalten.



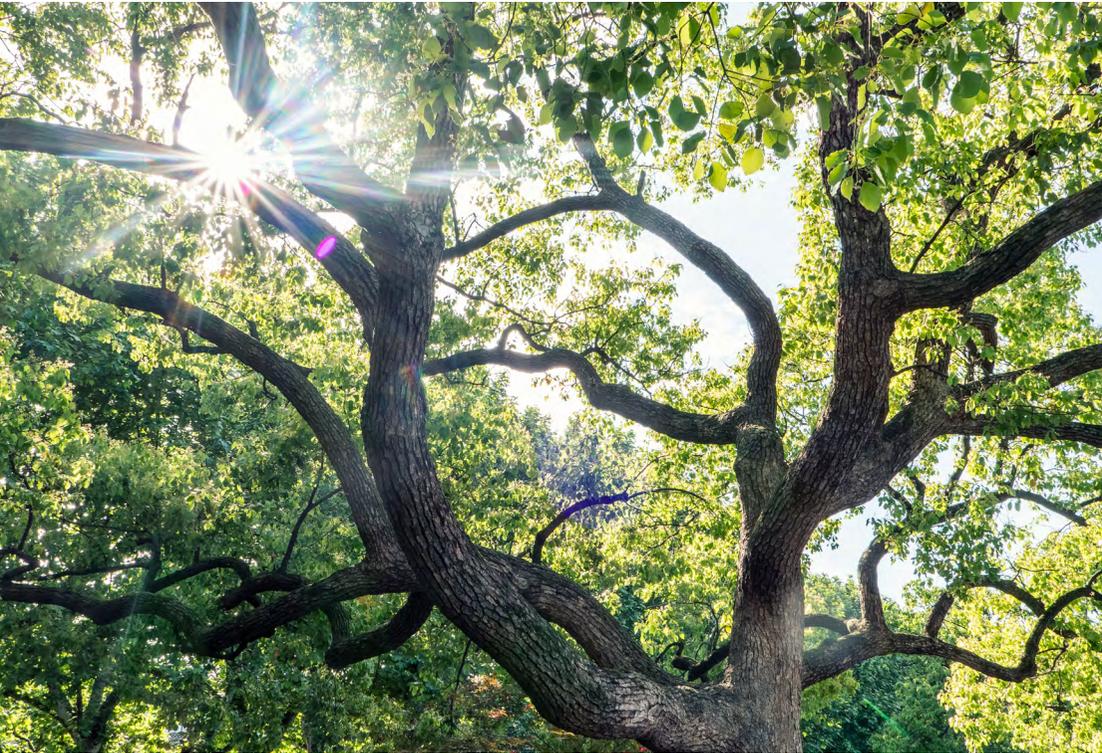
PEOPLE

99% der Waren kommen von Fertigwarenlieferanten, die im Sozialaudit mit einer der beiden besten Stufen abgeschnitten haben
Ziel: 100 % bis 2025

75% Mitarbeiterzufriedenheit bei der Great Place to Work®-Umfrage
Ziel: Ziel wurde 2021 bereits erreicht

29% Frauenanteil in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands (Top-Management)
Ziel: ≥40 % bis 2025

1.625 Frauen wurden seit Beginn des Programms „Türen auf für Frauen“ bei ihrem beruflichen Wiedereinstieg unterstützt
Ziel: 2.100 Frauen bis 2025



PLANET

13 % Reduktion der CO₂-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Scope 1–3, im Vgl. zu 2018)
Ziel: Netto-Null Emissionen in der gesamten Wertschöpfungskette (Scope 1–3) bis 2050
Auf dem Weg dorthin: ≥50 % Reduktion der CO₂ Emissionen (Scope 1–3) bis 2030

18 % Reduktion des Energieverbrauchs im Verhältnis zur Fläche (im Vgl. zu 2018)
Ziel: 20 % bis 2030

21 % Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs im Verhältnis zum Umsatz (im Vgl. zu 2016)
Ziel: 40 % bis 2025

89 % des Verpackungspapiers stammen aus nachhaltig bewirtschafteter Forstwirtschaft und/oder sind aus recyceltem Material
Ziel: 100 % bis 2025

OUR PROMISE: ALWAYS.

UNSERE NACHHALTIGKEITSGRUNDSÄTZE



DIALOG

Bei der Entwicklung und Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie legen wir großen Wert auf den Dialog und die Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern.



VERANTWORTUNG FÜR MENSCH UND GESELLSCHAFT

Wir achten die Menschenrechte und übernehmen nicht nur Verantwortung für unsere Mitarbeitenden und Partner, sondern stehen auch für das gesellschaftliche Wohl ein. Unseren Mitarbeitenden bieten wir sehr gute Entwicklungsprogramme sowie sichere, gesundheitlich unbedenkliche Arbeitsplätze. Außerdem helfen wir ihnen, Privat- und Berufsleben miteinander zu vereinbaren.



LANGFRISTIGE PARTNERSCHAFTEN

Wir setzen auf langfristige Partnerschaften mit unseren Lieferanten. Dabei legen wir hohe Sozial- und Umweltstandards zugrunde und entwickeln diese gemeinsam mit unseren Partnern weiter. Die Akzeptanz unserer Standards überprüfen wir in regelmäßigen Audits und setzen zudem zunehmend auf den Wissenstransfer in Form von Trainings.



QUALITÄT & LANGLEBIGKEIT

Wir stellen durch die Verwendung ausgewählter Materialien und eine hochwertigen Verarbeitung sicher, dass unsere Produkte über einen langen Zeitraum hinweg genutzt werden können.



TIERWOHL

Unsere Materialien wählen wir nach strengen Kriterien aus und halten uns an anerkannte Vorgaben des Tier- und Artenschutzes. Wir schließen Zucht- pelze aus und nutzen ausschließlich Leder von Schaf, Ziege, Rind und Büffel, die als Nebenprodukte der Lebensmittelindustrie entstehen. Auch nutzen wir ausschließlich Daunen, die ohne Lebendrupf und Zwangsfütterung gewonnen werden und verzichten auf den Einsatz von Angorawolle.



SCHUTZ DER UMWELT

Mit umwelt- und klimafreundlichen Prozessen verbessern wir unseren ökologischen Fußabdruck über die ganze Wertschöpfungskette hinweg. Strom aus erneuerbaren Energien, nachhaltige Architektur und ein schonender Umgang mit Ressourcen zählen zu unseren Maßnahmen, um dieses Ziel zu erreichen.



VERANTWORTUNGS- VOLLES CHEMIKALIEN- MANAGEMENT

Gemeinsam mit unseren Lieferanten sorgen wir für Produkte frei von gefährlichen Chemikalien.