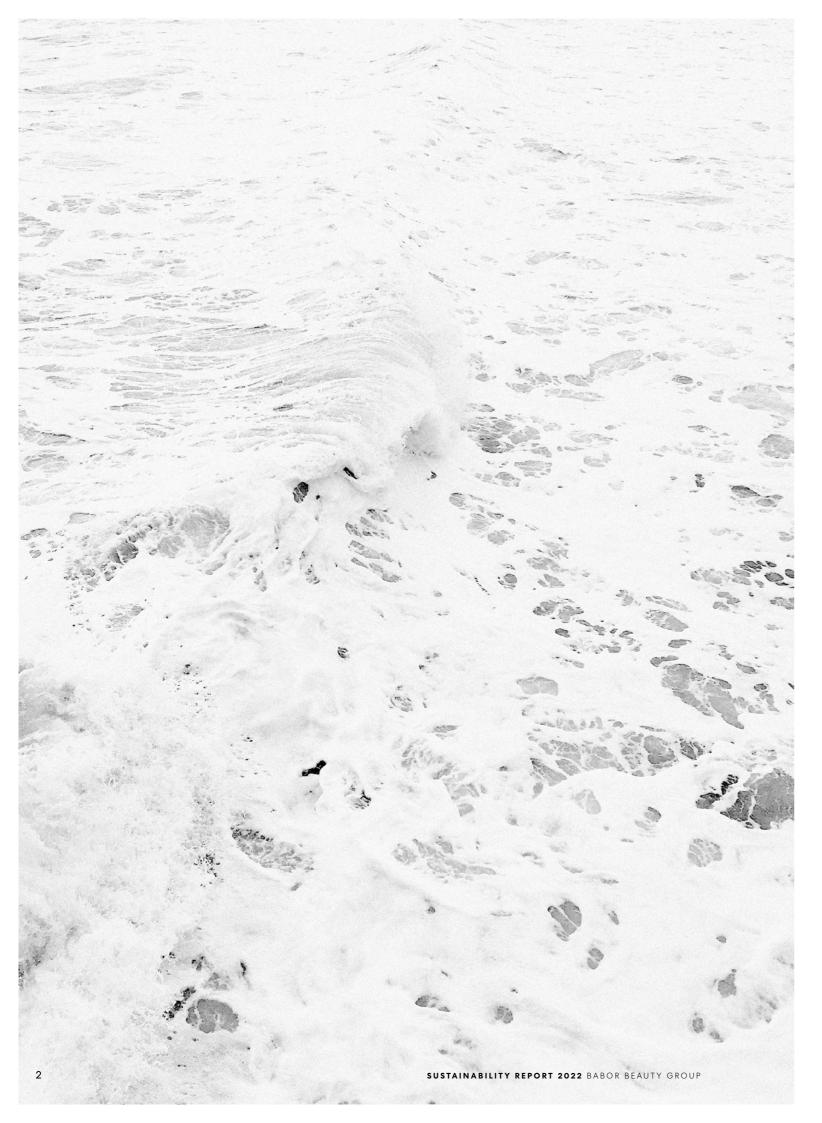


BABOR BEAUTY GROUP



SUSTAINABILITY REPORT

GESCHÄFTSJAHR 2022

Vertrauen hat für uns oberste Priorität – das Vertrauen unserer Mitarbeiter*innen und unserer Kund*innen. Wir verstehen uns als Vorzeigeunternehmen der Kosmetikindustrie – als fairer Partner für unsere Kund*innen, als fördernder Arbeitgeber für unsere Teams und als modernes Familienunternehmen, das ökologisch und sozial Verantwortung übernimmt.

Das bedeutet, dass uns die Förderung unserer Mitarbeiter*innen sowie ökologische und soziale Ziele ebenso wichtig sind wie wirtschaftliche Ziele. Seit 1956 entwickelt und produziert die BABOR BEAUTY GROUP Produkte Made in Germany in herausragender Qualität. Die Mitarbeiter*innen nutzen die jahrzehntelange Erfahrung und haben den Freiraum, sie mit innovativen Ideen zu kombinieren. So entwickeln sie Beauty-Lösungen für den besonderen Anspruch.

DEDICATED TO BEAUTY

VORWORT

Als Familienunternehmen denken und wirtschaften wir nachhaltig. Wir arbeiten nicht für den kurzfristigen Profit, sondern für den langfristigen Erfolg. Denn wir sind überzeugt, dass wir langfristig gemeinsam mehr schaffen. Mehr Integrität. Mehr Erfolg. Und auch mehr Freude an der gemeinsamen Arbeit.

Verantwortung zu übernehmen und transparent zu arbeiten, ist fest verankert in unserer Unternehmensphilosophie – vor allem weil wir als Familienunternehmen Wert darauf legen, dass uns Mitarbeiter*innen, Kund*innen, Partner*innen und Zulieferer*innen zu 100 Prozent vertrauen können.



INHALT







Vorwort	4
Über die BABOR BEAUTY GROUP	
Nachhaltigkeit – Leitbild für die Zukunft	9
Auf einen Blick	10
Wesentlichkeit und Stakeholderdialog	11
Nachhaltigkeit im Fokus	14
People	
Governance	27
Nachhaltigkeitsmanagement	29
Über diesen Bericht	31
Anhang	32

Seit der Unternehmensgründung 1956 hatte diese Überzeugung unterschiedliche Ausprägungen. Immer war sie fester Bestandteil von dem, was BABOR ausmacht:

VERTRAUEN HAT FÜR UNS OBERSTE PRIORITÄT.

Darum ist uns als Inhaberfamilie dieser Einblick in unser Tun auch ein besonderes Anliegen. So wollen wir transparent zeigen, was wir tun, und unsere Ziele verdeutlichen. Immer mit dem Anspruch, noch besser zu werden.

Ihr **Dr. Martin Grablowitz**Ihre **Isabel Bonacker**

ÜBER DIE BABOR BEAUTY GROUP

FAKTEN UND GESCHICHTE

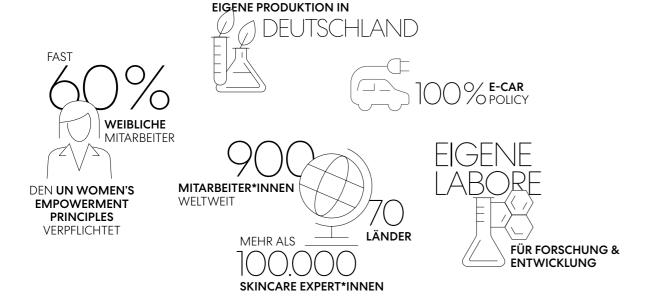
Die BABOR BEAUTY GROUP ist ein inhabergeführtes, deutsches Familienunternehmen, mehr und mehr Global Player in der Kosmetikindustrie und Heimat einiger der begehrtesten internationalen Beautybrands. Mit mehr als 65 Jahren Expertise entwickelt die BABOR BEAUTY GROUP individuelle Hautpflege für jeden Anspruch. Die DNA des Unternehmens ist fest verknüpft mit Innovationsdrang und Nachhaltigkeit. Die BABOR BEAUTY GROUP forscht, entwickelt und produziert in Deutschland und steht für Qualität "Made in Germany".

Herzstück des Erfolges ist die Marke BABOR. Sie steht für "Expert Skincare. Made in Germany". Der traditionelle Vertriebskanal über exzellente Kosmetikinstitute wird symbiotisch ergänzt von einer Multichannel-Strategie, die auf SPAs, Retail-Partnerschaften und E-Commerce setzt. Daneben hat die BABOR BEAUTY GROUP Private Label Units, die Marken für namhafte Kund*innen weltweit

entwickelt. Von Dermatolog*innen bis Celebrities. Von Wellnesspartner*innen bis Handelsmarken. Von Influencer*innen bis Start-ups. Die Private Label Units bieten Full-Service-Lösungen von Produktentwicklung bis Herstellung, von Beratung bis Marketing. Knowhow macht den Unterschied: Das Team mit langjähriger Markenund Produktentwicklungserfahrung macht die Produkte unique und gleichzeitig vielfältig.

IN DRITTER GENERATION

An der Spitze der BABOR BEAUTY GROUP steht die Inhaberfamilie in dritter Generation. Dr. Martin Grablowitz führt als Vorsitzender des Verwaltungsrates gemeinsam mit seiner Cousine Isabel Bonacker (Stellvertretende Verwaltungsratsvorsitzende) das Unternehmen in die Zukunft. Und das erfolgreich: Seit dem Einstieg ins Unternehmen 2014 hat sich der Umsatz mehr als verdoppelt.





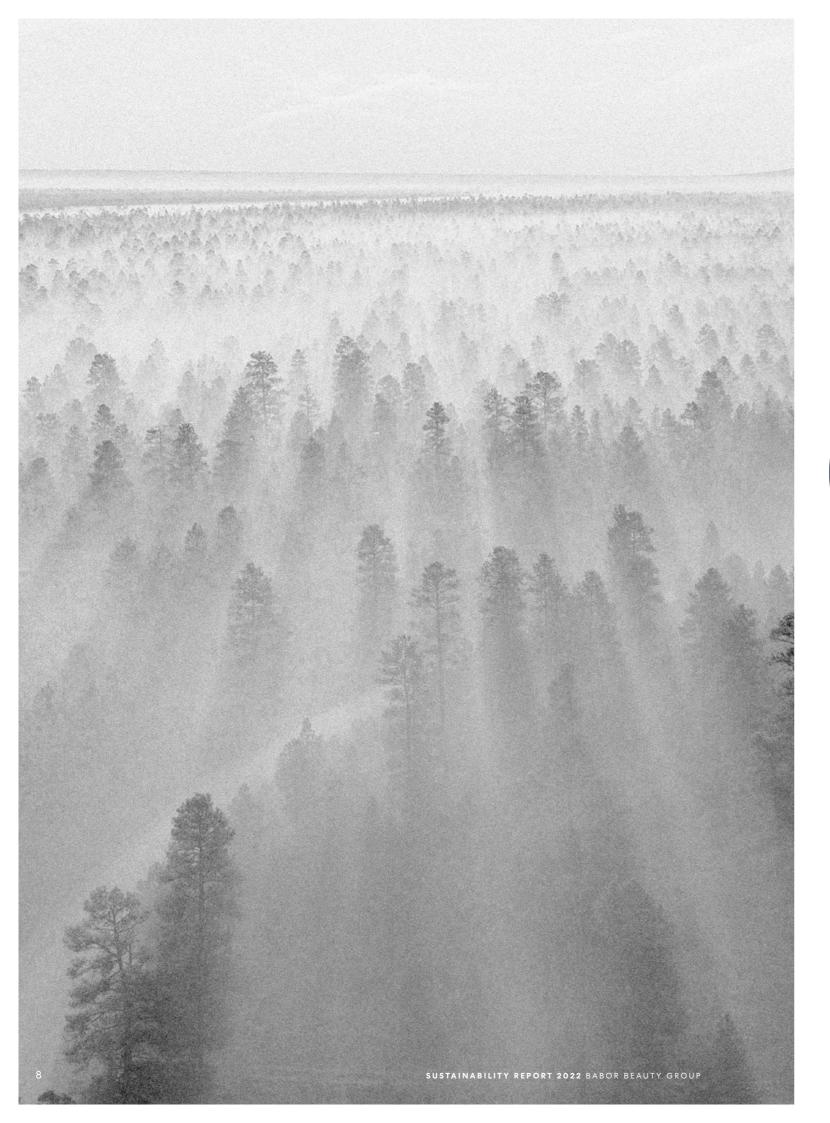
Unterstützt werden Dr. Martin Grablowitz und Isabel Bonacker von externen Spezialist*innen. Die Geschäftsführung der BABOR BEAUTY GROUP liegt bei Tim Waller, Horst Robertz und Stefan Kehr. Tim Waller ist global zuständig für Marketing und Sales, Horst Robertz verantwortet die Abteilungen Forschung, Beschaffung und Produktion, während Stefan Kehr die Bereiche Finanzen und Personal leitet

NACHHALTIGKEIT ALS **FAMILIENTRADITION**

"Die Firma wurde gegründet als ,bio-medizinische Kosmetik'. Das war 1956, als das Thema Nachhaltigkeit alles andere als ,en vogue' war", erzählt Mitinhaberin Isabel Bonacker. "Die Überzeugung, dass Nachhaltigkeit in all ihren Facetten für den Erfolg des Unternehmens wichtig ist, ist fest

SKINCARE MADE IN GERMANY

verankert." So war das Unternehmen schon mehrfach seiner Zeit voraus: In den 1990ern lancierte die Marke BABOR einen Refill-Tiegel, kümmerte sich um Abfallmanagement und Wassermikrofiltration zu einer Zeit, als Nachhaltigkeit belächelt wurde. Vor mehr als 10 Jahren stand vor dem Headquarter in Aachen die erste E-Ladesäule der Region. Heute stehen am Headquarter mehr als 60 Ladesäulen, die Mitarbeiter*innen tanken kostenfrei und das Unternehmen hat eine 100% E-Car Policy. "Wir arbeiten nicht für den kurzfristigen Profit, sondern für den Erfolg auch der nächsten Generation", so Isabel Bonacker. "Als Familienunternehmen glauben wir an die Kraft des nachhaltigen Wirtschaftens – oder anders ausgedrückt: ans future-proofing. Dabei sind wir nicht perfekt, nicht alles gelingt auf Anhieb, aber wir sind zu 110% committed."



NACHHALTIGKEIT

LEITBILD FÜR DIE ZUKUNFT

BABOR BEAUTY Die BABOR BEAUTY GROUP schafft Vertrauen und handelt verantwortungsvoll. Partnerschaft und faires, vorurteilsfreies Miteinander ist daher der Grundpfeiler aller Beziehungen des Unternehmens, sei es zu Kund*innen, Geschäftspartner*innen oder Mitarbeiter*innen. Alle Bereiche arbeiten an Produkten und Abläufen, die nicht zulasten

zukünftiger Generationen
gehen. Für die BABOR BEAUTY GROUP bedeutet
verantwortungsvolles
Handeln, dass ökologische und soziale Ziele
ebenso berücksichtigt
werden wie wirtschaftliche Ziele. Die gesteigerte
Leistungsfähigkeit des

Unternehmens bemisst sich nicht nur nach wirtschaftlichen Kriterien, sondern auch nach der Steigerung ihres positiven Einflusses auf Umwelt, Gesellschaft und Mitarbeiter*innen. Das Unternehmen wird daher seinen positiven Einfluss messbar und nachhaltig steigern, während gleichzeitig negative Auswirkungen der Geschäftstätigkeit minimiert

Wir übernehmen Verantwortung – dafür, wie wir unsere Produkte herstellen, wie wir wirtschaften, und für unsere Gesellschaft. Wir verstehen uns als Vorzeigeunternehmen der Kosmetikindustrie – als fairer Partner für unsere Kund*innen, als fördernder Arbeitgeber für unsere Teams und als modernes Familienunternehmen, das ökologisch und sozial Verantwortung übernimmt.

CORPORATE-RESPONSIBILITY-STRATEGIE

Mit der gruppenweiten
Corporate-Responsibility-Strategie
verfolgt die BABOR BEAUTY
GROUP einen ganzheitlichen
Corporate-Responsibility-Ansatz
(CR). Unsere Ziele reichen von der
Emissionsreduzierung bis hin zu
einer verantwortungsvollen und
engagierten Gesellschaft. Die
aufgestellten Leitsätze bilden
einen verbindlichen Rahmen für
unsere tägliche Arbeit.

UNSER BEITRAG ZU DEN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS)

Die Agenda 2030 der Vereinten Nationen (UN) ist ein globaler Plan, der nachhaltigen Frieden und Wohlstand fördern sowie unseren Planeten schützen soll. Die BABOR BEAUTY GROUP orientiert sich an den in der Agenda festgehaltenen 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. Unser Ziel ist es, einen messbaren Mehrwert zu schaffen und einen klar erkennbaren Beitrag zu der Agenda 2030 zu leisten.





























AUF EINEN BLICK

UNSERE HANDLUNGSFELDER



GOVERNANCE

Als Familienunternehmen denkt und handelt die BABOR BEAUTY GROUP langfristig - oder mit anderen Worten: wirtschaftet nachhaltig. Viele unserer erfolgreichen Geschäftsbeziehungen bestehen schon seit Jahrzehnten, da wir mit unseren Business-to-Business-Partner*innen ständig daran arbeiten, dauerhafte Beziehungen aufzubauen, die auf Vertrauen, Zusammenarbeit und transparenter Kommunikation basieren. Wir verpflichten uns zu einem Kodex, der über die Einhaltung von Gesetzen hinausgeht, da er auch moralische und ethische Werte wie Fairness und Nachhaltigkeit umfasst.



PEOPLE

Die BABOR BEAUTY GROUP investiert in die kontinuierliche Weiterbildung ihrer Mitarbeiter*innen und fördert und pflegt aktiv lebenslanges Lernen – durch fachlich anspruchsvolle Aufgaben, individuelle Karriereförderung und durch gezielte Weiterbildung. Sowohl im Einzel- als auch im Gruppencoaching werden die Mitarbeiter*innen bei der Entfaltung ihres Potenzials und beim Beschreiten neuer Wege unterstützt. Aspekte wie Mitarbeiter*innenzufriedenheit, Diversity, Menschenrechte und Gesundheit sind uns wichtig.



PLANET

Die Umwelt zu schützen, ist schon seit Langem Teil der Sustainability-Philosophie der BABOR BEAUTY GROUP. Heute hinterfragt ein interdisziplinäres Sustainability Board fortlaufend Prozesse und entwickelt Möglichkeiten für noch nachhaltigeres Arbeiten: von der Beschaffung der Rohstoffe bis zum fertigen Produkt. Unsere Packmittel und Rezepturen sollen so nachhaltig und clean wie möglich sein – das ist die Zielvorgabe (Details S. 19). Für unsere Kernmarke BABOR haben wir uns einen ehrgeizigen, cleanen Standard für alle neuen Rezepturen gegeben.

WESENTLICHKEIT UND STAKEHOLDERDIALOG



Unser Ziel ist es, die Wünsche und Anforderungen unserer Stakeholder*innen zu kennen, um sie in unseren Geschäftsprozessen berücksichtigen zu können. Wir versuchen stets sicherzustellen, dass unsere Stakeholder*innen unser Nachhaltigkeitskonzept erleben können – an allen

analogen und digitalen Touchpoints des Unternehmens und der Kernmarke BABOR. Außerdem sind wir bemüht, sie einzubeziehen, sodass auch unsere Stakeholder*innen uns mit ihrem Handeln helfen, besser zu werden.

Im Rahmen einer Stakeholderanalyse haben wir die Anspruchsgruppen identifiziert und unterteilt in Einzelpersonen oder Personengruppen, die Entscheidungen oder Tätigkeiten in der BABOR BEAUTY GROUP beeinflussen können. davon beeinflusst werden oder sich davon beeinflusst fühlen.

Der Dialog mit unseren Stakeholder*innen wird über verschiedene Kanäle und Instrumente gepflegt und findet auf unterschiedlichen Ebenen statt.

Mit den Kund*innen der Marke BABOR stehen wir im ständigen Austausch, unter anderem über den BABOR Kundenservice. Darüber hinaus finden regelmäßig Messen und Events statt, zu denen BABOR seine Kund*innen und die Öffentlichkeit einlädt. Mit den Private Label Kund*innen pflegen wir ebenfalls enge, partnerschaftliche Beziehungen.

Auch mit unseren Lieferant*innen führen wir regelmäßige Lieferantengespräche, bei denen über die gegenseitigen Anforderungen und Erwartungen gesprochen wird.

Die Mitarbeiter*innen werden durch verschiedenste Formate (Umfragen, Gesprächsrunden, Vorschlagswesen etc.) aktiv eingebunden. Darüber hinaus ist die Mitwirkung durch verschiedene Interessenvertretungen im Haus (Betriebsrat, Auszubildendenvertretung, Schwerbehindertenvertretung, BABOR Mitarbeiterbeteiligungsgesellschaft) gewährleistet.



INTERNE EXTERNE ANSPRUCHSGRUPPEN ANSPRUCHSGRUPPEN

Gesellschafter*innen Kund*innen Geschäftsführung Lieferant*innen Führungskräfte Dienstleistende Mitarbeiter*innen Stadt/Gemeinde

NGOs

Presse Behörden/Gesetzgeber kooperierende Hochschulen

DIE WICHTIGSTEN FACTS ZU DEN TEILNEHMER*INNEN **DER NACHHALTIGKEITS-UMFRAGE 2022**



97% DER VERBRAUCHER*INNEN UND 70 % DER MITARBEITER*INNEN SIND **WEIBLICH**

46% DER VERBRAUCHER*INNEN SIND 46 BIS 60 JAHRE ALT

42% DER MITARBEITER*INNEN SIND **31** BIS **45** JAHRE ALT

Anzahl der abgeschlossenen Umfragen 703 Verbraucher*innen und 199 Mitarbeiter*innen

Zusätzlich haben wir im Jahr 2022 eine Nachhaltigkeits-Umfrage mit unseren Mitarbeiter*innen und Kund*innen durchgeführt (für Details siehe Grafik oben). Die Ergebnisse sind in die Bestimmung der wesentlichen Themen eingeflossen.

Für die Bewertung wurden sowohl Kund*innen als auch die Gesellschafter*innen, Führungskräfte und Mitarbeiter*innen einbezogen. Es wurden folgende Perspektiven abgefragt:

Relevanz für Stakeholder*innen

... bezieht sich auf die Bedeutung von Nachhaltigkeitsthemen, wie sie von externen und internen Stakeholdergruppen wahrgenommen werden.

Impact

... bezieht sich auf die Auswirkungen der direkten und indirekten Geschäftstätigkeit des Unternehmens auf das entsprechende Nachhaltigkeitsthema.

Geschäftsrelevanz

... bezieht sich auf den direkten oder indirekten Einfluss des Nachhaltigkeitsthemas auf den Geschäftsverlauf, das Geschäftsergebnis sowie die wirtschaftliche Lage des Unternehmens.

NACHHALTIGKEIT IM FOKUS

PLANET

"Der Wille, Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt zu übernehmen, kommt tief aus dem Inneren von BABOR", erklärt Co-CEO Horst Robertz. "Dieser Wille war schon oft seiner Zeit voraus und hat immer mehr getan, als die Gesetze gefordert haben. Heute sind die Probleme global und wir allein können sie nicht beheben. Aber wir können einen Beitrag leisten.

Das Themengebiet Planet enthält drei Schwerpunkte:

sie finden. Das ist unsere DNA."

- Dekarbonisierung
- Verpackungsmaterialien
- Inhaltsstoffe

DEKARBONISIERUNG

Es ist das erklärte Ziel und Verständnis der BABOR BEAUTY GROUP, dass die Reduktion von CO₂-Emissionen immer Vorrang hat vor Kompensation. Bereits seit 2020 sind das gesamte Unternehmen und die Produkte der Marke BABOR CO₂-neutral. Emissionen, die derzeit noch nicht vermieden werden können, kompensieren wir über eine Partnerschaft mit ClimatePartner.

Unser Einsparungs-Ziel: bis 2025 den effektiven CO₂-Fußabdruck auf maximal 50% des Wertes von 2019 zu reduzieren.

CO₂-BILANZ

Die Unternehmensemissionen (Corporate Carbon Footprint – CCF) und auch die Produktemissionen (Product Carbon Footprint – PCF) wurden anhand des Greenhouse Gas Protocol (GHG) (Scope 1 bis 3) ermittelt.

Bei dem CCF sind neben direkten Emissionen wie dem Fuhrpark, Kältemitteln, Drucksachen, Wasserverbrauch und Dienstreisen auch die Arbeitswege der Mitarbeiter*innen miteinbezogen. Mithilfe eines digitalen Dashboards (siehe auch CO₂-Dashboard) wurden die Haupttreiber der Unternehmensemissionen identifiziert und effektive Maßnahmen abgeleitet. Der Kerntreiber des CCFs liegt in der Mobilität der Mitarbeiter*innen durch die tägliche An- und Abfahrt sowie den Fuhrpark und Geschäftsreisen. Konsequent hat die BABOR BEAUTY GROUP daher ein Mobiliätskonzept entwickelt.

Für die Ermittlung der Produktemissionen führen wir jährlich eine Bilanz durch und suchen bei jeder Neu- und Weiterentwicklung nach Möglichkeiten, Emissionen zu reduzieren. Dies bezieht sich sowohl auf die Auswahl von Lieferant*innen als auch auf die Inhaltsstoffe und Verpackungsmaterialien.

Im Jahr 2021 hat die BABOR BEAUTY GROUP ihre CO₂-Emissionen um 37% reduziert. Damit hat sie ihr ehrgeiziges Ziel bisher noch nicht erreicht. Der Grund hierfür liegt in der stark gestiegenen Produktionsmenge. Aufgrund der umfassenden Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung (siehe Mobilitätskonzept) sind wir jedoch zuversichtlich, das Ziel bis 2025 noch zu erreichen.

Ab 2023 wollen wir noch einen Schritt weiter gehen und neben CO₂ die gesamte Ökobilanz betrachten (siehe hierfür auch Ausblick: Lebenszyklusanalyse).

Weitere Details zur CO₂-Bilanz und Kompensation: https://fpm. climatepartner.com/tracking/ 13403-1911-1001/



OKUSPROJEKT: BABOR BEAUTY CLUSTER

Beim Bau des neuen Produktions- und Logistikclusters, des BABOR BEAUTY CLUSTERs, wurden hohe Nachhaltigkeitsstandards angelegt. Alle Gebäudekörper werden den Energieeffizienzstandard KfW 40 erreichen. Das BABOR BEAUTY CLUSTER ist damit ein Hocheffizienzgebäude, das 60 Prozent weniger Energie verbraucht als ein Standardbau. Herzstück der Energieversorgung ist eine **Photovoltaikanlage** auf dem Dach, die den überwiegenden Teil des benötigten Stroms produzieren soll. Ziel ist, dass das Gebäude ab 2030 komplett energieautark arbeitet. In Verbindung mit Wärmepumpen und Wärmerückgewinnung wird das BABOR BEAUTY CLUSTER so praktisch ohne fossile Brennstoffe auskommen. Die Fabrik folgt damit dem "All Electric"-Prinzip. Ein sogenannter Speicher-Cube mit Autobatterien speichert Strom der Solaranlage, wenn er nicht benötigt wird, um ihn später dem Verbrauch zuzuführen. Die Kapazität dieses Cube umfasst den Stromverbrauch von 120 Einfamilienhäusern. Zudem ist der Einsatz der Zukunftstechnologie Wasserstoff geplant sowie die Installation einer CO₂-Capturing-Anlage. Diese wird CO₂ aktiv aus der Atmosphäre ziehen. Da die Produktion zunächst am Aachener Headquarter verbleibt, werden für den Shuttleverkehr zwischen den Standorten emissionsfreie Elektro-Lkws eingesetzt.

MOBILITÄTSKONZEPT

Am Headquarter machen Dienstreisen sowie der Weg von und zur Arbeitsstelle über 50% des bilanziellen Corporate Carbon Footprints aus, da wir bereits seit langer Zeit Ökostrom und Ökogas einsetzen. Als Reaktion auf diese Zahlen wurde in der Vergangenheit bereits ein Mobilitätskonzept eingeführt, dessen Ziel die Reduzierung der CO₂-Emissionen ist. Ergebnis waren weitreichende Neuregelungen bei Dienstreisen und Mobilität, die erfolgreich implementiert wurden und bis heute umgesetzt werden. Die BABOR BEAUTY GROUP fördert Mitarbeiter*innen bei Dienstradleasing, ÖPNV-Nutzung oder Fahrgemeinschaften. Mitarbeiter*innen der Produktion stellt das Unternehmen fünf E-Fahrzeuge aus dem Fahrzeug-Pool kostenfrei zur Verfügung, wenn sie diese für Fahrgemeinschaften nutzen. Seit Jahren treibt das Unternehmen den Umstieg auf Elektromobilität voran. Gemäß der seit 2021 gültigen 100% E-Car Policy ist Elektromobilität der neue Standard bei Dienstwagen der BABOR BEAUTY GROUP. Lediglich aufgrund der derzeit sehr langen Lieferzeit für Elektrofahrzeuge ist sie noch nicht vollständig umgesetzt.

Allerdings war das Unternehmen bereits im Bereich Elektromobilität aktiv, als es noch keine CO₂-Bilanz gab, die die Dringlichkeit dieses Handelns belegte: Als erstes Unternehmen in der Region Aachen platzierte das Familienunternehmen bereits 2010 Elektrotankstellen am Headquarter,

schaffte einen Elektrofirmenwagen für regionale Dienstfahrten an und förderte die E-Mobilität seiner Mitarbeiter*innen in Kooperation mit dem lokalen Energieversorger.

Heute stehen dem Team über 60 kostenlose Ladestationen gespeist mit Ökostrom zur Verfügung. Seit Juli 2020 ist BABOR Mitglied von EV100, einer Initiative der international agierenden NGO Climate Group. Ziel von EV100 ist es, bis 2030 Elektromobilität zur Normalität werden zu lassen.

GEBÄUDE

Die BABOR BEAUTY GROUP strebt bei ihren Gebäuden einen maximal hohen Autarkiegrad bei der Energieversorgung an, Eigenproduktion von Energie hat Vorrang vor Kauf. Dank Ökostrom, Photovoltaik und klimaneutralem Ökoerdaas ist die Produktion am Headquarter in Aachen schon seit 2014 CO₂-neutral. Die großflächige Installation von Photovoltaikanlagen auf den Dächern des Aachener Headquarters mit einer Leistung von > 400 kWp ermöglicht ab März 2023 direkt vor Ort eine Produktion von 400.000 kWh Strom pro Jahr.

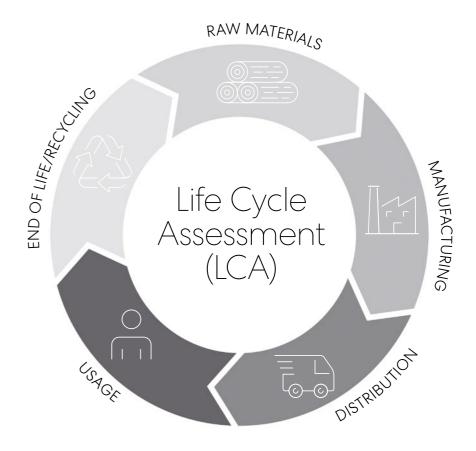
VERPACKUNGSMATERIALIEN
Bis 2030 sollen 100% unserer
Verpackungsmaterialien rückverfolgbar sein. Alle Komponenten
stammen von nachhaltig wirtschaftenden Lieferant*innen.
2022 waren 73% aller Verpackungsmaterialien der Marke
BABOR recyclingfähig und der
Verbrauch von Virgin-Plastik wird
verglichen mit 2019 in Relation zum
Wachstum um 30% reduziert.

Der Einsatz von Recyclingmaterialien ist oftmals ein qualitativer Kompromiss. Für die BABOR Produktentwicklung ist es daher eine Herausforderung, nachhaltige Materialien zu konzipieren, die mit unserem Qualitätsanspruch vereinbar sind.

So setzt BABOR zunehmend auf hochgradig recycelbare Verpackungen und recycelbares Versandmaterial sowie FSC-zertifiziertes Papier. Seit 2020 bestehen alle BABOR Packmittel ausschließlich aus FSC-zertifiziertem Papier. Außerdem wird auf die Cellophanierung der Produkte verzichtet und der Einsatz von Packmitteln forciert, die im Recycling detektierbar sind.

Der bei BABOR anfallende Abfall wird sehr granular getrennt und von einem zertifizierten Abfallentsorgungsbetrieb recycelt, um die Abfallmengen so gering wie möglich zu halten.

Die Beipackzettel unserer Produkte werden aus dem Sortiment gestrichen und durch QR-Codes abgelöst. Das allein führt zu einer Materialreduktion von fast vier Tonnen Papier pro Jahr.



AUSBLICK: LEBENSZYKLUSANALYSE

Zukünftig sollen neben der **Reduktion des CO₂-Ausstoßes** auch alle weiteren Umweltauswirkungen der Produkte identifiziert und minimiert werden. Unser Ziel: Ab 2022 werden alle Produkte und Prozesse der Marke BABOR einer **Lebenszyklusanalyse** (gem. GHG Scope 1–3) unterzogen. Die Umweltauswirkungen der Produkte sollen im Detail analysiert werden, negative Umweltauswirkungen sollen bestmöglich reduziert werden.



SONSTIGE PROJEKTE

BABOR WALD

Die BABOR BEAUTY GROUP verfügt über einen "eigenen" Wald, den sogenannten BABOR Wald. Seit Oktober 2020 entsteht dieser in der Eifel, der Bergregion ganz in der Nähe des Hauptsitzes in Aachen. Auf rund 100.000 Quadratmetern werden hier mehr und mehr Bäume wachsen. Am Ende werden es rund 30.000 sein. Wir konnten bisher 16.500 heimische Bäume einpflanzen.

BE(E) BABOR

Seit Mitte April 2020 haben acht Bienenvölker nicht weit vom Headquarter ein neues Zuhause gefunden. Vor mehr als 15 Jahren wollte die BABOR BEAUTY GROUP in der Eifel einen wertvollen Rohstoff ernten: Elsbeeren. Von allen heimischen Früchten haben Elsbeeren den höchsten Vitamin-C-Gehalt. Ein perfekter Wirkstofflieferant für die Expertenhautpflege der Marke BABOR. Da Elsbeeren selten sind, sollte der Bestand geschützt und die Extrakte auf einer Plantage geerntet werden. Im Laufe der Jahre war es dank einer Kooperation mit dem Fraunhofer Institut gelungen, die wertvollen Inhaltsstoffe im Labor mithilfe von Pflanzen-Stammzelltechnologie zu gewinnen. Der Baumbestand in der Eifel und seine Früchte wurden nicht mehr als Rohstofflieferant benötigt. Was passierte mit der Elsbeer-Plantage? Im Jahr 2020 machte die BABOR BEAUTY GROUP aus ihr ein Bioreservat. Kurz darauf wurde das Bioreservat Heimat von acht Bienenvölkern. Heute sind die Bienen sichtbares Symbol für eine nachhaltige Kosmetikproduktion, die die Biodiversität unseres Planeten schützt. Im Jahr 2022 konnten wir durch unsere acht Bienenvölker 150 kg Honig gewinnen, einen Teil davon (800 Gläser) haben wir am Weltbienentag an die Mitarbeiter*innen verteilt. Der Honig ist ein Nebenprodukt der Bestäubungsarbeit, durch die lokale Biosphäre geschützt und erhalten wird.

INHALTSSTOFFE

In der Produktentwicklung spielen Nachhaltiakeitskriterien eine große Rolle. Es geht um Sicherheit - für die Verwender*innen und die Umwelt, um Wirkung und Transparenz bei den Inhaltsstoffen und den Herstellungsprozessen. Die europäische Kosmetikverordnung (EU 1223/2009) regelt wichtige kosmetische Inhaltsstoffe, wie UV-Filter, Konservierungsstoffe oder Farbstoffe, und die Liste der verbotenen Stoffe (Anhana II) umfasst aktuell mehr als 1.300 Substanzen. In den USA beispielsweise sind die Bestimmungen stark fragmentiert und es besteht keine umfassende offizielle Liste – lediglich der FD&C Act aus dem Jahr 1938 mit seinen Änderungen.

Als deutsches Unternehmen ist die BABOR BEAUTY GROUP selbstverständlich der EU-Kosmetikverordnung verpflichtet und geht in vielen Fällen über sie hinaus, um Produkte noch nachhaltiger zu entwickeln. Das reicht von der "gläsernen Produktion" bis zum Selbstverständnis der Marke BABOR. Diese möchte sich bei den Rezepturen bis zu 100% natürlichen Ursprungs annähern, ohne auf Wirksamkeit und angenehme Texturen zu verzichten.

Aus diesem Grund erlaubt die Produktphilosophie der Marke BABOR den Einsatz von synthetischen Inhaltsstoffen in ganz geringen Mengen und nur dann, wenn diese notwendig sind. Sie verpflichtet sich, nur Inhaltsstoffe zu verwenden, die einen gesunden Hautzustand fördern und die Integrität und Wirksamkeit der Formulierungen unterstützen.

Wobei auch synthetische Inhaltsstoffe nachhaltig und unbedenklich sein können, so wie natürliche Inhaltsstoffe umweltbelastend und bedenklich sein können.

Unser Ziel ist, dass bis 2025 alle Skincare-Produkte der Marke BABOR clean formuliert sind.

Unser BABOR Standard besagt, dass unsere cleanen Produkte frei von Mikroplastik sein müssen – nicht nur von Mikroplastikpartikeln, sondern auch von synthetischen Polymeren. Sie sind frei von Silikonen, Parabenen, PEGs, Mineralölen, Sulfaten und synthetischen Farbstoffen. 2022 entsprechen 23% aller BABOR Produkte diesem Standard. In der gesamten BABOR BEAUTY GROUP hat sich der Prozentsatz an Produkten ohne synthetische Polymere von 2019 54% auf 2022 82% erhöht. Für die Marke BABOR konnte eine



Verbesserung von 30% erzielt werden. Im Jahr 2022 waren 64% der BABOR Produkte ohne synthetische Polymere.

Die BABOR BEAUTY GROUP hat in ihrer Geschichte niemals Tierversuche durchgeführt oder in Auftrag gegeben. Dass dies inzwischen auch durch entsprechende EU-Regularien vorgeschrieben wird, begrüßen wir sehr. Kritisch gesehen wird häufig der Export nach China, wo Tierversuche für Kosmetika Teil des Registrierungsprozesses sind, der für die Einfuhr notwendig ist. Um die tierversuchsfreie Einfuhr nach China zu forcieren, hat sich das Unternehmen erfolgreich einem Monitoring-Prozess unterzogen. Die chinesische Behörde National Medical Products Administration hat ein GMP (Good Manufacturing Practice)-Zertifikat akzeptiert, das es der BABOR BEAUTY GROUP erlaubt, die Produkte ohne Labortest einzuführen.

Unsere Lieferant*innen Palmölbasierter Inhaltsstoffe sind entweder Mitglieder des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) oder ihre Ware ist RSPO-zertifiziert.



Ohne:

- Mikroplastik (inkl. synthetischer Polymere)
- · Silikon
- Parabene
- · PEGs
- Mineralöl
- Sulfate



PEOPLE

"Unsere Mitarbeiter*innen sind das Herzstück der BABOR BEAUTY GROUP. Sie gestalten den Erfolg des Unternehmens. Weiterbildung ist daher elementarer Bestandteil der Mitarbeiter*innen-Empowerment-Strategie", sagt Stefan Kehr, Co-CFO

Das Themengebiet People enthält folgende Schwerpunkte:

- Employer of Choice
- Mitarbeiter*innenentwicklung
- · Leadership
- Gesundheitsmanagement
- Diversität
- Soziales Engagement

Die BABOR BEAUTY GROUP kommt ihrer gesellschaftlichen Verantwortung auch als Unternehmen in der Region nach. Um Arbeitsplätze vor Ort zu sichern und als Arbeitgeber nachhaltig attraktiv zu bleiben, bietet die BABOR BEAUTY GROUP viele Ausbildungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie eine moderne Arbeitsplatzeinrichtung und ein professionelles Arbeitssicherheitsund ein starkes Gesundheitsmanagement. Die mentale und physische Gesundheit der Mitarbeiter*innen ist uns wichtig. Die gleichen Regeln werden im BABOR BEAUTY CLUSTER, dem neuen Produktions- und Logistikcluster des Unternehmens, gelten. Die BABOR BEAUTY GROUP will Vorreiter einer modernen, leistungsstarken Arbeits- und Teamkultur sein. Ziel ist es, das Engagement der Mitarbeiter*innen messbar zu steigern und sicherzustellen, dass jeder von ihnen mit der vollen Unterstützung unserer Führungskräfte die Möglichkeit hat, sein Potenzial zu entfalten.

EMPLOYER OF CHOICE

Die Mitarbeiter*innen sind das Herzstück des Unternehmens. Deshalb bietet das Unternehmen Mitarbeiter*innen verschiedene arbeitsbezogene Leistungen: Qualifikationsangebote, gezieltes Training, interne Programme, Workshops und Schulungen. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, ab 2023 eine Benchmark-basierte Bewertung der Arbeitgeberattraktivität durchzuführen. Ziel ist, unsere Attraktivität regelmäßig messbar zu steigern.

MITARBEITER*INNEN-ENTWICKLUNG

Möglichkeiten der internen und externen Weiterbildung sind für uns eine Selbstverständlichkeit. Wir fördern und fordern aktiv kontinuierliches Lernen durch fachlich anspruchsvolle Aufgaben, individuelle Karriereentwicklung und gezielte Weiterbildung. Qualifikationsangebote, gezieltes Training und jährliche Feedbackgespräche sind zentrale Elemente der Personalpolitik: Insgesamt haben im Jahr 2022 192 externe und 482 interne Weiterbildungen/ Schulungen stattgefunden. Durchschnittlich hat jede*r Mitarbeiter*in in 2022 an ungefähr 0,9 Schulungen teilgenommen.

Die Führungskräfte fördern die Teilnahme an Weiterbildungsprogrammen und unterstützen im Sinne dieser Weiterentwicklung auch Jobwechsel innerhalb des Unternehmens. So schaffen wir gute Bedingungen, dass Schlüsselpositionen prioritär intern besetzt werden können.

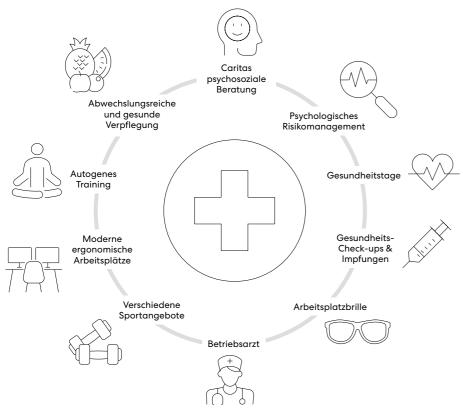
LEADERSHIP

Führungskräfte befähigen ihre Mitarbeiter*innen, eigenverantwortlich zu handeln und ihr Potenzial zur Umsetzung der Unternehmensziele einzubringen. Sie haben eine Vorbildfunktion und agieren gemäß den Unternehmenswerten. Sie unterstützen Mitarbeiter*innen in ihrer Entwicklung, geben Raum für Kollaboration sowie fördern und fordern Leistung, Teamgeist und Innovation.

Darauf bereitet die BABOR BEAUTY GROUP Führungskräfte gezielt vor. 100% aller Führungskräfte durchlaufen ab 2023 ein am Führungsleitbild orientiertes Entwicklungsprogramm.

GESUNDHEITSMANAGEMENT

Die BABOR BEAUTY GROUP bietet ihren Mitarbeiter*innen Gesundheitsschutzmaßnahmen und Betriebssport an. Die mentale und physische Gesundheit der Mitarbeiter*innen hat für uns höchste Priorität. Psychosoziale Beratung, Teamsport, gemeinsame Feiern, tarifliche Bezahlung, Ergebnisbeteiligung für die Belegschaft, intensive Team- und Führungscoachings stärken die Mitarbeiter*innenzufriedenheit und das Miteinander. Weiterhin flexibilisieren wir die Arbeitszeiten und machen mobiles Arbeiten in großem Umfang möglich. Wir erhöhen damit die Vereinbarkeit von Familie und Beruf und schaffen so die Voraussetzungen für eine gute Work-Life-Balance.





Die Geschäftsführung und der Betriebsrat der BABOR BEAUTY GROUP pflegen eine enge und gute Zusammenarbeit, es existieren darüber hinaus verschiedenste Vereinbarungen zwischen dem Arbeitgeberverband Chemie und der Gewerkschaft IGBCE im Sinne der Belegschaft. Gemäß den gesetzlichen Vorgaben gibt es bei der BABOR BEAUTY GROUP einen Arbeitssicherheitsausschuss, bei dem die Betriebsleitung, die Fachkraft für Arbeitssicherheit, der Betriebsarzt und der Betriebsrat vertreten sind und zusätzlich je nach Erforderlichkeit weitere Sicherheitsbeauftragte, Führungsund Fachkräfte hinzuziehen. Außerdem gibt es einen interdisziplinär besetzten, betrieblichen Gesundheitsmanagement-Zirkel, der die unternehmensweiten Gesundheitsprojekte bündelt und steuert.

DIVERSITÄT

Wir sind überzeugt, dass die Vielfalt von Meinungen und Ideen ein entscheidender Erfolgsfaktor für die zukünftige Entwicklung ist. Darüber hinaus ist es wichtig, ein faires Umfeld zu schaffen, in dem das Miteinander, die Chancengleichheit und die Zusammenarbeit die Werte unseres Unternehmens spiegeln.

Wir betrachten unsere Vielfalt als Stärke und unterstützen das Engagement unserer Mitarbeiter*innen und die Vereinbarkeit unterschiedlicher Lebensmodelle mit neuen Arbeitsformen. Uns ist Diversität bzgl. Geschlecht, Alter, Herkunft etc. besonders wichtig. Unser Ziel ist es, in unserer Belegschaft möglichst schnell und mit Priorität eine Gender-Balance zu erreichen, vor allem bei der Neubesetzung von Schlüsselpositionen. Durch flexible Arbeitszeitmodelle fördert die BABOR BEAUTY GROUP die Vereinbarkeit von Familie und Beruf und ermöglicht somit Eltern bessere Karrierechancen. Zudem gibt es eine betriebseigene Kita. Um für die Geschlechtergleichstellung und Vielfalt im Unternehmen zu sorgen, hat die BABOR BEAUTY GROUP eine Gleichstellungsbeauftragte.



SOZIALES ENGAGEMENT

"Think global, act local. Als internationales, schnell wachsendes Unternehmen sind unsere festen Wurzeln in der Region extrem wichtig. Darum sind wir uns der gesellschaftlichen Verantwortung in der Region bewusst – als Arbeitgeber und darüber hinaus", erklärt Tim Waller, Co-CEO.

Wir wollen mit unserer Kraft die gesellschaftliche Entwicklung positiv beeinflussen und uns zukunftsfähig gestalten. Wir arbeiten mit ausgewählten nationalen und internationalen Partner*innen zusammen und unterstützen deren Projekte. Darüber hinaus engagieren wir uns eigeninitiativ durch das Können und die Zeit unserer Mitarbeiter*innen in eigenen Unternehmensprojekten. Damit wollen wir zu Wohlstand und besserer Entwicklung in der Gesellschaft beitragen.

ENGAGEMENT IN DER REGION

Die BABOR BEAUTY GROUP ist mit ihrer Heimat verbunden. Nicht nur weil das Unternehmen hier wertvolle Partnerschaften hat, wie beispielsweise mit der RWTH Aachen University, sondern auch weil sich die BABOR BEAUTY **GROUP** ihrer Verantwortung bewusst ist – als wichtiger Arbeitgeber und als Teil der Gesellschaft. Ein kleiner Einblick in aktuelle Projekte:

VOLUNTEER DAY

Beim Volunteer Day unterstützen die Mitarbeiter*innen aktiv verschiedene gemeinnützige Projekte. Im Jahr 2022 fanden verschiedene Aktivitäten statt, an denen die Mitarbeiter*innen des Unternehmens und die Mitalieder der einzelnen Stiftungen beteiligt waren. Einige Beispiele:

- Zentrum für soziale Arbeit: Bau von Hochbeeten gemeinsam mit den Jugendlichen der Wohngruppe für LGBT* Menschen (More*)
- Hospizstiftung Region Aachen:
- Wellnessangebote für die Hospizgäste und Unterstützung bei der Umsetzung der Veranstaltung "Herbstleuchten" im Hospiz Haus Hörn
- Pflege der Außenanlage des Hospizes am Iterbach
- Kinderschutzbund: Herstellung von Lippenbalsam auf dem Abenteuerspielplatz

ZENTRUM FÜR **SOZIALE ARBEIT**

Seit mehr als 30 Jahren unterstützt die BABOR BEAUTY GROUP das Zentrum für soziale Arbeit in Aachen und ist mit ihm partnerschaftlich verbunden. Das Zentrum ist ein Netz von ineinandergreifenden Hilfen für Kinder, Jugendliche und Familien. Besonders jungen Menschen in schwierigen Lagen möchte das Zentrum den Weg in eine positive, selbstbestimmte Zukunft ermöglichen. Die BABOR BEAUTY GROUP unterstützt das Zentrum mit einer alljährlichen, vorweihnachtlichen Spende in Höhe von 10.000 Euro und steht ihm darüber hinaus mit pragmatischen Hilfen zur Seite.

KULTURELLES ENGAGEMENT

Seit dem Jahr 2003 unterstützt die BABOR BEAUTY GROUP das Aachener Krönungsmahl und leistet damit einen großzügigen Beitrag zum Erhalt des historischen Rathauses der Stadt Aachen.

EVERWAVE

Mit dem Ziel "Let's clean up this planet" engagieren sich die BABOR BEAUTY GROUP, die Audi Stiftung für Umwelt und die Ferry-Porsche-Stiftung gemeinsam mit dem Green-Start-up everwave für saubere Gewässer. Drei Geschäftsfelder, ein Ziel, das vereint. Nachhaltigkeit kennt weder Landes- noch Branchengrenzen. Im April 2022 sammelte ein Müllsammelboot von everwave



Seit 2015 zeichnet die BABOR BEAUTY GROUP engagierte Persönlichkeiten in der Region mit der "BABOR Rose für soziales Engagement" aus. Der mit 5.000 Euro dotierte Preis entwickelt sich zu einer Tradition, die herausragendes Engagement unterstützen möchte.

PLOGGING

Die BABOR BEAUTY GROUP geht jährlich rund um den World Earth Day "ploggen". Das Ziel ist, gemeinsam zu laufen und Müll auf der Straße aufzusammeln und so etwas Gutes für unsere Umwelt (und Fitness) zu tun und die Erde ein kleines bisschen sauberer zu machen.

täglich mehr als fünf Bootsladungen Plastik und andere Abfälle, die anschließend in einem lokalen Recyclinghof fachgerecht entsorgt wurden. Parallel zur Aktion fanden auch gemeinsame Plogging-Events und Clean-up-Aktivitäten an Land statt. Jeder dieser Partner verfolgt die Vision, seinen Beitrag für die Umwelt zu leisten. Dank dieser Zusammenarbeit konnte die Fahrzeit des Bootes in diesem Jahr im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt werden und 69.338 kg Müll gesammelt werden. Dies beweist, dass Teamarbeit der Schlüssel zum Erfolg ist.

STIPENDIUM SÜDAFRIKA

Seit Beginn der Unternehmensgeschichte stehen bei der BABOR BEAUTY GROUP Frauen im Fokus: die Unternehmerinnen in ihren Instituten und deren Kundinnen. Daher ist Women Empowerment Teil der Unternehmensphilosophie, innerhalb des Unternehmens und bei externen Initiativen. Im Jahr 2020 hat die BABOR BEAUTY GROUP ein Stipendiaten-Programm ins Leben gerufen. Das Ziel des Programms ist es, jungen Frauen die Möglichkeit zu geben, ihr ganzes Potenzial zu entfalten. Daher unterstützt das Unternehmen die Ausbildung zum CIDESCO Beauty Therapy Diploma an einer Schule in Südafrika.





GOVERNANCE

"Vertrauen ist unsere oberste Priorität. Wir stehen als unabhängiges Familienunternehmen mit unserem Namen für die Handlungen unseres Hauses und möchten gute, verlässliche Beziehungen mit unserem Umfeld aufbauen und pflegen", sagt Isabel Bonacker, Mitinhaberin der BABOR BEAUTY GROUP.

Der Umgang mit unseren Partner*innen – Zulieferer*innen und Kund*innen - ist respektvoll, vertrauensvoll und klar. Wir wachsen gemeinsam partnerschaftlich und nachhaltig.

Das Themengebiet Governance enthält folgende Schwerpunkte:

- Compliance
- Lieferkette
- Datensicherheit

COMPLIANCE

Wir legen stets Wert auf das Vertrauen und das Wohlergehen aller unserer Stakeholder*innen und respektieren die Einhaltung der bestehenden Gesetze und Vorschriften. Deshalb haben wir einen verbindlichen Verhaltenskodex entwickelt, der als Richtlinie für Mitarbeiter*innen und andere Geschäftspartner*innen dient.



Langfristige Partnerschaften

FAST DER KUND*INNEN: **FAST** DER KUND*INNEN:

MEHR ALS 20 JAHRE **MEHR ALS 5 JAHRE**

PARTNER*INNEN: MEHR ALS 20 JAHRE MEHR ALS 10 JAHRE

DER INTERNATIONALEN DER INTERNATIONALEN PARTNER*INNEN:

MEHR ALS 10 JAHRE

MEHR ALS 5 JAHRE

NACHHALTIGKEITS-MANAGEMENT

LIEFERKETTE

Für unsere Lieferant*innen gelten Verhaltensrichtlinien, in denen alle Erwartungen, die wir an sie stellen, festgehalten sind. Hierzu zählen die Achtung der Menschenrechte, die Einhaltung der Vorschriften für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, wirtschaftliche und nachhaltige Praktiken, Umweltschutz und nicht zuletzt die Korruptionsbekämpfung. Dies stellen wir sicher, indem alle Lieferant*innen im Rahmen einer Lieferantenselbstauskunft geprüft werden. Inhalte der verbindlichen Lieferantenauskunft sind unter anderem die DIN ISO 9001:2008; 2015 und die Einhaltung des internationalen sozialen Standards SA8000.

Die BABOR BEAUTY GROUP wendet entlang der eigenen Produktion die folgenden Standards an:

- Kosmetik-GMP ISO 22716
- IFS-HPC-Zertifizierung
- Energie-Audit gem. DIN EN 16247

DATENSICHERHEIT

Datensicherheit ist ein Thema, welches bei uns oberste Priorität hat. Deshalb besuchen alle neuen Mitarbeiter*innen der BABOR BEAUTY GROUP Schulungen zum Thema Daten- und Informationssicherheit. So werden unsere Mitarbeiter*innen von Anfang an für dieses Thema sensibilisiert, wodurch wir als Unternehmen mehr Datensicherheit in unseren Prozessen, aber auch in Bezug auf die Daten unserer Mitarbeiter*innen gewährleisten können. Der Schutz der uns anvertrauten persönlichen Daten unserer Mitarbeiter*innen, Kund*innen und Geschäftspartner*innen ist uns sehr wichtig. Wir behandeln persönliche Daten in Übereinstimmung mit den geltenden Gesetzen und Vorschriften für den Umgang mit der Erhebung und Verwendung von personenbezogenen

Für alle möglichen Themen und Fragestellungen im Bereich der Datensicherheit gibt es bei der BABOR BEAUTY GROUP einen Datenschutzbeauftragten, welcher die ergriffenen Maßnahmen der BABOR BEAUTY GROUP überwacht.

Nachhaltigkeit betrachten wir als Führungsthema. Wir prüfen regelmäßig im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse, welche Themen für die Ausrichtung des Nachhaltigkeitsmanagements und der Nachhaltigkeitsberichterstattung in unserem Unternehmen besonders wichtig sind – aus der Sicht unserer Stakeholder*innen wie auch aus der internen Unternehmensperspektive.

Alle Führungskräfte sind für die übergeordnete Zielerreichung mit verantwortlich. Zusätzlich gibt es für jedes definierte Ziel eine verantwortliche Person, welche die zur Einhaltung des Ziels notwendigen Maßnahmen steuert. Darüber hinaus gibt es eine gruppenweit agierende Corporate Responsibility Managerin, die direkt und regelmäßig an die Geschäftsführung berichtet.

Um die Ziele zu monitoren und Abläufe zu hinterfragen, findet monatlich ein interdisziplinäres Board Meeting statt. Das Sustainability Board betreut und koordiniert alle erforderlichen Maßnahmen. In diesem Board sind zum einen die Verantwortlichen der jeweiligen Ziele und zum anderen auch die Geschäftsführung, der Umweltbeauftragte und die CR-Managerin vertreten. Alle wesentlichen Unternehmensentscheidungen im Bereich Nachhaltigkeit werden unter Einbeziehung des Sustainability Boards getroffen. Das Ziel ist die kontinuierliche Verbesserung der strategischen Geschäftsentwicklung im Bereich Nachhaltigkeit.



ÜBER DIESEN BERICHT

Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht möchten wir einen Einblick geben – in unsere Überzeugungen, unser Handeln und unsere Zukunftsvisionen. Wir möchten Kund*innen, Mitarbeiter*innen, Partner*innen, Lieferant*innen und die Öffentlichkeit darüber informieren, wie die BABOR BEAUTY GROUP geführt wird, welche Prinzipien und Grundsätze dabei zur Anwendung kommen und wie wir das Thema Nachhaltigkeit vorantreiben.

Transparenz und Ehrlichkeit haben hierbei höchste Priorität. Wir bemühen uns um eine enge Einbindung interner und externer Interessengruppen in unser Handeln. Wir veröffentlichen unseren Nachhaltigkeitsbericht seit 2018 und informieren auf diese Weise über unser Engagement in den drei Säulen der Nachhaltigkeit sowie über unsere Ziele und künftigen Maßnahmen.

Als globales Kosmetikunternehmen wollen wir Nachhaltigkeit auf allen Ebenen weiterentwickeln. Ein strukturierter und einheitlicher Ansatz ist für uns unerlässlich, um unsere Vision zu erreichen. Dieser Bericht bezieht sich auf den Zeitraum vom 01.01.2022 bis zum 31.12.2022 und die enthaltenen Angaben und intern berechneten Kennzahlen beziehen sich auf die Dr. Babor GmbH & Co. KG (Marke BABOR und Private Label). Die BABOR BEAUTY GROUP ist derzeit nicht berichtspflichtig und veröffentlicht freiwillig. Den DNK-Bericht finden Sie ebenfalls in der Datenbank des DNK: https://www. deutscher-nachhaltigkeitskodex. de/Home/Database

DANKE

Vielen Dank, dass Sie sich Zeit für diesen Nachhaltigkeitsbericht genommen haben. Wir möchten transparent unseren Weg darstellen, möchten hinterfragen und den Status quo herausfordern.

Wir möchten einen Beitrag leisten, um unsere Industrie, Gesellschaft und unsere Umwelt ein Stück weit besser und zukunftsfähiger zu gestalten. Dies ist unser Antrieb. Tag für Tag.

HERAUSGEBER: Dr. Babor GmbH & Co. KG · Neuenhofstraße 180 · 52078 Aachen · babor-beauty-group.com

KOORDINATION UND KONZEPTION: Wiebke Thünnesen (Head of Corporate Responsibility),

BABOR BEAUTY GROUP Sustainability Board; Eva Spiertz (Corporate Communication)

GESTALTUNG UND ARTDIRECTION: Baydesign FOTOS: BABOR, Unsplash

ANHANG LEISTUNGSINDIKATOREN GRI

In diesem Bericht finden Sie einen Auszug der Leistungsindikatoren. Alle Leistungsindikatoren finden Sie in der Datenbank des DNK: https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/Home/Database

UMWELT

LEISTUNGSINDIKATOR GRI 301-1: EINGESETZTE MATERIALIEN

Rohstoffe in kg	2020	2021	2022
Gesamtrohstoffe	1.099.834	1.110.016	1.265.497
Verpackung in kg	2020	2021	2022
Glas	1.044.111	1.013.418	1.358.342
Papier/Pappe/Karton	1.562.362	1.744.780	2.224.456
Aluminium	10.176	12.525	14.400
Kunststoffe	769.977	829.312	1.351.616
sonstige Verbunde	289.542	310.593	230.121
Weißblech	869	6.618	1.687
Packstoffe auf biol. Basis	21.238	115.901	24.340
Gesamt	3.698.275	4.033.148	5.204.963

LEISTUNGSINDIKATOREN GRI 302-1: ENERGIEVERBRAUCH

Energie in MWh	2019	2020	2021	2022
Strom	3.210	2.762	3.107	3.142
davon regenerativer Strom aus Fremdbezug	3.127	2.621	2.834	2.878
davon selbst gewonnene erneuerbare Energie	28	31	32	34
davon selbst gewonnene Energie aus Blockheizkraftwerk	55	110	241	230
Gas	3.602	2.949	2.739	2.597
davon klimaneutrales Gas	3.602	2.949	2.739	2.597
Treibstoff	1.634	1.465	1.230	1.511
Gesamt	8.446	7.176	7.076	7.250

LEISTUNGSINDIKATOR GRI 303-3: WASSERENTNAHME

	2019	2020	2021	2022
Wasser in m ³	16.893	16.515	18.489	21.015

LEISTUNGSINDIKATOR GRI 306-3: ANGEFALLENER ABFALL

Wertstoffe in kg	2019	2020	2021	2022
Wertstoffe zur Verwertung	456.680	450.430	420.130	431.847
gefährliche Abfälle	32	33	42	37
nicht gefährliche Stoffe	275.486	296.328	258.780	263.411
überlagerte/mangelhafte Ware	181.194	154.102	161.350	168.436
Abfälle zur Entsorgung	1.706	2.546	2.946	2.837
gefährliche Abfälle	1.706	2.546	2.946	2.837
Gesamt	458.386	452.976	423.076	434.684
Wertstoffe in m³	2019	2020	2021	2022
Fettabscheider	1.185	1.185	1.380	1.560
Wertstoffe ohne Gewichtsangaben	2019	2020	2021	2022
Container (1.100 Volumen) für Folien	12	12	12	12

LEISTUNGSINDIKATOREN GRI 305: THG-EMISSIONEN (SCOPE 1,2 UND 3)

Gesamtergebnis

100%
100%
1000/
72%
28%
-

CORPORATE CARBON FOOTPRINT

Scope 1	[t]	[%]
Fuhrpark	346,1	20
Kältemittel	0,0	0
Wärme	0,0	0
Summe	346,1	20
Scope 2	[t]	[%]
Strom	0,0	0
Scope 3	[t]	[%]
Mitarbeiteranfahrt	949,2	55
Vorkette Kraftstoff	194,7	11
Druckerzeugnisse	130,7	8
Geschäftsreisen	65,5	4
Wasser	12,1	1
Vorkette Strom	10,0	1
Büropapier	8,9	1
Summe	1371,2	80

PRODUCT CARBON FOOTPRINT

Gesamt	[t CO ₂]	
Rohstoffe	1.159,7	
Verpackungen	2.597,5	
Eingangslogistik	109,5	
Lohnfertigung	25,2	
Entsorgung	253,8	
Ausgangslogistik	247,0	
Summe	4.392,8	

CHANCENGERECHTIGKEIT

Bei BABOR arbeiten derzeit 59,65% Frauen und 40,35% Männer.

Genau die Hälfte der Führungskräfte ist mit weiblichen Fachkräften besetzt.

LEISTUNGSINDIKATOR GRI 403-10: **Arbeitsbedingte erkrankungen**

BABOR weit gab es in 2022 eine Krankheitsquote (m/w) von 4,38 %, arbeitsbedingte Todesfälle gab es nicht.

Arbeitsunfälle*

Mitarbeiter*innen	Anzahl Arbeitsunfälle	Anzahl Wegeunfälle	Anzahl Unfälle gesamt	Anzahl Ausfalltage gesamt
nicht meldepflichtig	4	2	6	7
meldepflichtig	4	1	5	136
Fremdmitarbeiter*innen	Anzahl Arbeitsunfälle	Anzahl Wegeunfälle	Anzahl Unfälle gesamt	Anzahl Ausfalltage gesamt
nicht meldepflichtig	0	0	0	0
meldepflichtig	2	0	2	10

^{*} alle Zahlen bezogen auf 2022 (736 Mitarbeiter*innen)

LEISTUNGSINDIKATOR GRI 404-1: **Stundenzahl der aus- und Weiterbildungen**

Insgesamt haben 2022 192 externe und 482 interne Weiterbildungen/Schulungen stattgefunden. Durchschnittlich hat jeder und jede Mitarbeiter*innen in 2022 an ungefähr 0,9 Schulungen teilgenommen.

Aus- und Weiterbildungen/Schulungen	2022
Externe	192
Interne	482
Schulungen pro Mitarbeiter*innen	0,9

LEISTUNGSINDIKATOR GRI 405-1: **DIVERSITÄT**

Führungskräfte-Quote (m/w) 2022: 56,79 % / 43,21 % (Bemessung auf AT-Funktionen) Frauenanteil in der Belegschaft 2022: 59,65 %

Diversität 2022

	Anzahl Personen	Quote in %	
Damen unter 30 J.	140	65,42	
Herren unter 30 J.	74	34,58	
Gesamt	214		
Damen 30 – 50 J.	204	57,95	
Herren 30 – 50 J.	148	42,05	
Gesamt	352		
Damen über 50 J.	95	55,88	
Herren über 50 J.	75	44,12	
Gesamt	170		

