

NACHHALTIGKEITSPROGRAMM

Today. Tomorrow. Always.

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

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

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

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



WE

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

Today.

Im Jahr 2019

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

Tomorrow.

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

Always.

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



UMWELT

HUGO BOSS engagiert sich für die **Einführung und Weiterentwicklung umwelt- und klimafreundlicher Prozesse** und ergreift entsprechende Maßnahmen zur Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks seiner firmeneigenen Standorte, Produktionsstätten und Geschäfte sowie der gesamten Logistikkette. Ein **schonender Umgang mit natürlichen Ressourcen** ist in diesem Zusammenhang ebenso wesentlich wie die Vermeidung und das Recycling von Abfällen oder die Reduktion der CO₂-Emissionen.

Today.

Im Jahr 2019

- konnte der absolute Energieverbrauch im Vergleich zu 2018 insbesondere durch die **Umstellung auf LED-Beleuchtung** in einigen Gebäuden weltweit um etwa 5% gesenkt werden,
- wurden die CO₂-Emissionen um 18% reduziert,
- stammten mehr als die Hälfte des im Konzern verbrauchten Stroms aus **erneuerbaren Energiequellen**,
- haben die **eigenen Photovoltaikanlagen** des Unternehmens zusammen 847 MWh Strom produziert,
- wurden im Rahmen der Klimastrategie der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen (United Nations Framework Convention on Climate Change, UNFCCC) **wissenschaftlich fundierte Ziele** (gemäß Methoden der Science-Based-Targets) zur Reduktion der CO₂-Emissionen definiert.

Tomorrow.

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

Always.

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



MITARBEITER

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

Today.

Im Jahr 2019

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

Tomorrow.

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

Always.

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



PARTNER

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

Today.

Im Jahr 2019

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

Tomorrow.

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

Always.

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



PRODUKTE

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

Today.

Im Jahr 2019

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

Tomorrow.

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

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

Always.

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



GESELLSCHAFT

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

Today.

Im Jahr 2019

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

Tomorrow.

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

Always.

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