



UNSERE
WELT,
UNSERE
MARKE
HIGHLIGHTS



GUESS FINANZJAHR 2016 – 2017 NACHHALTIGKEITSBERICHT

Mitteilung unseres CEOs, VICTOR HERRERO

Ich freue mich, Ihnen unseren zweiten GUESS Nachhaltigkeitsbericht vorlegen zu dürfen.

Dieser Bericht beschreibt die Fortschritte, die wir im Hinblick auf einen höheren Standard für soziales und ökologisches Leistungsverhalten gemacht haben und stellt den ersten offiziellen GUESS Plan für Nachhaltigkeit auf – ein wichtiger Meilenstein für unsere Marke. Meine Führungserfahrung in dieser wahrhaft globalen Firma erlaubt es mir, eine grenzüberschreitende Konstante zu sehen: die Menschheit, und insbesondere die jüngere Generation, ist zutiefst um die Zukunft dieses Planeten besorgt. Wir bei GUESS verstehen, dass unser kontinuierliches Wachstum und unser Beitrag zur globalen Gemeinschaft mit einer zunehmenden Sorgfaltspflicht für Mensch und Umwelt einhergehen muss. Unser Ziel ist es, uns mit allen sozialen und ökologischen Herausforderungen unserer Zeit auseinanderzusetzen indem wir bestehende Lösungen aufgreifen und neue ausprobieren.

Unsere Bestrebungen in punkto Nachhaltigkeit werden von zwei Prinzipien vorangetrieben. Das erste ist Transparenz und betrifft unsere Entschlossenheit, offen und ehrlich über unseren Weg zur Nachhaltigkeit zu berichten. Wir haben bereits gute Fortschritte in der Erfassung unseres aktuellen Leistungsverhaltens und in allen für die erfolgreiche Zukunft unseres Unternehmens wichtigen Belangen gemacht. Dieser Bericht umfasst Vorjahres-Vergleichsdaten zu verschiedenen Themen und Standorten für all unsere Betriebe und Lieferketten. Als Mitglied des Standards Pioneers Programms [Standard-Wegbereiter-Programm]

der Global Reporting Initiative (GRI) sind wir eine der ersten Organisationen, die den rigorosen GRI Standard für Nachhaltigkeitsberichterstattung eingeführt haben. Um die von der GRI geförderte Ausgewogenheit und Vollständigkeit zu erzielen, wurden unsere Daten auch einer Fremdprüfung unterzogen. Unsere Bestrebungen nach Transparenz sind, wie Sie sehen, die Grundlage unserer Strategie.

Das zweite Prinzip ist Zielsetzung. Die Produkte, die wir verkaufen, und die Organisationen und Menschen, mit denen wir zusammenarbeiten, zeigen, dass wir der Marke GUESS und unserer Vision, eine positive Wirkung auf die Welt auszuüben, treu sind. Im Jahr 2016 haben wir uns mit Leuten innerhalb und außerhalb der Branche darüber unterhalten, wie sie die Zukunft der Modeindustrie sehen. Diese Gespräche haben hervorgehoben, wie wichtig unsere anhaltenden Bestrebungen sind, die Angestellten in der Lieferkette zu schützen und Vielfalt und Inklusion in den Mittelpunkt zu stellen. Sie halfen uns auch, weitere vorrangige Themen zu identifizieren, wie z.B. verantwortliches Wassermanagement, die Reduzierung des Energieverbrauchs und der Kohlenstoffemissionen in unserer erweiterten Wertkette sowie Bewusstseinschaffung durch Nachhaltigkeitstraining und Engagement mit assoziierten Unternehmen und Partnern.

Ich bin stolz darauf, der Marke und Firma GUESS, einem äußerst diversen, inklusiven und gemeinschaftsorientierten Unternehmen, anzugehören. Wir legen großen Wert auf die Perspektiven und Kreativität, die diese Attribute für unser Unternehmen mit sich bringen.

NACHHALTIGES WACHSTUM FÜR GUESS BERUHT

AUF TRANSPARENZ, ZIELSETZUNG UND

der Erzielung einer positiven Wirkung

AUF UNSERE WELT UND UNSERE MARKE.

Ich bin darüber hinaus auch stolz auf den Fortschritt, den wir in Hinblick auf unsere Ziele in Sachen Umwelt machen, wie im vorliegenden Bericht dargelegt wird. So haben wir zum Beispiel dieses Jahr durch die Auswertung unserer Denim-Wasserbilanz einen wichtigen ersten Schritt in Richtung verbessertes Wirkungsmanagement getan und für unser Unternehmen die erste Zielsetzung zur Verminderung unserer Kohlenstoffemissionen festgelegt. Außerdem haben wir uns einer internationalen Initiative für die industrieweite Förderung eines zirkulären Mode-Systems angeschlossen. Der tragende Gedanke hier ist, dass Mode von Bestand sein und kontinuierlich umfunktioniert, wiederverwendet und recycelt werden sollte. Wie Sie auf den folgenden Seiten lesen werden, arbeiten wir an diesen und anderen Initiativen, um unsere Firma entsprechend anzupassen und unsere Angestellten, Kunden und die Gemeinschaft in die Entwicklung einer nachhaltigeren Modeindustrie einzubinden.

Die Erwartungen unserer Kunden uns gegenüber steigen ständig, und wir bei GUESS wollen uns dieser Herausforderung unbedingt stellen und sie auch erfolgreich bewältigen. Wir bilden eine nachhaltige Grundlage für den Weg, der vor uns liegt, und ich bin enthusiastischer und optimistischer als je zuvor, dass wir auch weiterhin eine positive Wirkung auf unsere Welt und unsere Marke ausüben können.



VICTOR HERRERO

Chief Executive Officer und Direktor,
Guess?, Inc.



UNSERE VERPFLICHTUNGEN ZUR NACHHALTIGKEIT



mit Integrität arbeiten

Einbeziehung von Interessengruppen

Risikomanagement

Industriekollaboration

Verantwortungsbewusste Unternehmensführung

Transparenz & Sicherheit

Kundenerlebnis

Ethische Werte und Integrität

Menschen empowern

EIN GROSSARTIGES ARBEITSUMFELD SCHAFFEN

Engagement für Vielfalt und Inklusion

Vielfalt und Inklusion waren schon immer Kennzeichen unseres Modus Operandi. Mit einer Markenpräsenz in über 100 Ländern wissen wir unterschiedliche soziale und kulturelle Verhältnisse und Perspektiven sowie die Kreativität, die diese mit sich bringen zu schätzen.

ANGESTELLTE IN DER LIEFERKETTE SCHÜTZEN

Verbesserung von Transparenz und sozialer Verantwortung

Wir werden unser Programm für soziale Verantwortung in der Lieferkette des Unternehmens weiterhin ausbauen und streben nach verbesserter Transparenz, Ausbildung und Kontrolle, um die Würde und Sicherheit der Menschen, die unsere Kleidung herstellen, zu schützen.

NACHHALTIGE GEMEINSCHAFTEN ENTWICKELN

Förderung von Nachhaltigkeitsausbildung und Engagement

Wir werden unsere sozialen und ökologischen Herausforderungen in Angriff nehmen, indem wir uns die Kreativität und Leidenschaft unserer Verkaufs- und Unternehmenspartner durch Lernen und Zusammenarbeit zunutze machen. Wir werden außerdem mit unseren Kunden und Gemeinschaften zusammenarbeiten, um sie bei der Lösungsfindung für Nachhaltigkeitsprobleme zu unterstützen.

Umweltschutz

NACHHALTIGKEIT SEXY MACHEN

Gewährleistung von Produktverantwortung für den gesamten Lebenszyklus

Wir sind uns unserer Rolle in der Entwicklung einer nachhaltigeren Modeindustrie bewusst und werden mit anderen Stakeholdern der Branche zusammenarbeiten, um den Lebenszyklus unserer Produkte zu verlängern, vermehrt zu recyceln und der verantwortlichen Handhabung von Chemikalien Priorität einzuräumen.

UMWELTFOLGEN IN DER LIEFERKETTE MANAGEN

Verantwortungsbewusste Materialbeschaffung und verantwortungsvolle Wasserwirtschaft

Denim, der Grundstock der Marke GUESS, ist ein Material, das vom Baumwollanbau über das Waschen des Stoffes bis hin zur Handhabung der Kleidungsstücke in Kundenhand auf Wasser angewiesen ist. GUESS wird seine Bestrebungen industrieführend zu handeln weiterhin durch verantwortliches Wassermanagement in der Denimherstellung und die verantwortliche Beschaffung anderer Materialien fortsetzen.

UNSERE BETRIEBE GRÜNER MACHEN

Reduzierung von Energieverbrauch und Kohlenstoffemissionen

Kohlenstoffemissionen und Klimawandel sind weltweit ein Anliegen für unsere Stakeholder und bringen Geschäftsrisiken mit sich. Unser Beitrag besteht in der reduzierten Verwendung fossiler Brennstoffe und verminderter Klimabelastung.

„Meine Brüder und ich haben GUESS gegründet, um die Welt zu ändern indem wir Menschen helfen, sich selbstbewusst, unabhängig und schön zu fühlen. Aber Schönheit geht tiefer: sie muss unser gesamtes Wirken durchdringen. Was im Hintergrund der Marke vor sich geht, wird von Jahr zu Jahr wichtiger, denn die neue Generation von GUESS Kunden sucht nach einer Marke, die ihre Wertvorstellungen teilt.“

Die Bestrebungen, Menschen zu empowern und gleichzeitig die Umwelt zu schützen, sind vielleicht weit entfernt von der Romantik, den Träumen und dem Glanz von La La Land, aber sie bilden die Quintessenz unseres Engagements für Nachhaltigkeit und unseres zukünftigen Erfolgs als Unternehmen. Ich bin davon überzeugt, dass dies ein wichtiger Teil dessen ist, wofür GUESS in Zukunft für unsere Kunden weltweit stehen wird.“

PAUL MARCIANO

Mitgründer, Vorstandsvorsitzender
und Chief Creative Officer, Guess?. Inc.



(links) Maurice Marciano,
Mitgründer und ehemaliger
Vorstandsvorsitzender,
Guess?. Inc. (rechts)
Paul Marciano

UNSERE NACHHALTIGKEITSZIELE

umzusetzen bis spätestens 2021

Menschen empowern

Engagement für Vielfalt und Inklusion

- Überprüfung und Aktualisierung derzeitiger Vorgehensweisen, um ein inklusives Betriebsklima und Vielfalt im gesamten Unternehmen zu gewährleisten.
- Vermehrte Möglichkeiten globaler Arbeitserfahrungen für Angestellte.

Verbesserung von Transparenz und sozialer Verantwortung

- Vervollständigung und Veröffentlichung eines Plans für mehrstufige Lieferketten.
- Intensivierung des Trainingsprogramms für Zulieferer und Beteiligung der Gesellschaft im Allgemeinen.

Förderung von Nachhaltigkeitsausbildung und Engagement

- Schaffung globaler Ausbildungsmöglichkeiten zur Nachhaltigkeit für unsere Mitarbeiter und Nachhaltigkeitsengagement für unsere Kunden und Gemeinschaften.

Umweltschutz

Gewährleistung von Produktverantwortung für den gesamten Lebenszyklus

- Einhaltung unseres Versprechens für die Förderung eines zirkulären Mode-Systems.
- Garantierte Einhaltung und andauernde Verbesserung unserer globalen Liste eingeschränkt nutzbarer Substanzen und Materialien.

Verantwortungsbewusste Materialbeschaffung und verantwortungsvolle Wasserwirtschaft

- Verbesserung verantwortungsvoller Methoden für die Beschaffung von Rohstoffen.
- Umsetzung eines wasserwirtschaftlichen Aktionsplans, der 2018 veröffentlicht wird.

Reduzierung von Energieverbrauch und Kohlenstoffemissionen

- Reduzierung von Scope 1 und 2 Kohlenstoffemissionen pro Quadratmeter um 15% bis 2021; Erweiterung der Basislinie der CO₂-Bilanz zum Einschluss von Scope 3 Emissionen.
- Übergang und Anpassung von gegenwärtigen Emissionsreduktionszielen auf wissenschaftsbasierte Ziele.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie:

UNSERE WELT, UNSERE MARKE

Unser Unternehmen hat sich zum ersten Mal öffentlich zur Nachhaltigkeit verpflichtet und neue Ziele gesetzt, die im Laufe der nächsten fünf Jahre unsere Bemühungen steuern werden.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie besteht aus Verpflichtungen und Zielen, die Unsere Welt – die Menschen, Betriebe und Zulieferer, mit denen wir arbeiten – und Unsere Marke – die Kunden und Gemeinschaften, mit denen wir verbunden sind – in den Mittelpunkt stellen.

ZEITPLAN FÜR UNSERE VERPFLICHTUNGEN





Menschen empowern Highlights



Führungsnachwuchs im GUESS Einzelhandel



Arbeiter nähen GUESS Kleidungsstücke



Umweltdesign Unterricht für Angestellte

EIN GROSSARTIGES ARBEITSUMFELD SCHAFFEN

- Vervollständigung einer **Vielfältigkeitsbewertung** für Führungsspitzen und assoziierte Unternehmen
- Start eines **Programms zur Führungskräfteentwicklung**
- Neue Stellen für Retail Assistant Manager wurden zu **über 55% durch interne Beförderungen** besetzt

ANGESTELLTE IN DER LIEFERKETTE SCHÜTZEN

- Entwicklung eines **Trainingsprogramms für Zulieferbetriebe** und Durchführung von 3 Trainingsseminaren mit insgesamt mehr als 75 Teilnehmern
- Ausbau des Programms auf **Tier 2 Stofffabriken** in Form eines Trainings- und Prüfungs-Modellprojekts

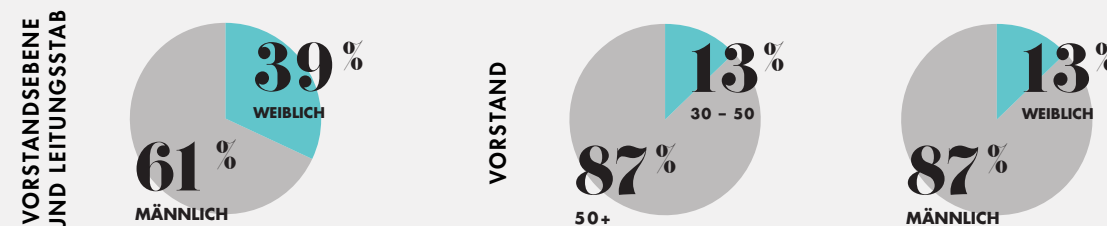
NACHHALTIGE GEMEINSCHAFTEN ENTWICKELN

- Start eines **Programms für das Engagement von Mitarbeitern** und **Sponsoring von Nachhaltigkeitskursen** für Studenten und Mitarbeiter
- Mehr als **\$1,2 Millionen** in Beiträgen der GUESS Stiftung **an über 50 gemeinnützige US-Organisationen**
- Planung von Events und Bereitstellung von **freiwilligen Helfern und Geldern für mehr als 10 gemeinnützige Organisationen** durch das Angestellten-gesteuerte Guess Cares Programm

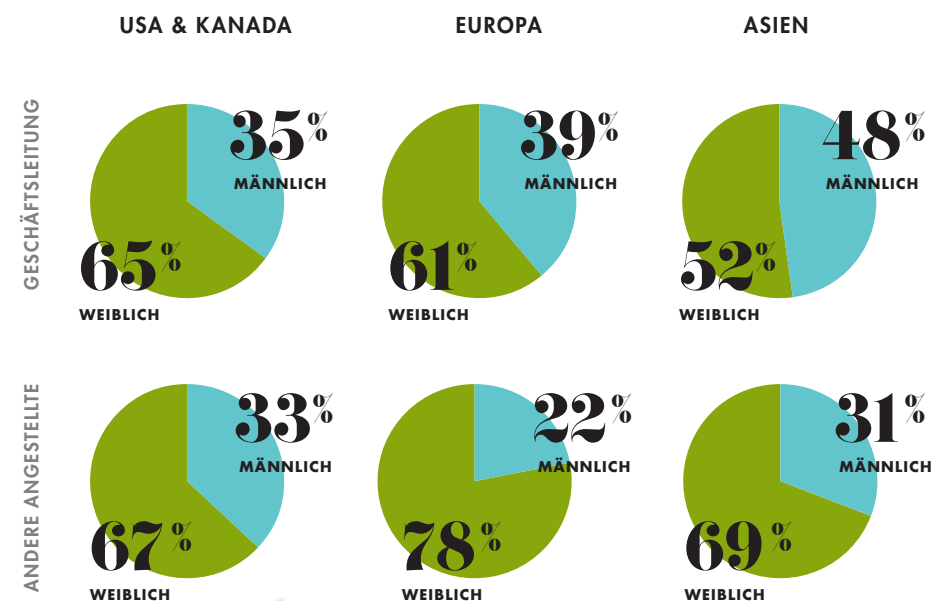
MENSCHEN EMPOWERN SPOTLIGHTS

Wir haben **unsere erste umfassende Bewertung in punkto Vielfalt am Arbeitsplatz** für Führungsspitzen und Mitarbeiter abgeschlossen.

KONTROLLORGANE NACH ALTER UND GESCHLECHT FINANZJAHR 2017



ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN NACH GESCHLECHT FINANZJAHR 2017



Unsere robusten Verhaltensgrundsätze befassen sich mit **Menschenrechten, Arbeitsrecht, Gesundheit und Sicherheit für Angestellte in der Lieferkette** und werden durch die folgenden Bereiche gehandhabt:

- Zulassung von Zulieferfabriken
- Ausbildung und Training von Zulieferern
- Überwachung von Zulieferfabriken und
- Mängelbeseitigung und fortlaufende Verbesserungsmaßnahmen.



Umweltschutz Highlights



Aus unserer Öko-Kollektion

NACHHALTIGKEIT SEXY MACHEN

- Erste Öko-Kollektion unserer Marke – #GuessEco
- Verpflichtung zu einem zirkulären Modesystem in Form einer Global Fashion Agenda
- Wiederverwendung und Recycling von unverkauften Produkten zur Verringerung von Deponieabfällen



Baumwolle macht 50% unserer Materialien aus

ÖKOLOGISCHES WIRKUNGSMANAGEMENT IN DER LIEFERKETTE

- Verbot von Angorafasern in den GUESS Kollektionen
- Aufstellung unseres ersten Unternehmensgutachtens über **Denim-Wasserbilanz** und Lebenszyklus
- Aufforderung an unsere größten Lieferanten, welche mehr als 20% unseres Volumens repräsentieren, die **ökologische Bewertung** nach dem branchenspezifischen **Higg Index** erfolgreich abzuschließen



Energieeffiziente Ladenbeleuchtung

UNSERE BETRIEBE GRÜNER MACHEN

- Berechnung unserer **ersten CO₂-Bilanz** im Finanzjahr 2016
- **Reduzierung** von Scope 1 und 2 **Kohlenstoffemissionen pro Quadratmeter um 8%**
- Entlastung von Deponien durch **Umlenkung von 90% des Kartonabfalls** unserer größten Vertriebszentrale

UMWELTSCHUTZ SPOTLIGHTS

Mit unserer **Denim-Wasserbilanz** hat unser Unternehmen den ersten Schritt zur Wasserverbrauchsanalyse für die gesamte Wertkette getan.

WASSERVERBRAUCH FÜR EINE SKINNY JEANS ÜBER IHREN GESAMTEN LEBENSZYKLUS
von der Baumwollernte bis zur Pflege durch den Verbraucher



- **32% PFLEGE DURCH DEN VERBRAUCHER** (880 LITER)
- **2% WASCHEN IN DER FABRIK** (48 LITER)
- **2% GEWEBEHERSTELLUNG** (44 LITER)
- **64% ROHMATERIAL** (1729 LITER)

Die **GUESS CO₂-Bilanz** von 36.669 MTCO₂e für das **Finanzjahr 2017** entspricht:

84.896
BARREL
ÖLVERBRAUCH



GUESS ist seit dem Finanzjahr 2016 ein stolzes und aktives Mitglied des Sustainable Apparel Coalition [Bündnis für Nachhaltige Textilien].

Wir haben seit dem Finanzjahr 2016 Bericht über unsere CO₂-Bilanz erstattet und eine **Reduzierung unserer Gesamtemissionen um 8% pro Quadratmeter** erreicht.

GUESS CO₂-BILANZ

GUESS Unternehmenszentralen, Vertriebszentralen und Einzelhandelsgeschäfte

ALLE ANGABEN IN MTCO ₂ e (kohlendioxidäquivalent in tonnen)	BASISLINIE FJ2016	FJ2017
Brutto-Gesamtemissionen	37597	36669
Brutto-Gesamtemissionen pro Quadratmeter	0,097	0,086



Im Laufe der Finanzjahre 2016 und 2017 haben jeweils 64 und 55 GUESS Zulieferer, verantwortlich für über 20% unseres Produktvolumens, die Higg Facility Environmental Module [Higg Umweltmodul für Anlagen] Bewertung von Umwelteinwirkungen erfolgreich abgeschlossen.



ZU UNSEREM NACHHALTIGKEITSBERICHT

Dieser Bericht wurde gemäß den Vorgaben der Kernoption der Global Reporting Initiative (GRI) Standards verfasst. Der Bericht umfasst soziale und ökologische Daten des Finanzjahres und steht im Einklang mit unserer **Finanzberichterstattung**. Soweit nicht anders angegeben, beziehen sich alle Daten und Informationen in diesem Bericht ausschließlich auf Guess Geschäfte in den USA, Kanada und Europa. Unsere CO₂-Bilanz umfasst auch Daten unserer asiatischen Tochterunternehmen in China, Korea und Japan. Weitere Informationen finden Sie in unserem **vollständigen Bericht**. Sollten Sie Fragen oder Kommentare zur Nachhaltigkeit bei GUESS haben, wenden Sie sich bitte an ir@guess.com.

