

Thinking Beyond, Acting To

H U G O B O S S

The Point

NACHHALTIGKEIT 2016

Inhalt

VORWORT		03
EINFÜHRUNG		04
WE	// Gemeinsam Werte schaffen	06
UMWELT	// Natürliche Ressourcen bewahren	10
MITARBEITER	// Eine faire Kultur fördern	14
PARTNER	// Verantwortung gemeinsam realisieren	18
PRODUKTE	// Ideen für morgen	22
GESELLSCHAFT	// Perspektiven fördern	26
ZIELE		30



Liebe Leserinnen und Leser,

„Thinking beyond, acting to the point“ ist das, was HUGO BOSS prägt. Wir denken weiter, sind kreativ und offen für Neues. Immer aber handeln wir präzise und zielorientiert. So bringen wir Entwicklungen und Trends auf den Punkt und realisieren dabei unser ganzes Potenzial.

Dass uns dies auch im Bereich Nachhaltigkeit gelingt, zeigten die zweiten internen Sustainability Days im Oktober 2016. Es war großartig zu erleben, wie engagiert in allen Feldern unseres Nachhaltigkeitsmanagements an neuen Lösungen gearbeitet wird. Für dessen Weiterentwicklung erhielten wir bei unserem ersten internationalen Stakeholderdialog viele Impulse und Bestätigung für das, was wir schon tun.

Im vergangenen Jahr konnten wir einiges bewegen. Das beweisen auch die gute Bewertung unseres Klimamanagements durch CDP (vormals Carbon Disclosure Project) und die Auszeichnung unseres Engagements für Tier- und Artenschutz durch die Humane Society of the United States. Diesen Schwung wollen wir nutzen, um Nachhaltigkeit im Bewusstsein unserer Mitarbeiter dauerhaft zu verankern und sie für neue Wege zu begeistern. Verantwortungsbewusst und zukunftsorientiert handeln können wir als Unternehmen nur, wenn jeder Einzelne mitmacht.

Natürlich gibt es noch manches, an dem wir weiterhin arbeiten müssen. Für HUGO BOSS ist Nachhaltigkeit ein stetes Streben. Diesen Weg wollen wir konsequent weitergehen und durch konkrete Maßnahmen belegen. Denn nachhaltiges Handeln stärkt unser Unternehmen und unsere Marke. Davon bin ich überzeugt.

Metzingen, im Mai 2017



Mark Langer
Vorsitzender des Vorstands

Porträt

Der HUGO BOSS Konzern ist eines der führenden Unternehmen im gehobenen Premiumsegment des globalen Bekleidungsmarkts. Unter den Marken BOSS und HUGO bietet das Unternehmen eine umfassende Auswahl an hochwertiger Mode sowie Accessoires im Damen- und Herrenbereich an. Unser Produktportfolio besteht aus moderner Konfektion, eleganter Abendbekleidung, Freizeitmode, Schuhen, Lederaccessoires sowie in Lizenz vertriebenen Düften, Brillen, Uhren, Kindermode, Textilien für den Home-Bereich und Schreibinstrumenten.



2,7 Mrd. Euro
Umsatz im Jahr 2016



Knapp **14.000** Beschäftigte,
davon 59 % weiblich und 41 % männlich



4 eigene Produktionsstandorte in
Deutschland, Italien, Polen und der Türkei



Rund **1.100** eigene Einzelhandelsgeschäfte



4 Kollektionen im Jahr

Thinking beyond, acting to the point

Weiterdenken und sich von der Zukunft inspirieren lassen. Trends auf den Punkt bringen und maßgeschneiderte Lösungen entwickeln, die den Puls der Zeit treffen. Mit größter Effizienz und vereinter Sorgfalt eine herausragende Qualität erzielen. Das ist HUGO BOSS. Das macht uns aus. Und so prägt das präzise Zusammenspiel von Qualität, Innovation und Verantwortung unser Leitbild, das uns den Weg in die Zukunft weist. Warum sind wir davon so überzeugt? Die Verknüpfung von drei Trends gibt darauf eine Antwort:



Qualität: Die Kunden achten beim Einkauf immer stärker auf Qualitätsmerkmale. Dazu zählen neben einer hochwertigen Verarbeitung beispielsweise Aspekte der nachhaltigkeitsorientierten Rohstoff- und Materialauswahl oder Fragen zur Herstellung. So ist ein nachhaltigeres Konsumverhalten auch für die Textilbranche ein nicht zu vernachlässigender Trend.



Innovation: Immer rascher ändern sich die Konsumgewohnheiten, die logistischen und die produktionstechnischen Möglichkeiten. Social Media schaffen und verstärken Trends, die Digitalisierung verändert Strukturen, Technologien und Märkte. Stete Innovation ist nicht nur bei den Produkten gefragt, sondern ebenso bei den Geschäftsprozessen.



Verantwortung: Von Unternehmen erwarten Kunden, Gesellschaft und Politik heute, dass sie ihre ethische, ökologische und soziale Verantwortung leben und in der Wertschöpfungskette verankern. Auch Mitarbeiter stellen zunehmend die Frage nach der Sinnhaftigkeit ihres Tuns. Wer ein attraktiver Arbeitgeber sein will, muss deshalb mehr bieten als die allgemeinen Leistungen und neue Wege gehen.

Wir greifen diese Entwicklungen auf, um Lösungen zu erarbeiten, die unseren langfristigen Unternehmenserfolg sichern. Das verstehen wir unter Nachhaltigkeit. Und damit kann nicht allein HUGO BOSS sein ganzes Potenzial entfalten. Dies gilt für unsere Mitarbeiter, unsere Partnerschaften und unsere Beziehungen zu Stakeholdern gleichermaßen. Auch das stärkt uns und unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung. Denn nur im Dialog über die Zukunft entwickeln wir uns gemeinsam weiter, können Neues denken und anders handeln.



Gemeinsam Werte schaffen

Nachhaltigkeit als Zusammenspiel von Qualität, Innovation und Verantwortung prägt das Leitbild, die Strategie und die Prozesse von HUGO BOSS. Um eine nachhaltige Entwicklung zu fördern, suchen wir den Dialog mit unseren Stakeholdern. Unser Ziel ist der langfristige wirtschaftliche Erfolg. Dem tragen wir auch mit einer wertebasierten Unternehmensführung und dem vorausschauenden Management von Risiken und Chancen Rechnung.

Wir arbeiten an Nachhaltigkeit. Bei HUGO BOSS ist Nachhaltigkeit als eines von fünf Attributen in die Unternehmensstrategie integriert und in den operativen Bereichen und Ebenen verankert. Um dies zu erreichen, haben wir im vergangenen Jahr intensiv an unseren Prozessen gearbeitet, Prioritäten gesetzt und Maßnahmen definiert. Dabei haben wir uns auch gefragt, welchen konkreten Beitrag wir zur Umsetzung der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen leisten können. Wir tun dies nicht nur, weil die Anforderungen der Gesellschaft und unserer Stakeholder steigen. Bei HUGO BOSS wissen wir, dass herausragende Qualität nur durch größte Sorgfalt und individuelle Verantwortung zu erreichen ist. Deshalb werden unsere Führungskräfte auch daran gemessen, wie es um die Zufriedenheit der Mitarbeiter bestellt ist und wo wir in Sachen Nachhaltigkeit stehen. Unsere Messlatte ist hoch: Im Dow Jones Sustainability Index wollen wir zu den Ersten gehören.

WERTSCHÖPFUNG BEI HUGO BOSS

Die Wertschöpfungskette von HUGO BOSS ist geprägt durch komplexe Prozesse. Wir beziehen Fertigwaren von 231 Lieferanten und produzieren an vier eigenen Standorten in Deutschland, Italien, Polen und der Türkei. Unsere Produkte vertreiben wir an rund 7.700 Verkaufspunkten in 127 Ländern weltweit.

Einflussmöglichkeiten von HUGO BOSS

● teilweise ● vollständig



IM DIALOG ZU NACHHALTIGKEIT

HUGO BOSS sucht den Austausch mit seinen Stakeholdern und pflegt ihn durch bilaterale Gespräche und Kooperationen. Denn Nachhaltigkeit lässt sich nur gemeinsam weiterentwickeln. Den Dialog haben wir 2016 intensiviert und dabei auch neue Formate eingeführt.

DER ERSTE BAD URACH DIALOG

Im Oktober 2016 fand unser erster internationaler Stakeholderdialog zu Nachhaltigkeit im Stift Bad Urach statt. Dort trafen sich unter anderem Vertreter verschiedener Nichtregierungsorganisationen, Gewerkschaftsvertreter, Experten für die Lieferkette, Wissenschaftler und Partner mit dem Management der HUGO BOSS AG. Mark Langer, Vorstandsvorsitzender von der HUGO BOSS AG, setzte eingangs den Ton: „Wir wollen Nachhaltigkeit leben und offen für Veränderung sein.“ Es war das Signal für einen offenen und konstruktiven Austausch, dessen Ergebnisse auch in die Überarbeitung der Nachhaltigkeitsstrategie eingeflossen sind.



Beim Stakeholderdialog im Stift Bad Urach waren die Zusammenarbeit mit Partnern und das Engagement in der Lieferkette zentrale Themen. HUGO BOSS konnte zahlreiche Impulse und Empfehlungen aus dem Dialog mitnehmen.



STRATEGIEPROZESS 2016 BEI HUGO BOSS

In einem mehrstufigen Prozess haben wir bestehende Ansätze sowie Ziele geschärft und die strategischen Prioritäten in unseren sechs Handlungsfeldern erweitert. Wichtige Impulse lieferte dabei auch der Stakeholderdialog. Die HUGO BOSS Nachhaltigkeitsstrategie gibt nun ganz konkret vor, wie wir zu einer nachhaltigen Entwicklung im Sinne der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen beitragen wollen.



STRATEGISCHE PRIORITÄTEN DER HUGO BOSS HANDLUNGSFELDER



We

- ▶ Stakeholder Engagement



Umwelt

- ▶ Klimaschutz
- ▶ Nachhaltiges Store-Konzept



Mitarbeiter

- ▶ Mitarbeiterzufriedenheit
- ▶ Gesundheit und Arbeitssicherheit
- ▶ Menschenrechte



Partner

- ▶ Sozialstandards
- ▶ Umweltschutz
- ▶ Transparenz



Produkte

- ▶ Nachhaltigere Materialien
- ▶ Produktinnovation
- ▶ Gezielte Endkundenkommunikation



Gesellschaft

- ▶ Förderung von Perspektiven durch Bildung

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Wir leisten einen besonderen Beitrag zur Umsetzung folgender Ziele:





Natürliche Ressourcen bewahren

HUGO BOSS arbeitet stetig daran, seine Umweltauswirkungen zu verringern und Ressourcen zu schonen. Dafür konzipieren wir intelligente Gebäude, entwickeln nachhaltige Store-Konzepte, nutzen umweltfreundliche Technologien und optimieren Transportwege. Wir gehen sparsam mit Wasser um und reduzieren unsere CO₂-Emissionen. Dadurch tragen wir zum Klimaschutz sowie zum Erhalt der Artenvielfalt bei.

Wir wollen Umweltschutz täglich leben. Und deshalb ist er eines der wichtigsten Elemente der Nachhaltigkeitsstrategie von HUGO BOSS. Denn von unserer Unternehmenstätigkeit sollen keine nachteiligen Umweltauswirkungen ausgehen. Beim Transport unserer Produkte von den Produktionsstätten zu den Warenlagern setzen wir auf kürzere Seefrachtrouten oder die Zugstrecke direkt aus Asien nach Europa. Die Anzahl der Luftfrachtsendungen halten wir so gering wie möglich. An unseren großen Produktionsstandorten in Italien und der Türkei sind zertifizierte Umweltmanagementsysteme etabliert, die selbst geführten Retail Stores in der DACH*-Region nutzen Strom aus erneuerbaren Energien und unser Gebäudemanagement folgt anerkannten Nachhaltigkeitsstandards. Mitarbeiter und Partner beziehen wir über einen Umweltleitfaden in die Realisierung unserer Grundsätze ein. Im Herbst 2017 startet die Umsetzung unseres neuen Store-Konzepts, das sich an Nachhaltigkeitsgesichtspunkten orientiert.

* Deutschland, Österreich, Schweiz

EIN KONZEPT FÜR NACHHALTIGERE STORES

Strom und Wasser sparen und den Abfall trennen – die Anleitung für einen nachhaltigen Ladenbetrieb hört sich einfach an. Doch so banal ist es nicht. Bei uns fängt Nachhaltigkeit nicht nur früher an, sondern ist auch deutlich komplexer. Wir beschäftigen uns auf Grundlage einer sorgsam entwickelten Strategie bereits bei der Planung mit dem nachhaltigen Betrieb unserer Läden. Mit dem Roll-out des neuen Store-Konzepts werden alle von HUGO BOSS selbst betriebenen Stores ab Herbst 2017 Schritt für Schritt nach Nachhaltigkeitsprinzipien aus- und umgebaut. Das Ziel sind umweltfreundliche Stores, die das Wohlbefinden von Mitarbeitern und Kunden fördern und die Marke HUGO BOSS visuell erlebbar machen.

VERANTWORTUNG VON ANFANG AN

Das ebenso komplexe wie ganzheitliche Konzept setzt von Anfang an darauf, den Materialverbrauch und das Abfallaufkommen so niedrig wie möglich zu halten. Die Verantwortung fängt beim Einkauf der Baustoffe und der Einrichtungsgegenstände an. Ob Bodenbeläge, Regale oder Tische: Sie sollen möglichst nachhaltig hergestellt und umweltbewusst transportiert werden. Beim Umbau verfolgen wir das erklärte Ziel, lokale Montageteams einzusetzen, um Wege zu verkürzen und das Handwerk vor Ort zu unterstützen. Wie die Stores mitsamt ihren Personalräumen und Lagerflächen später aussehen, legen Gestaltungsrichtlinien von vornherein detailliert fest. Sie schreiben auch den Einbau umweltschonender Gebäudetechnik sowie die Umrüstung der Beleuchtung auf LED und den Einbau von Wassermengenbegrenzern vor.

VON DER NEUERÖFFNUNG BIS ZUR UMGESTALTUNG

Bei der Umsetzung des nachhaltigkeitsorientierten neuen Store-Konzepts unterscheiden wir:

- **Openings:** Neu zu eröffnende Stores werden bereits beim Bau gemäß den Leitlinien des Konzepts gestaltet.
- **Renovations:** Bestehende Stores werden nach einem individuell definierten Renovierungszyklus an die neue Konzeptgeneration angepasst und umgebaut.
- **Redesign:** Einige Bestandstores werden hinsichtlich geänderter Lebenszyklus-Anforderungen optimiert und aufgewertet.

Sind die neu gestalteten Stores schlüsselfertig übergeben, setzt ein konsequentes Umweltmanagement ein. Dann geht es tatsächlich darum, Strom und Wasser zu sparen, den Abfall zu trennen und auf Recycling zu achten.

UMWELTAUSWIRKUNGEN VERRINGERN

Ökologische Verantwortung zu leben, bedeutet für uns, kontinuierlich an Verbesserungen zu arbeiten. Dabei setzen wir auf ein leistungsstarkes Umweltmanagement, das sich an international anerkannten Standards orientiert, sowie eine Vielzahl von Maßnahmen bei der Planung und im Betrieb von unseren eigenen Gebäuden.

Green Building bei HUGO BOSS



ENERGIE

Einsatz von LED-Beleuchtung und Bewegungssensoren, eigener Betrieb von Photovoltaikanlagen und Blockheizkraftwerken, Wärmerückgewinnungssysteme, zertifizierte Energiemanagementsysteme.



WASSER

Bewegungssensoren und Druckregler in Sanitäranlagen, effiziente Bewässerungssysteme für Grünanlagen.



ABFALL

Verbesserung der Recyclingquoten, Reduzierung des Abfallaufkommens mittels Optimierung des Rohwareneinsatzes.



PROZESS- ÜBERPRÜFUNG

Umweltschonender Betrieb nach anerkannten Standards, Monitoring und Analyse von Verbräuchen, Optimierung der Laufzeiten von technischen Anlagen.



EFFIZIENZ IST, WAS UNS BEWEGT

Wir prüfen kontinuierlich Möglichkeiten für die Optimierung unserer Logistik- und Transportprozesse, um dadurch zu einer langfristigen Senkung ihrer CO₂-Emissionen und der Schonung natürlicher Ressourcen beizutragen. Dabei betrachten wir alle Warenströme vom Produzenten bis hin zu unseren Logistikzentren.

Nachhaltigkeit im Logistikprozess



DISTRIBUTIONS-ZENTREN

An unseren Logistikzentren setzen wir auf Recycling und Wiederverwendung von Kartonagen. Darüber hinaus setzen wir bei der Beschaffung von neuen Kartonagen auf FSC®-zertifizierte* Materialien.



TRANSPORT

Wir nutzen verstärkt umweltschonende Verkehrsträger. Textilien aus Asien gelangen zum Beispiel per Bahn bis nach Deutschland. Das spart bis zu 95 % Emissionen im Vergleich zur kombinierten Luft- und Seefracht.



HANDLING

Die Konsolidierung von Warensendungen im Abgangsland macht aus mehreren kleineren Sendungen eine größere Einheit. Auf diese Weise können Seefrachtcontainer bestmöglich ausgelastet und das Transportaufkommen reduziert werden.



PRODUKTION

Durch den Einsatz einer Supply Chain-Software befähigen wir unsere Produzenten, die optimale Kartonage und Packweise auszuwählen. So können CO₂-Emissionen und der Einsatz von Verpackungsmaterialien verringert werden.



* FSC®-Lizenznummer: N002527



Eine faire Kultur fördern

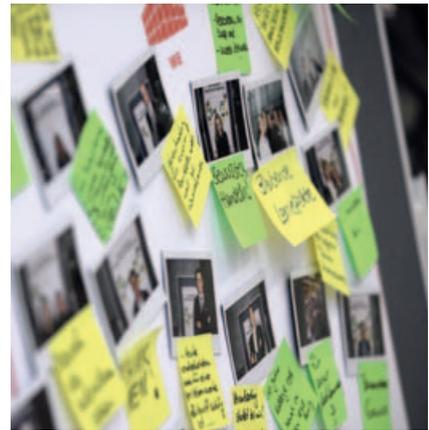
Die Personalarbeit bei HUGO BOSS fördert eine faire und verantwortungsbewusste Unternehmenskultur und unterstützt damit unsere Strategie: Wir wollen offen und innovativ sein und Mehrwert für unsere Stakeholder schaffen. Dafür wollen wir die besten Mitarbeiter gewinnen und begeistern, sie fördern, für den Wandel befähigen und gemeinsam mit ihnen ein vertrauensvolles und kreatives Miteinander leben.

Wir stellen die Weichen für den Wandel. Die fortschreitende Digitalisierung und der gesellschaftliche Wertewandel verändern nicht nur die Arbeitswelt, sondern auch die Einstellung zur Arbeit selbst. Lebenslanges Lernen, gesundes und flexibles Arbeiten sowie sinnhaftes Tun stehen für ein Bündel an Anforderungen, denen sich Unternehmen wie Mitarbeiter stellen müssen. Bei HUGO BOSS wurde vieles angestoßen, um Mitarbeitern ein motivierendes Arbeitsumfeld, individuelle Chancen und persönliche Unterstützung zu bieten – von flexiblen Arbeitszeitmodellen, vielfältigen Weiterbildungsmöglichkeiten bis zu Gesundheitsangeboten und Familienförderung. Dabei leben wir Vielfalt und Chancengleichheit als integrale Bestandteile unserer Kultur. Bei einer Studie der Zeitschrift „Textilwirtschaft“ erzielten wir 2016 den zweiten Platz als attraktiver Arbeitgeber in der Textilbranche.

IMPULSE FÜR NACHHALTIGES HANDELN

Mitarbeiter „mitzunehmen“ und ein gemeinsames Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu entwickeln, ist zentraler Erfolgsfaktor für die Umsetzung der strategischen Nachhaltigkeitsziele. Die zweiten internen Sustainability Days, die HUGO BOSS an zwei Tagen im Oktober 2016 am Standort Metzingen durchführte, sollten jeden Einzelnen zu nachhaltigem Handeln in seinem Wirkungsbereich inspirieren. Um die Mitarbeiter dazu auch zu befähigen, wurde ein Trainingsprogramm entwickelt, das verschiedene Module für unterschiedliche Mitarbeitergruppen umfasst. Eines davon wurde im Rahmen der Sustainability Days erstmals durchgeführt. Über aktuelle Projekte und Ideen informierten sich rund 1.000 Mitarbeiter durch Vorträge oder an interaktiven Infoständen, die mit viel Sorgfalt und Kreativität gestaltet worden waren.

Es gab viel zu entdecken: Wie fühlt sich Leder aus Ananas an? Und wie Stoff aus Recyclingfasern?



Statements der Mitarbeiter zeugten von großem Interesse und vielfältigen Ideen.



Paneldiskussion mit Mark Langer (links) und den Vertretern der einzelnen Handlungsfelder.

WEITERBILDUNG, DIE INSPIRIERT

Die Zeiten, in denen die einmal erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten für ein ganzes Berufsleben reichten, sind vorbei. Heute ist Wissen ein Gut mit Verfallsdatum. Es muss stetig weiterentwickelt, ja immer wieder neu erworben werden. Die HUGO BOSS University stellt deshalb weltweit ein vielseitiges Portfolio an Trainings- und Weiterbildungsmaßnahmen bereit. Neben einer Vielzahl von Präsenzs Schulungen bietet das Unternehmen verstärkt onlinebasierte Trainings an. Dabei nutzen wir den Ansatz des Blended Learning, der Online- und Präsenztrainings kombiniert.

ERFOLGREICH LERNEN

Zu den Angeboten gehört beispielsweise das Excellence-Program zur Weiterentwicklung der Fachkompetenz. Durch eine Kombination externer und interner Referenten wird aktuelles Fachwissen geteilt und über Neuerungen informiert. Darüber hinaus werden Angebote zur Persönlichkeitsentwicklung und zur Weiterentwicklung der methodischen Kompetenz ständig erweitert. Formalisierte Prozesse unterstützen die Überprüfung und Absicherung von Lernerfolgen. So enden alle Onlinetrainings mit einem Wissenstest. Präsenztrainings werden nach Abschluss evaluiert. Das Senior Excellence-Program wird zudem durch HR-Mitarbeiter eng begleitet: Transfergespräche zwischen den Modulen helfen bei der Integration des Gelernten in die Praxis.

GESUND UND SICHER ARBEITEN

An den Standorten von HUGO BOSS haben Arbeits- und Gesundheitsschutz seit Jahren einen hohen Stellenwert und entsprechen überall denselben Standards. Den Beschäftigten im eigenen Einzelhandel bietet ein Managementhandbuch viele Hinweise zu diesem Thema. Über Tablet-PCs oder eine Mobile Learning-App stehen weitere Informationen zur Verfügung. Im vergangenen Jahr wurde ein globales Onlinetraining in zunächst acht Sprachen zu Arbeits- und Gesundheitsschutz durchgeführt. Das Personal vor Ort wurde darin geschult, Gefährdungen zu erkennen, um Unfälle zu vermeiden und sich bei Notfällen richtig zu verhalten. Das Onlinetraining wird jährlich wiederholt, damit stets alle Mitarbeiter einbezogen sind und sich Gelerntes verfestigt.

WAS WIR UNTER „NEW WORK“ VERSTEHEN

Der Arbeitsplatz von morgen ist digital und vernetzt. Die Möglichkeiten des Einzelnen, Arbeit eigenverantwortlich und flexibel zu gestalten, nehmen zu. Wie die Arbeitswelt 4.0 aussehen wird, lässt sich zumindest erahnen. Der Wandel hat längst begonnen und HUGO BOSS will ihn aktiv gestalten.



In Lösungen denken. Seit 2015 beschäftigt sich bei HUGO BOSS eine Projektgruppe mit dem Thema New Work. Was als Aufgabe zur Flexibilisierung der bestehenden Raumkonzepte begann, setzte sich in Workshops nach den Grundsätzen des Design Thinking als Labor für Ideen fort. Nachdem Interviews mit Mitarbeitern Wünsche und Bedürfnisse aufgezeigt hatten, wurden Lösungen entwickelt, real getestet und überarbeitet. So entstanden Modelle für verschiedene Arbeitsplatztypen. Sie dienen uns als Grundlage für den Ausbau einer mitarbeiterorientierten Arbeitswelt, die langfristig funktioniert und maximal flexibel ist.



Verantwortung gemeinsam realisieren

HUGO BOSS bekennt sich dazu, Menschenrechte zu achten und die Umwelt zu schützen, und arbeitet mit seinen Partnern an der Umsetzung dieser Werte. Gemeinsam verringern wir die Auswirkungen auf die Umwelt und verbessern die Arbeitsbedingungen in der Lieferkette. Um künftigen Nachhaltigkeitsherausforderungen zu begegnen, setzen wir auf gemeinsames Lernen und teilen unser Wissen mit unseren Partnern.

Wir setzen auf Zusammenarbeit. Wir wählen unsere Partner sorgfältig aus, etablieren strategische Partnerschaften und arbeiten gemeinsam an der Umsetzung unserer Ziele. Grundlage für die Zusammenarbeit ist die Anerkennung unserer Werte, unseres Verhaltenskodex und der darin festgeschriebenen Social Standards. Damit verpflichten wir uns und unsere Lieferanten zur Einhaltung der Menschenrechte, zum Umweltschutz und zu fairen Arbeitsbedingungen. Wir führen dazu regelmäßig Audits durch. Partnern, die unseren Ansprüchen nicht genügen, helfen wir, sich zu verbessern. Wo dies aber dauerhaft nicht gelingt, ist eine Trennung der konsequente Schritt. Um unser Engagement weiterzuentwickeln, arbeiten wir in der internationalen Fair Labor Association und im deutschen Bündnis für nachhaltige Textilien mit. Kooperationen mit lokalen Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen gewinnen an Bedeutung für uns.

MIT LIEFERANTEN IM DIALOG

Bei den HUGO BOSS Supplier Days 2016 waren zahlreiche Vertreter unserer strategischen Lieferanten zu Gast. In mehreren Workshops gingen wir zusammen der Frage nach, wie eine nachhaltige Lieferkette zu gestalten ist und welcher Mehrwert sich dadurch erreichen lässt.

WIE KÖNNEN WIR GEMEINSAM MEHRWERT SCHAFFEN?

Gemeinsam erarbeiteten wir nach der Methode des Cambridge Value Mapping, wie sich durch mehr Transparenz in der Lieferkette Werte generieren lassen. Alle Teilnehmer waren sich einig, dass gemeinsame Standards eine Voraussetzung für hochwertige Produkte sind. Um diese Standards umzusetzen und zu leben, ist Transparenz innerhalb der Lieferkette unabdingbar. Eine gemeinschaftliche Plattform für den Austausch von Daten und Informationen könnte deshalb ein erfolgversprechender Ansatz zur weiteren Verbesserung sein.



Der offene und vertrauensvolle Austausch mit strategischen Partnern und Lieferanten hat bei HUGO BOSS Tradition. Denn je besser die Zusammenarbeit, desto hochwertiger ist die Qualität.





Nur wer zuhört, kann Probleme verstehen und gemeinsam neue Lösungen finden.

Zentrale Ergebnisse des Supplier-Workshops

// Mehr Transparenz in der Lieferkette ist möglich.

// Eine Stärkung der eigenen Nachhaltigkeitsstrategien ist notwendig, um zukünftigen Geschäftserfolg zu sichern.

// Akzeptierte Branchenstandards, zum Beispiel zum Thema „Faire Bezahlung“, werden benötigt.

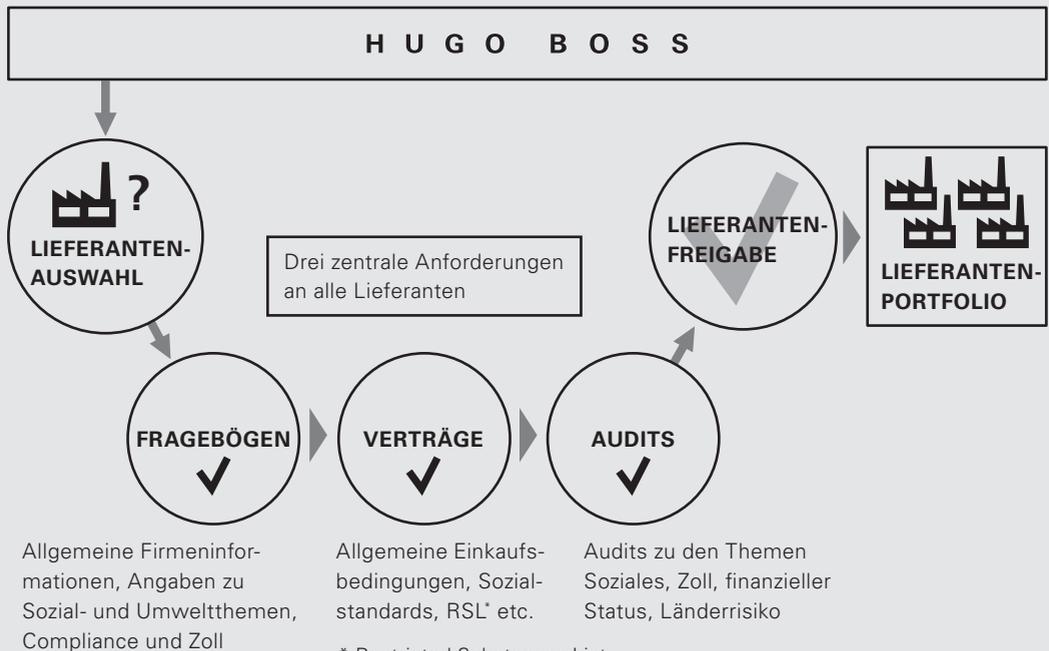
// Gemeinsame Workshops von Herstellern und Lieferanten helfen, das nachhaltige Handeln in der gesamten Branche zu stärken.

// Detaillierte Audit-Analysen zeigen auf, in welchen Bereichen Verbesserungen möglich sind.

// Das Umweltschutzprogramm von HUGO BOSS auf Basis des Global Social Compliance Programme (GSCP) hilft, Prioritäten zu setzen und die richtigen Maßnahmen zu ergreifen.

// Die Qualität der Zusammenarbeit soll auch zukünftig durch einen engen Austausch verbessert werden.

PROZESS DER LIEFERANTENAUSWAHL BEI HUGO BOSS



GEMEINSAM IN DIE ZUKUNFT

Die Zukunft hat bereits begonnen. Spracherkennung in der Fabrik wird bald vieles möglich machen: Roboter helfen in der Produktion, Maschinen buchen ihre Wartung selbst und bestellen rechtzeitig Ersatzteile. Die Smart Factory revolutioniert die Produktion und ist ein Modell für den Wandel, der auch Mitarbeitern neue Perspektiven bietet.



Die Smart Factory von HUGO BOSS. Was HUGO BOSS mit seiner Produktion im türkischen Izmir vormacht, kann die ganze Branche inspirieren. In der digitalen Produktion lassen sich Arbeitsschritte vorausdenken und so planen, dass mögliche Störungen gar nicht erst eintreten. In Izmir kommen dafür 1.600 Tablets, 86 Touchscreens und 45 Andon-Boards zum Einsatz. In einem weiteren Schritt sollen die Produktionsmaschinen dann auch untereinander kommunizieren und mit Transportsystemen vernetzt werden. Das macht die Produktion flexibler und kann auch die Kosten reduzieren. Im Jahr 2018 soll es in Izmir so weit sein.

VONEINANDER LERNEN

Schon in der Vergangenheit arbeitete HUGO BOSS eng mit Zulieferern und externen Technologiepartnern zusammen. Heute gilt das mehr denn je. Denn die vernetzte Produktion der Zukunft braucht den Dialog und das gemeinsame Lernen. Das galt ganz besonders beim OPEX Day 2016 unter dem Motto „Smart World. Smarter Business.“ 290 Teilnehmer informierten sich dort über Wege in die Industrie 4.0. Damit in dieser gar nicht fernen Zukunft Mensch und Maschine optimal zusammenarbeiten können, müssen auch unsere Mitarbeiter entsprechend weiterqualifiziert werden. Ausbildung und Trainings bereiten sie darauf vor. Viele Ideen werden gemeinsam mit ihnen getestet, um die Umsetzung zu verbessern.



Ideen für morgen

Unsere Produkte vereinen höchste Qualität und anspruchsvolles Design mit ethischen Standards und der Einhaltung von Umwelt- und Gesundheitsanforderungen. Oberstes Ziel sind innovative und nachhaltige Produktlösungen, die das ganze Potenzial von HUGO BOSS entfalten. Klare Richtlinien, fundiertes Wissen und der Austausch mit Partnern ermöglichen es uns, Nachhaltigkeit in unsere täglichen Entscheidungen zu integrieren.

Wir stehen für höchste Qualität. Wenn wir unsere Kollektionen planen, achten wir auch auf nachhaltige Materialien und Verarbeitungsmethoden. Wo immer ohne Qualitätsverlust möglich, nutzen wir innovative Materialien aus Recycling oder anderen besonders nachhaltigen Quellen. In der Produktentwicklung und der Produktion können wir dank Digitalisierung hoch-effizient arbeiten und den Materialverbrauch reduzieren. HUGO BOSS kooperiert mit Tierschutz- und Verbraucherorganisationen und sprach sich zum Beispiel gegen das schmerzhafteste Mulesing-Verfahren aus. Zuchtpelze setzen wir seit 2016 nicht mehr ein. Im November 2016 erhielten wir für unser Engagement den Corporate Consciousness Award der Humane Society of the United States.

DEN ÖKOLOGISCHEN FUSSABDRUCK BESTIMMEN

Welche Umweltauswirkungen vom Anbau über die Verarbeitung bis zur Entsorgung entstehen, messen wir mit sogenannten Life Cycle Assessments. Sie ermitteln den „ökologischen Fußabdruck“ von Produkten, um ihn gezielt zu verringern. Damit liefern wir auch wichtige Daten für die ganze Textilindustrie.

Maßstäbe für die Branche. So hat HUGO BOSS im Rahmen der von der Europäischen Union geleiteten Initiative Product Environmental Footprint (EU-PEF) komplette T-Shirt-Produktionen vom Ursprung der Rohware bis zur Entsorgung analysiert. Auch als Gründungspartner der World Apparel & Footwear Life Cycle Database (WALDB) setzen wir uns dafür ein, Forschungsergebnisse in der Textilwirtschaft breit verfügbar zu machen. Gemeinsam mit Partnern haben wir zudem die Plattform EcoLogTex entwickelt, um Prozessdaten zu erheben und daraus die Umweltauswirkungen zu berechnen. Mit unserem Projekt ecoshoe konnten wir die dort bereitgestellten Informationen nutzen: Gemeinsam mit Lederexperten haben Mitarbeiter am Standort in Morrovalle sämtliche Prozesse und deren Umwelteinflüsse detailliert erfasst und neue innovative Lösungen erarbeitet.

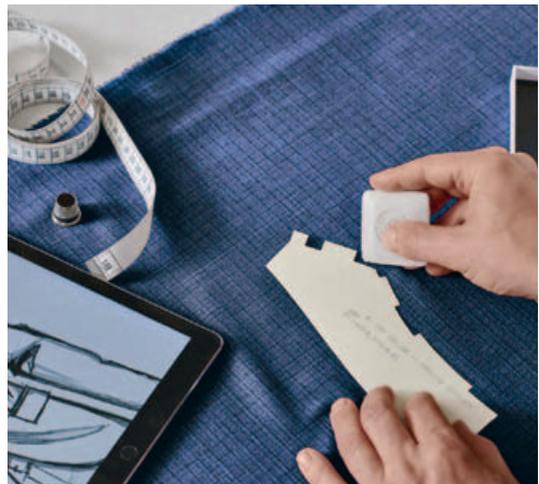
Meilenstein für Produktvergleiche. Mit der Initiative Natural Capital Coalition hat HUGO BOSS im vergangenen Jahr weiter daran gearbeitet, die Einflüsse auf das Ökosystem zu messen und zu bewerten. Ziel war die Anwendung des von der Initiative entwickelten Natural Capital Protocol. Das Resultat der erfolgreichen Kooperation, die im Oktober 2016 ihre Ergebnisse veröffentlichte: Erstmals sind direkte Vergleiche verschiedener Umwelteinflüsse auf Produktebene möglich. Die Übersetzung der erfassten ökologischen Schadwirkungen in monetäre Werte vereinfacht die Priorisierung der relevanten Themen und hilft, gezielt solche Maßnahmen zu ergreifen, die für den Umweltschutz am wirkungsvollsten sind. HUGO BOSS sucht dann aktiv nach Möglichkeiten, diese Methoden gemeinsam mit Partnern aus dem Textilsektor weiter zu optimieren.

JEDES STÜCK EIN MEISTERWERK

Unsere Ansprüche sind hoch. Jede Kollektion muss die Kunden neu überraschen und begeistern. Das erfordert Kreativität in der Gestaltung, aber auch die präzise Verarbeitung jedes einzelnen Kleidungsstücks. In beidem beweisen wir immer wieder höchste Exzellenz.

Kreativität trifft Perfektion. Neue Farb- und Materialtrends, Anregungen aus Kunst und Architektur, Kundenfeedbacks und vieles mehr verknüpfen unsere Designteams zu kreativen Entwürfen. Wie sich diese schnitttechnisch und in der Produktion realisieren lassen, wird im Technical Center in Metzingen gelöst. Hier schlägt das Herz von HUGO BOSS. Denn hier werden Verarbeitungstechniken entwickelt und erprobt, die Neues erst möglich machen. Ein Beispiel sind thermodynamische Prozesse für Säume und Nähte. Dabei profitieren wir von unserem langjährigen Produktions-Know-how, das wir kontinuierlich weiterentwickeln. So vereint sich die Leidenschaft für handwerkliche Perfektion bei HUGO BOSS mit dem Einsatz modernster Technologien. Das Ergebnis sind exzellent verarbeitete Produkte mit innovativen Designlösungen.

Nachhaltigkeit fördert Innovation. Mit diesem Know-how können wir uns auch an neue Materialien und Konzepte wagen. Seit dem Frühjahr 2017 erarbeiten interdisziplinäre Teams außergewöhnliche Produkte, Stoffe und Techniken. Das Ziel ist, diese Entwicklungen in kürzester Zeit auf den Markt zu bringen, um so die Wünsche unserer Kunden von morgen zu erfüllen. Nachhaltigkeit spielt dabei eine große Rolle. Denn echte Innovationen müssen zukunftsweisend sein. Da die besten Ideen gemeinsam entstehen, steht unser Lab für Partner, Kreative und Start-ups offen.



Maßarbeit
bis ins letzte
Detail. Das
zeichnet jedes
unserer
Produkte aus.



WAS WIR ERREICHT HABEN UND WORAN WIR NOCH ARBEITEN

- ✓ **Verzicht auf exotische Lederarten und Pelze:** Wir nutzen ausschließlich Kuh-, Ziegen-, Schaf- und Büffelleder.
 - ✓ **Nachhaltige Daunen:** Wir nutzen nur noch Daunen, die ohne Lebendrupf und Zwangsfütterung gewonnen werden.
 - ✓ **Verzicht auf Angorawolle:** Wir setzen keine Angorawolle ein, da diese meist durch schmerzhafte Prozeduren gewonnen wird.
 - ✓ **Recyclingmaterialien:** Wir setzen für alle Bekleidungslinien und Accessoires Wattierung aus Recyclingmaterialien ein.
-
- ➔ **Nachhaltige Materialien:** Wir werden im Jahr 2017 unsere Leitlinie für die Nutzung oder Wiederverwendung nachhaltiger Baumwolle veröffentlichen. Weitere Konzepte folgen.
 - ➔ **Mulesing-freie Wolle:** Wir steigern den Anteil im gesamten Produktportfolio mit dem Ziel nahezu Mulesing-freier Produktion.
 - ➔ **Chemikalien:** Wir arbeiten mit den Lieferanten daran, den Einsatz chemischer Stoffe in der Produktion weiter zu reduzieren.
-



Perspektiven fördern

HUGO BOSS verknüpft sein gesellschaftliches Engagement mit dem Ziel, Menschen zum Erfolg zu inspirieren. Wir wollen sie ermutigen, ihre Potenziale zu leben, und fördern daher Bildung für Kinder und Jugendliche sowie Möglichkeiten des lebenslangen Lernens. Darüber hinaus stärken wir Kreativität und kulturelle Vielfalt an unseren Standorten und in den Regionen.

Wir verstehen uns als Teil der Gesellschaft. Und deshalb tragen wir zu deren Zukunftsfähigkeit bei. Dabei sind für uns als Modeunternehmen Kreativität, kultureller Austausch und Toleranz besonders wichtige Aspekte. Denn erfolgreich können wir nur in einer offenen Gesellschaft sein, die Vielfalt achtet und allen Chancen für ein selbstbestimmtes Leben bietet. Unser Engagement konzentriert sich auf drei Bereiche: Zugang zu Bildung, Aus- und Weiterbildung sowie kreative Förderung. Hier verfügen wir über eine besondere Erfahrung und können am meisten bewirken. Unser Programm zum Kultursponsoring unterstützt internationale Ausstellungen und Projekte junger Künstler. Für ausgewählte Projekte messen wir, welche Wirkung mit unserer Hilfe erzielt werden konnte. Dabei folgen wir den von der London Benchmarking Group erarbeiteten Standards.

FREIWILLIGES ENGAGEMENT BEI HUGO BOSS

Die Flüchtlingswelle im Herbst 2015 hat auch HUGO BOSS bewegt. Am Standort Metzingen haben wir mit Partnern Möglichkeiten diskutiert, wie Flüchtlingen sinnvoll zu helfen ist. Aus ersten Ideen entstanden schnell konkrete Maßnahmen. Heute engagieren sich zahlreiche Mitarbeiter von HUGO BOSS freiwillig. Sie geben Sprach- und Konversationskurse oder betreuen Kinder, um den Müttern die Teilnahme zu ermöglichen. Eine große Hilfe für die Flüchtlinge ist zudem die individuelle Begleitung bei Behördengängen. Das freiwillige Engagement fördert HUGO BOSS dadurch, dass die Hilfe der Mitarbeiter voll oder teilweise als Arbeitszeit angerechnet wird.

Für eine gelingende Integration. Flüchtlingen, die Deutsch verstehen oder Englisch sprechen, bietet das Unternehmen Praktika, Aushilfs- oder auch Ausbildungsplätze an. Und damit der Start gelingt, werden interne Deutschkurse von Mitarbeitern durchgeführt. Des Weiteren gibt es Patenschaften mit Auszubildenden. In diesem Rahmen gehen sie zum Beispiel mit den Flüchtlingen essen oder bringen ihnen den berufsspezifischen Wortschatz näher. Anfang 2017 hat das Unternehmen seine Mitarbeiter erneut aufgerufen, sich zu engagieren und weitere Ideen einzubringen. Mit seinem Engagement zählt HUGO BOSS zu den Partnern von „Wir zusammen“, der im Februar 2016 gestarteten Integrationsinitiative der deutschen Wirtschaft.

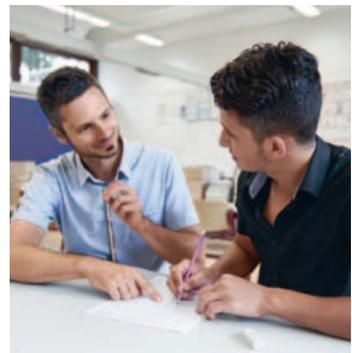
Auch in anderen Bereichen, wie zum Beispiel der Ferienbetreuung für Kinder, können sich unsere Mitarbeiter im Rahmen des Corporate Volunteering engagieren.

Kinderbetreuung in den Ferien: Nicole Blessing ist begeistert. Sie war als Betreuerin und mit ihrer Tochter dabei.



Isabell Moch freut sich schon, im Sommer 2017 wieder als Ferienbetreuerin aktiv zu sein.

André Ziffeling hilft Flüchtlingen, weil er „nicht über Integration reden, sondern etwas bewirken“ will.



FÖRDERPROGRAMME FÜR FRAUEN

Im türkischen Izmir betreibt HUGO BOSS mit knapp 4.000 Beschäftigten den größten eigenen Produktionsstandort. Da in der Türkei viele junge Frauen von Arbeitslosigkeit betroffen sind, bieten wir in Kooperation mit der türkischen Arbeitsbehörde Iskur und dem örtlichen Bildungszentrum einen dreimonatigen Kurs in der Textilproduktion an. Nach Abschluss erhalten die Teilnehmerinnen ein Zertifikat. Viele von ihnen übernehmen wir in ein festes Anstellungsverhältnis. Hazal Güder hat diesen Kurs absolviert und ist heute Gruppenleiterin in der Arbeitsvorbereitung für Sakkos mit 25 Mitarbeitern.



Hazal Güder ist verheiratet, hat eine achtjährige Tochter und lebt mit ihrer Familie in Izmir.

// WIE HABEN SIE DEN START ERLEBT?

Güder: Der Einstiegskurs war lehrreich und hat Spaß gemacht. Obwohl ich vor der Geburt meiner Tochter bereits als Näherin tätig war, dachte ich anfangs, wir lernen nie, mit solch komplexen Abläufen professionell umzugehen. Unser Ausbilder hat uns aber immer wieder ermutigt. Überrascht war ich, wie ernst HUGO BOSS die türkische Kultur nimmt.

// SIE SIND HEUTE GRUPPENLEITERIN. WIE KAM ES DAZU?

Güder: Als ich gefragt wurde, ob ich mich für das Gruppenleiterprogramm bewerbe, war ich selbst überrascht. Ich hatte ja nach der Übernahme durch HUGO BOSS gerade erst in der Anzugsfertigung angefangen. Dass ich dann tatsächlich ausgewählt wurde, machte mich überglücklich. Seit der Schule hatte ich mich nicht mehr so erfolgreich gefühlt.

// WAS HAT SICH FÜR SIE PERSÖNLICH GEÄNDERT?

Güder: Für meine neue Rolle als Gruppenleiterin habe ich viel über Kommunikation gelernt. Ich muss jetzt täglich Entscheidungen treffen und bin viel selbstbewusster geworden. Ohne diese Programme hätte ich diese berufliche und persönliche Entwicklung nicht nehmen können.

EINSATZ FÜR JUNGE TALENTE

Kreativität ist für ein Modeunternehmen überlebenswichtig. Um junge Talente zu fördern und immer wieder neue Impulse zu bekommen, arbeitet HUGO BOSS eng mit nationalen und internationalen Hochschulen zusammen. Eine besondere Partnerschaft besteht seit 2014 mit The New School's Parsons School of Design in New York, die einen interdisziplinären Ansatz verfolgt. Über fünf Jahre hinweg unterstützt HUGO BOSS ausgewählte Studierende mit einem Stipendienprogramm in Höhe von 250.000 US-Dollar. Denn die Abschlusspräsentationen sind oft materialintensiv und verursachen hohe Kosten.

Inspiration durch regelmäßigen Austausch

Die entscheidende Frage bei der Vergabe der HUGO BOSS Stipendien lautet deshalb: Wer hat Talent und zu wenig Mittel, um es auszubilden und zu präsentieren? Und auch wir profitieren von denen, die wir fördern: Da der Austausch gepflegt wird, bringen die Stipendiaten bei HUGO BOSS einen frischen Blick und Leidenschaft für Mode und Lifestyle ein. 2016 wurde daher ein gemeinsamer Sustainable-Fashion-Workshop ins Leben gerufen, der Anfang 2017 stattfand. Über Praktika können die Studenten bei HUGO BOSS zudem erste Arbeitserfahrungen sammeln und ihre Leidenschaft einbringen.



Ein Workshop mit Studenten der The New School's Parsons School of Design brachte im März 2017 inspirierenden Austausch, neue Perspektiven und frische Ideen. Künftig sollen Kollaborationen zum Wissensaustausch und zur Entwicklung nachhaltiger Innovationen verstärkt werden.



© Marek Lukac Photography

Wichtigste Ziele

Handlungsfeld	Ziel	Termin
We	• Umsetzung von konkreten Projekten, die aus den Prioritäten der Wesentlichkeitsanalyse hervorgehen.	Laufend
	• Integration des Nachhaltigkeitsprinzips im HUGO BOSS Konzern durch verschiedene Veranstaltungen.	2017
	• Umsetzung einer konzernweiten und umfassenden Stakeholdermanagement-Strategie.	2020
Umwelt	• Erhöhung der umweltfreundlicheren Transportarten (Seefracht und Schienenverkehr) um 2 % bei gleichzeitiger Reduktion der Transportemissionen (Scope 3) um 4 % im Verhältnis zum Konzernumsatz im Vergleich zum Basisjahr 2016.*	2018
	• Umsetzung eines nachhaltigen Store-Konzepts für den Bau, die Renovierung und Umgestaltung von Stores in allen Regionen.	2020
	• Reduzierung der CO ₂ -Emissionen (Scope 1 und 2) im Verhältnis zum Konzernumsatz um 40 % im Vergleich zum Basisjahr 2016.	2025
Mitarbeiter	• Kontinuierliche Optimierung der globalen Mitarbeiterbindung, gemessen an der Reduktion der arbeitnehmerbedingten Fluktuation um 25 % (im Vergleich zum Basisjahr 2014).	2020
	• Ausweitung der Mitarbeiterbefragung auf 80% der Belegschaft mit dem Ziel, die Mitarbeiterzufriedenheit zu verbessern.	2020
	• Überarbeitung der globalen Strategie zu Arbeitsschutz, Arbeitssicherheit und betrieblichem Gesundheitsmanagement (OHS) mit dem Ziel, einen konzernweit einheitlichen Standard zu etablieren, der über ein Kennzahlensystem evaluiert und gesteuert wird.	2020
Partner	• Steigerung der Transparenz bezüglich sozialer und umweltbezogener Leistungsfaktoren für die HUGO BOSS Lieferkette.	Laufend
	• Bezug von mehr als 90% aller Waren von Lieferanten, die in Sozialaudits das Ergebnis „zufriedenstellend“ oder besser erreichen.	2020
	• Alle strategischen Lieferanten müssen dem GSCP Level 1 entsprechen: Sie müssen gesetzeskonform sein und Bewusstsein für Umweltthemen bei den Mitarbeitern schaffen.	2020
Produkte	• Kompletter Verzicht auf den Gebrauch von Zuchtpelzen wie Waschbär, Fuchs oder Rexkaninchen in allen Kollektionen ab 2016.	Laufend
	• Veröffentlichung einer verbindlichen Richtlinie hinsichtlich der Verwendung von nachhaltiger Baumwolle sowie quantitativer Ziele in diesem Bereich.	2017
	• Veröffentlichung einer verbindlichen Richtlinie hinsichtlich der Verwendung von nachhaltigem Leder sowie quantitativer Ziele in diesem Bereich.	2018
	• Markteinführung einer innovativen, nachhaltigen HUGO BOSS Produktreihe.	2018
Gesellschaft	• Förderung von Bildung an den HUGO BOSS Standorten und entlang der Lieferkette mit dem Ziel, potenzielle Mitarbeiter auszubilden und die Gesellschaft zu stärken.	Laufend
	• Förderung von Chancengleichheit und Unterstützung für benachteiligte Kinder.	Laufend

* Damit wird den COP-21-Vereinbarungen entsprochen.

HUGO BOSS

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2016

WEITERE INFORMATIONEN UND
DETAILLIERTE KENNZAHLEN
FINDEN SIE IN UNSEREM
AKTUELLEN NACHHALTIGKEITS-
BERICHT. DER AUSFÜHRLICHE
BERICHT WURDE IN ANLEHNUNG
AN DIE LEITLINIEN DER GLOBAL
REPORTING INITIATIVE (GRI)
ERSTELLT. ER STEHT IHNEN ALS
PDF ZUR VERFÜGUNG:
GROUP.HUGOBOSS.COM

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

HUGO BOSS AG

Postadresse

Dieselstr. 12

72555 Metzingen

Deutschland

Telefon: +49 71 23-94 0

Telefax: +49 71 23-94 80259

group.hugoboss.com

info@hugoboss.com

REDAKTION

akzente kommunikation und beratung GmbH,
München

KONZEPT UND GESTALTUNG

akzente kommunikation und beratung GmbH,
München

DRUCK

Elanders GmbH, Waiblingen

PAPIER

Lessebo rough white

Print  kompensiert
Id-Nr. 1763955
www.bvdm-online.de



ANSPRECHPARTNER

Vanessa Garrecht

corporate_responsibility@hugoboss.com

