

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 CO₂-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 CO₂-Emissionen (**inklusive externe Lieferkette**) offiziell von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert.
- hat das Unternehmen für die Logistik erstmals auch die **CO₂-Emissionen seiner ausgehenden Warenströme** berechnet und publiziert.
- wurden die gesamten **CO₂-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 ₂ -Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Vergleich zum Basisjahr 2018:	
		– Reduktion der CO ₂ -Emissionen (Scope 1 + 2) um mindestens 51 % (SBT)	Reduktion um 36%
		– Reduktion der CO ₂ -Emissionen (Scope 3) um 30% (SBT)	Reduktion um 28%
		– Reduktion des Energieverbrauchs (direkt und indirekt) im Verhältnis zur Fläche (m ²) 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. Meilenstein bis 2022: 70%	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 **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. 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 CO₂-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

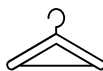
(direkt oder indirekt)

	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. Meilenstein bis 2022: 95%	96%
	2025	Alle Fertigwarenlieferanten verfügen über ein angemessenes Kontrollsystem für ihre Lieferkette. Meilenstein bis 2020: 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 Umwelтанforderungen (gemessen am Ergebnis ihres Umweltaudits).</p> <p>Das heißt, sie:</p> <ul style="list-style-type: none"> – halten nationale Umweltgesetzgebungen ein, – tragen zur Umsetzung der Standards des Bündnisses ZDHC bei und – unterstützen die Fashion Industry Charter for Climate Action des UNFCCC. 	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>Meilenstein bis 2025: 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. Meilenstein bis 2022: 60%	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.
-