



SUSTAIN ABILITY REPORT

2023

BABOR
BEAUTY
GROUP



DEDICATED TO BEAUTY

COMMITTED TO SUSTAINABILITY

Für den Erfolg eines Unternehmens – wirtschaftlich, ökologisch und sozial – ist eine Voraussetzung von herausragender Bedeutung: Vertrauen. Dieses hat für uns oberste Priorität – das Vertrauen unserer Kund*innen, Partner*innen und Mitarbeiter*innen. Denn wir verstehen uns als Vorzeigeunternehmen der Kosmetikindustrie, fair im Umgang mit Kund*innen und Geschäftspartner*innen, fördernd als Arbeitgeber für unsere Teams.

Die BABOR BEAUTY GROUP ist ein modernes Familienunternehmen, das ökologisch und sozial Verantwortung übernimmt. Das bedeutet, dass uns nachhaltige ökologische und soziale Ziele sowie die Förderung und Entwicklung unserer Mitarbeiter*innen genauso wichtig sind wie die wirtschaftlichen Ziele.

Seit 1956 entwickelt und produziert die BABOR BEAUTY GROUP Produkte Made in Germany in herausragender Qualität. Die Mitarbeiter*innen nutzen die jahrzehntelange Erfahrung, dank ihrer innovativen Ideen werden die Produkte stetig weiterentwickelt. Damals wie heute stehen wir für Beauty-Lösungen für den besonderen Anspruch – an Qualität und Gewissen.

VON DER SCHÖNHEIT DER VERANTWORTUNG

Liebe Leser*innen,

in einer Zeit der vielfältigen und oftmals abrupten Veränderungen merken wir, dass das Bewahren gewisser Werte einen Wert an sich darstellt. So ist für uns selbstverständlich, was heute mehr und mehr an Relevanz gewinnt: 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 erreichen. 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 Kund*innen, Partner*innen, Zulieferer*innen und Mitarbeiter*innen zu 100 Prozent vertrauen können. Seit der Unternehmensgründung 1956 ist diese Überzeugung der vielleicht wichtigste Bestandteil von dem, was die BABOR BEAUTY GROUP ausmacht:

VERTRAUEN HAT FÜR UNS OBERSTE PRIORITÄT.

Deshalb ist uns als Inhaberfamilie der folgende Einblick in unser Tun auch ein besonderes Anliegen. Wir möchten unser Handeln und unsere Nachhaltigkeitsstrategie transparent darlegen und unsere Ziele verdeutlichen. Immer mit dem Anspruch, noch besser zu werden.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen eine angenehme und anregende Lektüre.

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

INHALT



Vorwort.....	4
Über die BABOR BEAUTY GROUP.....	6
Nachhaltigkeits - Roadmap.....	9
Wesentlichkeit und Stakeholderdialog.....	10
Wesentlichkeit und Nachhaltigkeits -Strategie.....	12
Nachhaltigkeitsmanagement.....	14
Handlungsfelder.....	15
Nachhaltigkeit im Fokus.....	16
Sonstige Projekte.....	26
People.....	28
Governance.....	36
Über diesen Bericht.....	38
Anhang.....	40

VIELFALT DER EINZIGARTIGKEIT

ÜBER DIE BABOR BEAUTY GROUP – FAKTEN UND GESCHICHTE

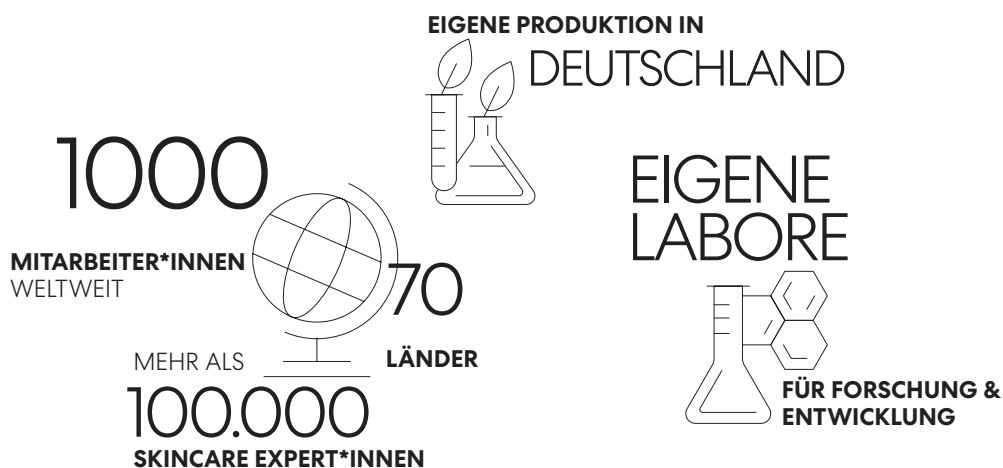
Die BABOR BEAUTY GROUP ist ein inhabergeführtes, deutsches Familienunternehmen, Heimat einiger der begehrtesten internationalen Beautybrands und Global Player in der Kosmetikindustrie. Basierend auf mehr als 65 Jahren Erfahrung, entwickelt die BABOR BEAUTY GROUP individuelle Hautpflege für jeden Anspruch. Innovationsdrang und Nachhaltigkeit sind im Wesenskern des Unternehmens fest verankert. Die Firmengruppe forscht, entwickelt und produziert in Deutschland und steht für Qualität „Made in Germany“.

Herzstück des Erfolgs ist die „Expert Skincare“-Marke BABOR. Der traditionelle Vertriebskanal über exzellente Kosmetikinstitute wird ergänzt von einer Multichannel-Strategie, die auf Spas, Retail-Partnerschaften und E-Commerce setzt. Zudem entwickeln die Private Label Units der BABOR BEAUTY GROUP Marken für namhafte Kund*innen weltweit. Dermatolog*innen,

Celebrities, Wellnesspartner*innen und Influencer*innen gehören ebenso dazu wie Handelsmarken und Start-ups. Die Private Label Units bieten Full-Service-Lösungen, von Produktentwicklung über Herstellung bis zu Beratung und Marketing. Das BABOR-Knowhow macht den Unterschied: Dank eines Teams mit langjähriger Marken- und Produktentwicklungserfahrung ist das Angebot vielfältig und jedes Produkt zugleich einzigartig.

ERFOLGREICH IN DRITTER GENERATION

An der Spitze der BABOR BEAUTY GROUP steht die Inhaberbefamilie 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 überaus erfolgreich: Seit dem Einstieg ins Unternehmen 2014 hat sich der Umsatz mehr als verdreifacht.



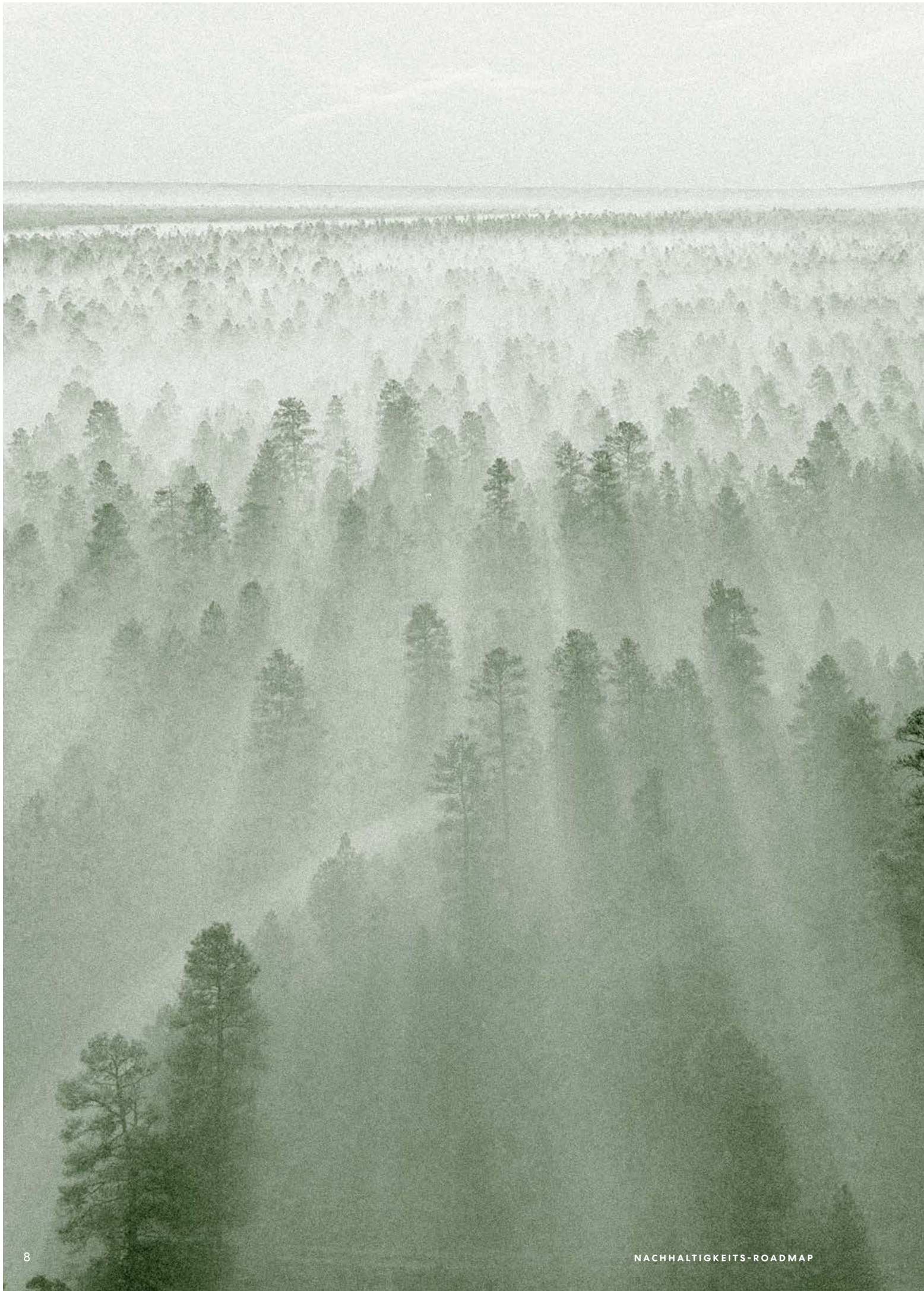


Unterstützt werden Dr. Martin Grablowitz und Isabel Bonacker von externen Spezialist*innen: die Geschäftsführung der BABOR BEAUTY GROUP liegt bei Tim Waller, Horst Robertz und Stefan Kehr. Tim Waller ist global zuständig für Marketing und Sales, Horst Robertz verantwortet die Abteilungen Forschung, Beschaffung 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“, sagt Mitinhaberin Isabel Bonacker: „Die Überzeugung, dass Nachhaltigkeit in all ihren Facetten für den Erfolg des Unternehmens wichtig ist, ist fest 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 Bemühungen um Nachhaltigkeit noch belächelt wurden. Vor mehr als 10 Jahren stand vor dem Headquarter in Aachen die erste E-Ladesäule der Region. Heute sind es mehr als 80 Ladesäulen, die Mitarbeiter*innen laden kostenfrei und das Unternehmen verfolgt eine stringente E-Auto-Politik. „Wir arbeiten nicht für den kurzfristigen Profit, sondern future-proof, für den Erfolg auch der nächsten Generation“, so Isabel Bonacker: „Als Familienunternehmen glauben wir an die Kraft des nachhaltigen Wirtschaftens. Dabei sind wir nicht perfekt, nicht alles gelingt auf Anhieb, aber wir stehen zu 110 Prozent dahinter.“



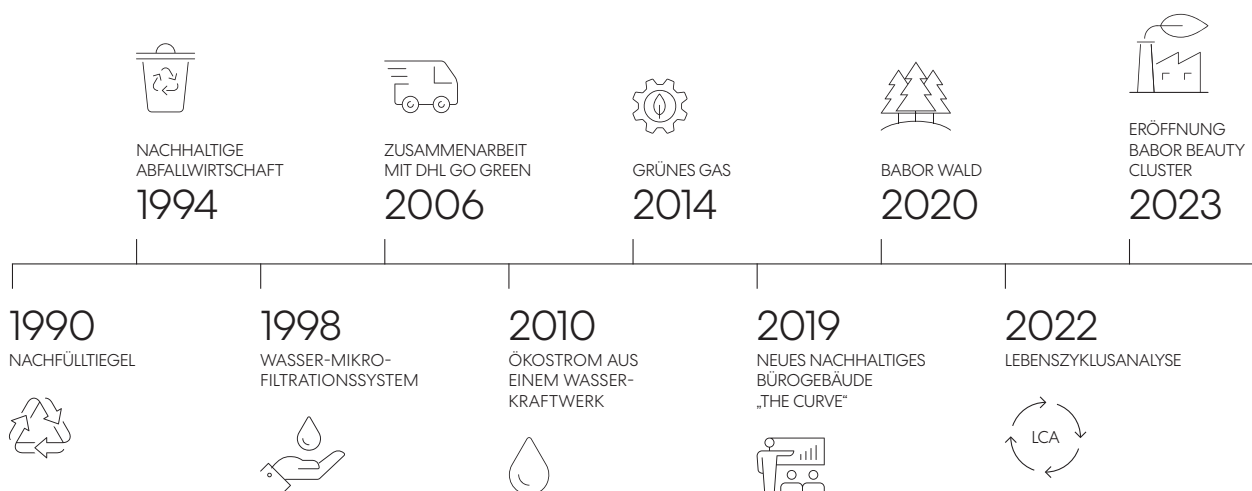
EIN FAHRPLAN IN DIE ZUKUNFT

HÖCHSTE STANDARDS BEI NACHHALTIGKEIT, SOZIALEM ENGAGEMENT UND UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Im Jahr 2018 wurden in der BABOR BEAUTY GROUP die Ambitionen der unterschiedlichen Unternehmensbereiche, nachhaltig zu wirtschaften, zu einer Green Agenda zusammengefasst. Dieser bis 2025 gültige Nachhaltigkeits-Fahrplan umfasst Ziele hinsichtlich CO₂-Emissionen, nachhaltiger Verpackungen oder sauberer Inhaltsstoffe und prägt bis heute unsere Nachhaltigkeitsbemühungen. Die Green Agenda wird in einem fließenden Übergang von der übergeordneten Corporate Strategy abgelöst und weiter entwickelt.

Um unter allen nachhaltigkeitsrelevanten Themen diejenigen zu ermitteln, die für die BABOR BEAUTY GROUP die höchste Relevanz besitzen, sind zwei Instrumente entscheidend: ein enger Austausch mit den Stakeholder*innen sowie die regelmäßige Durchführung einer Wesentlichkeitsanalyse, in der Ansprüche und Erwartungen aller Beteiligten abgefragt werden.

Denn Nachhaltigkeit geht über die genannten Themen weit hinaus. Sie umfasst etwa auch Biodiversität und soziale Belange wie das Wohlbefinden der Mitarbeiter*innen, gesellschaftliches Engagement, Sicherheit persönlicher Daten und die Einhaltung der Menschenrechte in der gesamten Lieferkette sowie faire und transparente Geschäftsbeziehungen zu Partner*innen und Lieferant*innen.



ZUKUNFT WIRD AUS DIALOG GEMACHT

MITBESTIMMUNG FÜR EINE NACHHALTIGE AUSRICHTUNG

Der Stakeholder*innendialog ist ein wichtiger Bestandteil unserer Unternehmenskultur und der Schlüssel zu einer erfolgreichen und nachhaltigen Zukunft. Ziel der BABOR BEAUTY GROUP ist es, die Wünsche und Anforderungen der Stakeholder*innen zu kennen und aktiv in die Geschäftsprozesse zu integrieren. So entsteht innerhalb des Unternehmens eine gelebte Nachhaltigkeit, die auch nach außen wirkt. Mithilfe einer Stakeholderanalyse identifizieren wir die Anspruchsgruppen, die das Unternehmen beeinflussen oder von ihm beeinflusst werden. Mittels verschiedener Kanäle und Instrumente pflegen wir einen kontinuierlichen Dialog auf unterschiedlichen Ebenen.

Die wichtigsten Stakeholder sind unsere Kund*innen, unsere Mitarbeiter*innen, das C-Level Management, die Inhaberkategorie und die Medien.

KUND*INNEN:

Kund*innen sind der Schlüssel zum Erfolg. Ihre Kaufentscheidungen und ihr Feedback beeinflussen Produktentwicklung, Preisgestaltung und Marketing. Zufriedene Kund*innen bleiben treu und stärken das Markenimage. Unternehmen müssen aktiv die Bedürfnisse der Kund*innen verstehen und erfüllen, um im Wettbewerb zu bestehen.

MITARBEITER*INNEN:

Mitarbeiter*innen sind die treibende Kraft des Unternehmens und beeinflussen den Erfolg durch ihre Motivation, Qualifikation und Kreativität. Unternehmen sollten daher in ihre Mitarbeitenden

investieren, ein wertschätzendes Miteinander fördern und sie in die Weiterentwicklung des Unternehmens einbeziehen. Zufriedene und qualifizierte Mitarbeiter*innen steigern die Produktivität, Effizienz und Kundenzufriedenheit.

C-LEVEL MANAGEMENT:

Das C-Level Management ist die Schaltzentrale des Unternehmens. Es trifft die strategischen Entscheidungen, lenkt die Ressourcen und prägt die Kultur. Entscheidungen des C-Levels beeinflussen die Zukunft des Unternehmens, die Mitarbeiter*innen und den langfristigen Erfolg. Daher ist ein hohes Maß an Expertise und Erfahrung in dieser Führungsebene essenziell.

INHABERFAMILIE:

Inhaberkategorien prägen Unternehmen durch ihre langfristige Orientierung, strategische Vision und finanzielle Stabilität. Sie fördern Innovation, Risikobereitschaft und soziale Verantwortung und setzen ihre Werte durch Einfluss auf wichtige Entscheidungen im Unternehmen um.

MEDIEN:

Medien beeinflussen die öffentliche Meinung über Unternehmen und ihre Aktivitäten. Sie können die Reputation stärken oder schwächen, Missstände aufdecken und Transparenz fördern. Falsche Berichterstattung kann jedoch schaden. Unternehmen nutzen Medien zur Kommunikation mit Stakeholdern und zur Legitimation ihrer Aktivitäten.



Mit unseren Kund*innen stehen wir im ständigen Austausch, beispielsweise über den Kundenservice oder bei Messen und Events. Die Bedürfnisse unserer Private Label Kund*innen und Lieferant*innen berücksichtigen wir in partnerschaftlichen Beziehungen und regelmäßigen Gesprächen. Unsere Mitarbeiter*innen sind aktiv durch regelmäßige Umfragen, Gesprächsrunden und ein gut funktionierendes Vorschlagswesen eingebunden. Darüber hinaus gewährleisten verschiedene Interessenvertretungen im Unternehmen ihre Mitwirkung. Auch die anderen Key Stakeholder binden wir eng in unser Handeln ein. Wir befinden uns ebenfalls im ständigen Austausch mit all unseren Lieferant*innen sowie mit Vertreter*innen anderer Unternehmen und der Gesellschaft, z.B. der Stadt Aachen, der Stiftung Nachhaltigkeit Eschweiler, der IHK Aachen und vielen weiteren. So stellen wir die Einbeziehung aller relevanten Stakeholder entlang unserer Wertschöpfungskette sowie in unserem direkten Unternehmensumfeld sicher.

Durch den intensiven Dialog mit unseren Stakeholder*innen erreichen wir:

- Verbesserte Berücksichtigung ihrer Interessen und Bedürfnisse
- Gesteigertes Vertrauen und eine positive Reputation
- Gemeinsame Entwicklung nachhaltiger Lösungen

WESENTLICHKEITSANALYSE FÜR EINE ZUKUNFTSORIENTIERTE AUSRICHTUNG

Welche Themen für die Ausrichtung des Nachhaltigkeitsmanagements und der Berichterstattung besonders wichtig sind, ermittelt die BABOR BEAUTY GROUP regelmäßig in einer Wesentlichkeitsanalyse. Dabei werden sowohl die Sicht der Stakeholder*innen als auch die interne Unternehmensperspektive berücksichtigt.

PLANET, PEOPLE & GOVERNANCE

WESENTLICHKEIT UND NACHHALTIGKEITS-STRATEGIE MIT FOKUS AUF KERNTHEMEN

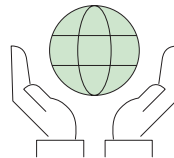
Aus der Wesentlichkeitsanalyse hat sich eine Reihe von Themen ergeben, die neben anderen Bereichen mit höchster Priorität verfolgt werden. Zu nennen sind: Emissionen, Ressourcen, Verbraucher*innen, Vielfalt und Inklusion, Wohlbefinden der Mitarbeiter*innen, Ausbildung und Entwicklung sowie Menschenrechte und Arbeiter*innen in der Wertschöpfungskette.

Im Jahr 2023 ist die Green Agenda in der **CORPORATE STRATEGY** aufgegangen, die die Unternehmensziele bis 2030 festlegt. Die Strategie enthält neben wirtschaftlichen Aspekten und Zielen auch Nachhaltigkeits-Ziele, die über die Green Agenda hinaus gehen und sich auf unsere wesentlichen Themen fokussieren.



Daher sind die entsprechenden Ziele und Maßnahmen in einem separaten Annex Planet und einem Annex People festgehalten und mit Verantwortlichkeiten versehen. Die wesentlichen Themen, die sich auf unsere Lieferkette oder Compliance beziehen, sind bei uns im Feld Governance verankert. Daraus abgeleitet ergeben sich die Kernthemen unseres Corporate Responsibility Framework: PEOPLE, PLANET, GOVERNANCE

UNSERE WESENTLICHE THEMEN



PLANET

- **Dekarbonisierung**
- **Regeneration der Natur**
- **Verpackungen/
Rohstoffe**
- **Vernichtungsquote**
- **Teilhabe**



PEOPLE

- **Employer of Choice**
- **Leadership**
- **Diversity & Fairness**
- **Mitarbeiter*innen-
qualifizierung**
- **Gesundheits-
management**



GOVERNANCE:

- **Compliance und
Menschenrechte**
- **Arbeitende entlang der
Wertschöpfungskette**

BESSER WERDEN MIT SYSTEM

KLUGE KÖPFE UND ABLÄUFE FÜR EIN EFFIZIENTES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT



Nachhaltigkeit wird in der BABOR BEAUTY GROUP als Führungsthema betrachtet. Alle Führungskräfte sind für die übergeordnete Zielerreichung mitverantwortlich. Zusätzlich gibt es für jedes definierte Ziel eine verantwortliche Person, die die zur Einhaltung des Ziels notwendigen Maßnahmen steuert. Darüber hinaus berichtet die gruppenweit agierende Corporate Responsibility (CR) Division direkt und regelmäßig an die Geschäftsführung. Diese CR-Division enthält Verantwortlichkeiten für jedes unserer Kernthemen: PLANET, PEOPLE und GOVERNANCE. So sind Ansprechpartner für die Themen klar definiert, was die strategischen Abläufe erleichtert und die Transparenz innerhalb des Unternehmens erhöht. Um unsere Strategieziele im Bereich Nachhaltigkeit 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 für die jeweiligen Ziele und zum anderen die Geschäftsführung und die Corporate Responsibility Division vertreten. Alle wesentlichen Unternehmensentscheidungen im Bereich Nachhaltigkeit werden unter Einbeziehung des Sustainability Board getroffen. Das Ziel ist die kontinuierliche Verbesserung der strategischen Geschäftsentwicklung im Bereich Nachhaltigkeit.

AUF EINEN BLICK:

UNSERE HANDLUNGSFELDER



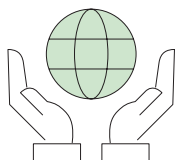
PEOPLE

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.



GOVERNANCE

Als Familienunternehmen denkt und handelt die BABOR BEAUTY GROUP langfristig – sie wirtschaftet nachhaltig, auch im Miteinander: Viele der erfolgreichen Geschäftsbeziehungen bestehen schon seit Jahrzehnten, da das Unternehmen im Austausch mit den Business-to-Business-Partner*innen alles daran setzt, dauerhafte Beziehungen aufzubauen, die auf Vertrauen, Zusammenarbeit und transparenter Kommunikation basieren. Die BABOR BEAUTY GROUP verpflichtet sich zu einem Kodex, der über die Einhaltung von Gesetzen hinaus geht und auch ethische Werte wie Fairness und Nachhaltigkeit umfasst.



PLANET

Die Umwelt zu schützen, ist schon seit Langem Teil der Sustainability-Philosophie der BABOR BEAUTY GROUP. Heute hinterfragt und optimiert ein interdisziplinäres Sustainability Board fortlaufend Prozesse für ein noch nachhaltigeres Arbeiten: von der Beschaffung der Rohstoffe über das Herstellungsverfahren bis zum fertigen Produkt. Alle Packmittel und Rezepturen sollen so nachhaltig und clean wie möglich sein – das ist die Zielvorgabe. Für die Kernmarke BABOR existiert ein ehrgeiziger, cleaner Standard für alle neuen Rezepturen.



WEIL VORAUSGEHEN IN UNSEREN GENEN LIEGT

PLANET

„Der Wille, Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt zu übernehmen, kommt tief aus dem Inneren der von BABOR BEAUTY GROUP“, erklärt Co-CEO Horst Robertz. „Dieser Wille war schon oft seiner Zeit voraus und hat immer mehr bewirkt, als die Gesetze gefordert haben. Heute sind die Probleme global und wir allein können sie nicht beheben. Aber wir können einen Beitrag leisten. Es gibt Lösungen. Und wir werden sie finden. Das ist unsere DNA“. Das Themengebiet Planet enthält folgende Schwerpunkte:

- Dekarbonisierung
- Regeneration der Natur
- Rohstoffe
- Verpackungsmaterialien
- Vernichtungsquote
- Teilhabe
- Mobilitätskonzept
- Gebäude

DEKARBONISIERUNG

Es ist das erklärte Ziel und Verständnis der BABOR BEAUTY GROUP, dass die Reduktion von CO₂-Emissionen immer Vorrang hat vor Kompensation. Emissionen, die derzeit noch nicht zu vermeiden sind, werden über eine Partnerschaft mit Klim kompensiert.

**BIS 2025 SOLL DER EFFEKTIVE
CO₂-FUSSABDRUCK
AUF MAXIMAL 50 % DES WERTES
VON 2019 REDUZIERT WERDEN.**

CO₂-BILANZ

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

Beim CCF sind neben direkten Emissionen wie Fuhrpark, Kältemitteln, Drucksachen, Wasserverbrauch und Dienstreisen auch die Arbeitswege der Mitarbeiter*innen einbezogen. Mithilfe eines digitalen Dashboards wurden die Haupttreiber der Unternehmensemissionen identifiziert und effektive Maßnahmen abgeleitet. Der Kerntreiber des CCF liegt in der Mobilität der Mitarbeiter*innen und ihren täglichen Anfahrtswegen sowie im Fuhrpark und den Geschäftsreisen. Konsequenterweise hat die BABOR BEAUTY GROUP daher ein Mobilitätskonzept entwickelt.

Für die Ermittlung und Senkung der Produktemissionen wird jährlich eine Bilanz durchgeführt und bei jeder Neu- und Weiterentwicklung nach Möglichkeiten gesucht, Emissionen zu reduzieren. Dies gilt sowohl für die Auswahl der Lieferant*innen wie für Inhaltsstoffe und Verpackungsmaterialien.

In den vergangenen Jahren hat die BABOR BEAUTY GROUP ihre CO₂-Emissionen konsequent reduziert. In 2023 wurden neue Scope 3 Kategorien in die Bilanzierung aufgenommen: elektronische Geräte, Gastronomie, Betriebsabfall, Transport zur Abfallentsorgung, Hotelübernachtungen, Bahn, Home-Office und Materialentsorgung. Diese waren zuvor nicht erfasst worden, was eine direkte Vergleichbarkeit erschwert. Wir bilanzieren nach aktuellstem wissenschaftlichen Standard. Deshalb betrachten wir unsere Emissionen inklusive der neuen Kategorien.

**IN 2023 HAT DIE BABOR BEAUTY
GROUP EINE REDUKTION UM
KNAPP 47 % ERREICHT.**

BABOR BEAUTY GROUP

FAHRER, ANMELDUNG
DRIVER REGISTRATION

BEZUGSPUNKT
RECHENWEISE

ACHTUNG
Vorsicht
Bauarbeiten
Bitte nicht auf die Baustelle
fahren. Bitte den Verkehr
sicherstellen.

DIE INTELLIGENTE FABRIK

DAS BABOR BEAUTY CLUSTER

Beim Bau des neuen Produktions- und Logistikzentrums in Eschweiler, dem BABOR BEAUTY CLUSTER, wurden hohe Nachhaltigkeits-Standards angelegt. Alle Gebäudekörper erreichen den Energieeffizienzstandard KfW 40. 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 produziert. Ein Speicher-Cube mit Autobatterien speichert den Strom der Solaranlage, wenn er nicht benötigt wird, um ihn später dem Verbrauch zuzuführen. Die Kapazität dieses Speicher-Cubes entspricht dem täglichen Stromverbrauch von 120 Einfamilienhäusern.

AB 2030 ZIEL SOLL DAS GEBÄUDE KOMPLETT ENERGIEAUTARK ARBEITEN.

In Verbindung mit Wärmepumpen und Wärmerückgewinnung kommt das BABOR BEAUTY CLUSTER zu 97 % ohne fossile Brennstoffe aus. Einzige Ausnahme ist die Ampullenproduktion: Zum Aufschmelzen der Glasphiolen wird hier zurzeit noch Erdgas verwendet. 2024 erfolgt die Umstellung auf die Zukunftstechnologie Wasserstoff. Die Fabrik folgt damit dem „All Electric“-Prinzip. 2023 wurde zudem eine CO₂-Capturing-Anlage getestet. 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 Footprint aus. Als Reaktion auf diese Erkenntnis wurde in der Vergangenheit bereits ein Mobilitätskonzept eingeführt, dessen Ziel die Reduzierung der CO₂-Emissionen ist. Dies führte zu weitreichenden Neuregelungen bei Dienstreisen und Mobilität, die bis heute erfolgreich umgesetzt werden. Die BABOR BEAUTY GROUP fördert Mitarbeiter*innen bei Dienstrad- leasing, 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.

Lediglich aufgrund der derzeit sehr langen Lieferzeit für Elektrofahrzeuge ist sie noch nicht vollständig umgesetzt.

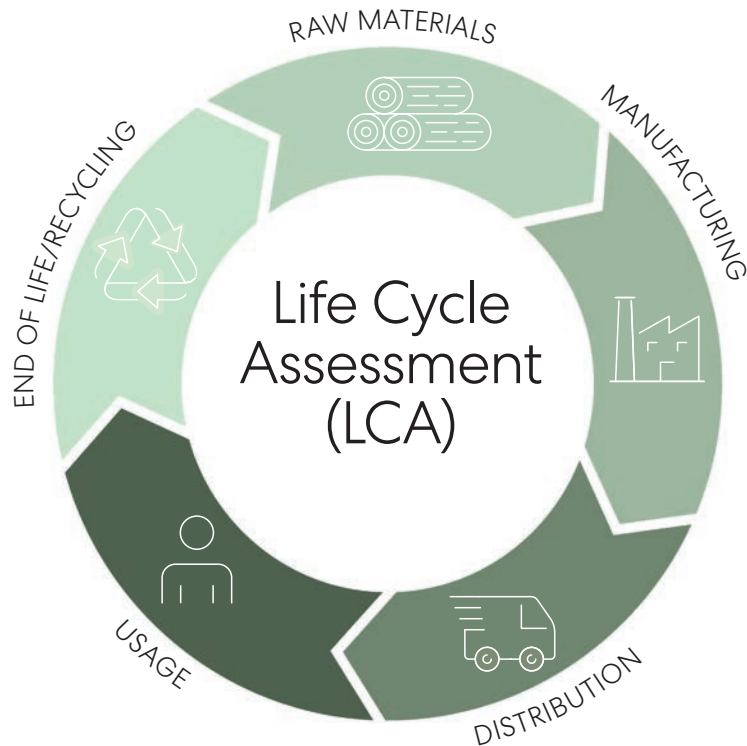
AKTUELL MACHEN E-CARS 60 % DER FAHRZEUGFLOTTE AUS.

Die BABOR BEAUTY GROUP war 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 die BABOR BEAUTY GROUP bereits 2010 Elektrotankstellen am Headquarter, schaffte einen Elektrofirmenwagen für regionale Dienstfahrten an und förderte die E-Mobilität ihrer Mitarbeiter*innen in Kooperation mit dem lokalen Energieversorger. Heute stehen dem Team mehr als 80 kostenlose, mit Ökostrom gespeiste Ladestationen zur Verfügung. Seit Juli 2020 ist die BABOR BEAUTY GROUP Mitglied von EV100, einer Initiative der international agierenden NGO Climate Group. Ziel von EV100 ist es, bis 2030 Elektromobilität zur Normalität werden zu lassen.

REGENERATION DER NATUR

Die BABOR BEAUTY GROUP ist bestrebt, die Auswirkungen ihres Handelns auf die Umwelt zu reduzieren, soweit es geht. Dort wo dies nicht möglich ist, werden geeignete Kompensationsmaßnahmen durchgeführt. Der CO₂-Ausstoß ist nicht die einzige Umweltbelastung, die Unternehmen durch ihre Geschäftstätigkeiten herbeiführen. Um genau zu ermitteln, welche Auswirkungen bestehen, bedient sich BABOR einer Lebenszyklusanalyse. Basierend auf dieser sollen Schritte ermittelt werden, die einen angemessenen Beitrag zur Regeneration der Natur leisten.



LEBENSZYKLUS-ANALYSE

Die Marke BABOR führt kontinuierlich eine umfassende Analyse aller Produkte und Prozesse mittels einer Lebenszyklusanalyse (angelehnt an GHG Scope 1-3) durch. Eine Lebenszyklusanalyse (auch Ökobilanz genannt) beleuchtet die Produkte vom Rohmaterial über Herstellung und Transport bis zur Nutzungsphase und Entsorgung.

NEBEN CO₂-EMISSIONEN WERDEN 13 WEITERE FAKTOREN UNTERSUCHT, DIE FÜR DIE UMWELTVERTRÄGLICHKEIT DER PRODUKTE RELEVANT SIND.

Dazu gehören unter anderem: Eutrophierung von Gewässern, Versauerung der Böden, Ressourcenverbrauch, Landnutzung. Diese tiefgreifende Analyse ermöglicht einen umfassenden Vergleich der Produkte und deckt Optimierungspotenziale auf. Daraus werden Handlungsempfehlungen abgeleitet, die BABOR helfen, die Umweltauswirkungen seiner Produkte konsequent zu reduzieren.

ROHSTOFFE

In der Produktentwicklung spielen Nachhaltigkeitskriterien eine große Rolle. Es geht um Sicherheit – für die Verwender*innen und die Umwelt –, um Wirkung und Transparenz bei den Inhaltsstoffen und Herstellungsprozessen. Die europäische Kosmetikverordnung (EU 1223/2009) regelt wichtige kosmetische Inhaltsstoffe, wie UV-Filter, Konservierungsstoffe oder Farbstoffe, und die Liste der verbotenen Stoffe (Anhang 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 hat das Ziel, bis 2025 alle Skincare Produkte entsprechend eines ambitionierten Clean Standards zu produzieren – also eine cleane Formulierung –, 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. Bedacht werden muss, dass auch synthetische Inhaltsstoffe nachhaltig und natürliche Inhaltsstoffe umweltbelastend sein können. BABOR verpflichtet sich, nur Inhaltsstoffe zu verwenden, die einen gesunden Hautzustand fördern und die Integrität und Wirksamkeit der Formulierungen unterstützen.

Der Clean Standard besagt, dass die Produkte frei sein müssen von Mikroplastik – nicht nur von Mikroplastikpartikeln, sondern auch von synthetischen Polymeren. Außerdem sollen sie, wenn technisch möglich, frei von Silikonen, Parabenen, PEGs, Mineralölen, Sulfaten (SLS und SLES), nicht-zertifizierten Palm(kern)öl Derivaten und synthetischen Farbstoffen sein. Seit 2019 ist das Unternehmen RSPO-zertifiziert und bezieht seitdem RSPO-zertifizierte Palm(kern)öl-Derivate.

2023 ENTSPRECHEN 47 % ALLER
BABOR PRODUKTE
DEM CLEANEN STANDARD.
IN 2025 SOLLEN ES 100 % SEIN.

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 Tierversuche einzuführen.



15 % BIOGEN PLANT EXTRACT
THE CURE CREAM

DOCTOR
BABOR

VERPACKUNGSMATERIALIEN

Bis 2030 sollen 100 % der in BABOR-Produkte einfließenden Materialien rückverfolgbar sein. Dadurch wird sichergestellt, dass alle Komponenten von nachhaltig wirtschaftenden Lieferant*innen stammen.

2023 WAREN BEREITS 75 % ALLER VERPACKUNGSMATERIALIEN DER MARKE BABOR RECYCLINGFÄHIG.

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

DAS GESAMTE UNTERNEHMEN HAT DAS ZIEL BIS SPÄTESTENS 2030 EINE QUOTE VON 95 % ZU ERREICHEN.

Der anfallende Abfall wird auf sehr kleinteiliger Ebene getrennt und von einem zertifizierten Abfallentsorgungsbetrieb recycelt, um die Abfallmengen so gering wie möglich zu halten. Die Beipackzettel der Produkte wurden aus dem Sortiment gestrichen und von QR-Codes abgelöst. Diese Maßnahme allein führt zu einer Materialreduktion von fast vier Tonnen Papier pro Jahr. Die BABOR BEAUTY GROUP verfolgt das Ziel des abfallfreien Betriebs: Betriebsbedingt nicht mehr einsatzfähige Wertstoffe (Papier, Pappe, Kunststoffe, Metall) werden ab 2030

ausnahmslos einem vollständigen Recycling zugeführt.

VERNICHTUNGSQUOTE

In Bezug auf unsere Vernichtungsquote haben wir uns ein sehr ambitioniertes Ziel gesetzt. Die BABOR BEAUTY GROUP senkt die Vernichtungsquote von Restanten, Packmitteln und/oder Fertigprodukten bis 2030 um 10% pro Jahr.

TEILHABE

Die BABOR BEAUTY GROUP geht Nachhaltigkeit transparent und gemeinsam mit ihren Stakeholdern an. Deshalb haben wir uns Ziele für die Teilhabe unserer Mitarbeiter*innen und Stakeholder*innen gesetzt. Wir beziehen unsere Belegschaft auf allen Ebenen ein und sorgen für maximale Partizipation. Interne und externe Stakeholder binden wir eng in unser Handeln mit ein.

AUTARKIE

Bei der Energieversorgung ihrer Gebäuden strebt die BABOR BEAUTY GROUP einen maximal hohen Autarkiegrad an, Eigenproduktion von Energie hat Vorrang vor Kauf. Dank Ökostrom, Photovoltaik und Ökoerdgas ist die Produktion am Headquarter in Aachen schon seit 2014 emissionsarm. Die großflächige Installation von Photovoltaikanlagen auf den Dächern des Headquartiers sowie des BABOR BEAUTY CLUSTERS ermöglicht seit 2023 eine Produktion von über 1.100.000 kWh Strom pro Jahr – das entspricht dem Jahresverbrauch von mehr als 300 Haushalten.



BAUMHOCH MOTIVIERT

BABOR WALD

Die BABOR BEAUTY GROUP betreibt ein eigenes Forstprojekt, den BABOR Wald. Seit Oktober 2020 entsteht dieser in der Eifel, der Mittelgebirgsregion ganz in der Nähe des Aachener Hauptsitzes. Auf einer Fläche von 10 Hektar wachsen hier Bäume in den Himmel.

AM ENDE WERDEN ES RUND 30.000 SEIN,
BISHER KONNTEN 26.700
HEIMISCHE BÄUME GEPFLANZT WERDEN.

Jedes Jahr findet im BABOR Wald eine Baumpflanzaktion statt. Auch 2023 haben sich viele Mitarbeiter*innen der BABOR BEAUTY GROUP mit ihren Familien beteiligt. Die Gruppe war hoch motiviert und es wurde ein neuer Rekord aufgestellt: Mehr als 350 Bäume wurden gepflanzt und die gelungene Aktion bei einem gemeinsamen Abschlussessen gefeiert.

SEIT MITTE APRIL 2020 HABEN
ACHT BIENENVÖLKER NICHT WEIT VOM
HEADQUARTER EIN NEUES ZUHAUSE
GEFUNDEN

BE(E) BABOR

Erfreuliche Wendung einer Geschichte, die vor mehr als 15 Jahren beginnt, als die BABOR BEAUTY GROUP in der Eifel einen wertvollen Rohstoff ernten wollte: Elsbeeren. Von allen heimischen Früchten haben diese den höchsten Vitamin-C-Gehalt. Ein perfekter Wirkstofflieferant für die Expertenhautpflege der Marke BABOR. Da Elsbeeren selten sind, sollten die Bestände geschützt und die Extrakte auf einer Plantage geerntet werden. Im Laufe der Jahre gelang es dank einer Kooperation mit dem Fraunhofer Institut, die wertvollen Inhaltsstoffe mithilfe von Pflanzen-Stammzelltechnologie im Labor zu gewinnen. Der Baumbestand in der Eifel und seine Früchte wurden nicht mehr als Rohstofflieferant benötigt. Im Jahr 2020 machte die BABOR

BEAUTY GROUP aus der Elsbeer-Plantage ein Bioreservat. Kurz darauf wurde das Reservat zur Heimat der Bienen, die heute sichtbares Symbol für eine nachhaltige Kosmetikproduktion sind, die die Biodiversität unseres Planeten schützt. Im Jahr 2023 konnten 133kg Honig gewonnen werden, ein Teil davon (1.050 Gläser) wurde am Weltbienentag an die Mitarbeiter*innen verteilt. Der Honig ist ein Nebenprodukt der Bestäubungsarbeit, die die lokale Biosphäre erhält..





BABOR
BEAUTY
GROUP

BABOR
BEAUTY
GROUP

BABOR
BEAUTY
GROUP

MIT DER POWER DES VOLLEN POTENZIALS

„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 Co-CEO Stefan Kehr.

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, eine moderne Arbeitsplatzeinrichtung sowie ein professionelles Arbeitssicherheits- und Gesundheitsmanagement. Die mentale und physische Gesundheit der Mitarbeiter*innen ist uns wichtig. Der gleiche Grundsatz gilt im BABOR BEAUTY CLUSTER, dem neuen Produktions- und Logistikzentrum des Unternehmens. Die BABOR BEAUTY GROUP ist Vorreiterin einer modernen, leistungsstarken Arbeits- und Teamkultur. Ziel ist es, das Engagement der Mitarbeiter*innen messbar zu steigern und sicherzustellen, dass alle mit der vollen Unterstützung unserer Führungskräfte die Möglichkeit haben, ihr Potenzial zu entfalten.

Das Themengebiet People enthält folgende Schwerpunkte:

- Employer of Choice
- Mitarbeiter*innenqualifizierung
- Leadership
- Gesundheitsmanagement
- Verbraucher und Endnutzer
- Corporate Citizenship

EMPLOYER OF CHOICE

Die Mitarbeiter*innen sind das Herz des Unternehmens. Deshalb bietet die BABOR BEAUTY GROUP ihren Mitarbeiter*innen ein Bündel von arbeitsbezogenen Leistungen: Qualifikationsangebote, gezielte Trainings, interne Programme, Workshops und Schulungen. 2023 wurde eine Benchmark-basierte Mitarbeiter*innenbefragung durchgeführt. Als Grundlage für die Steigerung der Attraktivität des Unternehmens, soll diese regelmäßig gemessen werden.

MITARBEITER*INNEN-QUALIFIZIERUNG

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 2023 256 externe und 512 interne Weiterbildungen und Schulungen stattgefunden.

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

Die Führungskräfte der BABOR BEAUTY GROUP 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, fördern und fordern Leistung, Teamgeist und Innovation und geben Raum für eigenverantwortliche Kollaboration. Auf ihre anspruchsvolle Aufgabe bereitet die BABOR BEAUTY GROUP Führungskräfte gezielt vor. Alle Führungskräfte durchlaufen ab 2024 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 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 mehrere 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

Arbeits sicherheitsausschuss, in dem die Betriebsleitung, die Fachkraft für Arbeitssicherheit, der Betriebsarzt und der Betriebsrat vertreten sind und zusätzlich je nach Erforderlichkeit weitere Sicherheitsbeauftragte, Führungs- und Fachkräfte hinzugezogen werden. Außerdem gibt es einen interdisziplinär besetzten, betrieblichen Gesundheitsmanagement-Zirkel, der die unternehmensweiten Gesundheitsprojekte bündelt und steuert.

VERBRAUCHER UND ENDNUTZER

Die Zufriedenheit unserer Kund*innen und Endnutzer*innen hat für uns höchste Priorität. Wir binden ihre Wünsche und Ansprüche eng in die Produktentwicklung ein. Vertrauen und das stets eingehaltene Qualitätsversprechen sind essentielle Werte der BABOR BEAUTY GROUP. Kund*innen, die mit unseren Produkten zufrieden sind, sind die besten Botschafter*innen dafür. Ihre oftmals jahrzehntelange Marken-Treue wissen wir überaus zu schätzen.





CORPORATE CITIZENSHIP

Das Konzept der Corporate Citizenship unterstreicht das freiwillige soziale Engagement der Mitarbeiter*innen und die gesellschaftliche Verantwortung der BABOR BEAUTY GROUP. Unser gemeinsames Ziel besteht darin, mit der unternehmerischen Tätigkeit einen positiven Beitrag für die Gesellschaft zu leisten und die Zukunft zu gestalten. Corporate Citizenship bezieht sich auf drei Grundsätze:

- Corporate Volunteering
- Corporate Giving
- Diversity, Equity & Inclusion

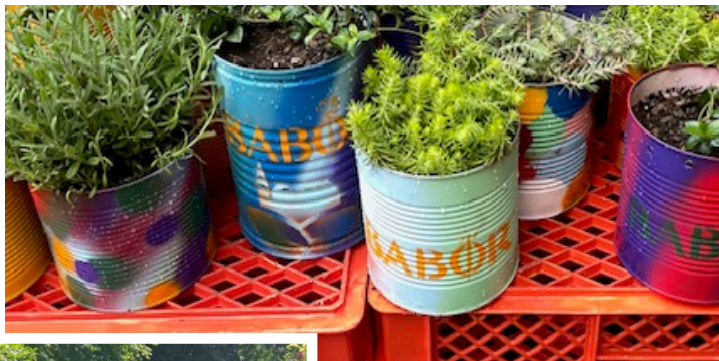


CORPORATE VOLUNTEERING

Die BABOR BEAUTY GROUP will die Gesellschaft positiv beeinflussen und zukunftsfähig gestalten. „Think global, act local. Als internationales, schnell wachsendes Unternehmen sind uns unsere Wurzeln extrem wichtig. Wir sind uns der gesellschaftlichen Verantwortung in der Region bewusst – als Arbeitgeber und darüber hinaus“, erklärt Co-CEO Tim Waller.

Die BABOR BEAUTY GROUP arbeitet mit ausgewählten Partner*innen zusammen und unterstützt deren Projekte. Darüber hinaus engagieren sich die Mitarbeiter*innen mit ihren Fähigkeiten und ihrer Zeit in eigenen nachhaltigen und sozialen Unternehmensprojekten. Damit tragen wir zu Wohlstand und besserer Entwicklung in der Gesellschaft bei. Ab 2024 wird das Thema „gesellschaftliches Engagement“ im Rahmen eines international aufgesetzten Konzepts weiterentwickelt.

Die BABOR BEAUTY GROUP ist mit ihrer Heimat Aachen eng verbunden. Nicht nur weil das Unternehmen hier wertvolle Partnerschaften hat, wie beispielsweise mit der RWTH Aachen University, sondern auch weil sich die Firmengruppe ihrer Verantwortung bewusst ist – als wichtiger Arbeitgeber und als Teil der Gesellschaft. Hier ein kleiner Einblick in aktuelle Projekte und Aktionen, die im Jahr 2023 erneut stattgefunden haben:



Beim Volunteer Day unterstützen die Mitarbeiter*innen aktiv verschiedene gemeinnützige Projekte. Im Jahr 2023 fanden 8 Projekte statt, an denen die Mitarbeiter*innen des Unternehmens und die Mitglieder der einzelnen Stiftungen beteiligt waren:

- Verschönerung des Außengeländes gemeinsam mit dem Zentrum für soziale Arbeit
- Neue Gartengestaltung für die Wohngruppen Maria im Tamm
- Besuch von Gästen und Angehörigen im Hospiz Haus Hörn
- Magischer Sommernachmittag im gemütlichen Innenhof im Hospiz am Ilerbach
- Upcycling-Workshop mit der Caritas Aachen: Blumenkonfetti für das Projekt „Querbeet“
- Unterhaltsamer Kinotag für Kinder und Familien aus Unterkünften für Geflüchtete
- Radunterstand für die stationäre Einrichtung „Don-Bosco-Haus“
- Beautyday mit den Feuer-vögeln: Anleitung zu Technik, Produkt- und Farbauswahl

PLOGGING

Die BABOR BEAUTY GROUP ging 2023 rund um den World Earth Day „ploggen“. Das Ziel war, 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.. In etwas mehr als einer Stunde wurden von den Teilnehmer*innen rund 250kg Müll gesammelt! Im Vergleich dazu: In 2022 waren es rund 70kg Müll.

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.

STIPENDIUM SÜDAFRIKA

Seit Beginn der Unternehmensgeschichte stehen bei BABOR Frauen im Fokus: die Unternehmerinnen in ihren Instituten und deren Kundinnen. Daher ist Women's Empowerment Teil unserer Philosophie, innerhalb des Unternehmens und bei externen Initiativen. Im Jahr 2020 hat die BABOR BEAUTY GROUP ein Stipendiaten-Programm ins Leben gerufen, das jungen Frauen die Möglichkeit geben soll, ihr ganzes Potenzial zu entfalten. Das Unternehmen unterstützt die Ausbildung zum CIDESCO Beauty Therapy Diploma an einer Schule in Südafrika. Das Programm geht ab 2024 in das NRW Talente Programm über.

NRW TALENTE

Ab 2024 fördert BABOR die NRW Talente, ein Schüler*innenstipendienprogramm in der Region Aachen, das talentierte Schülerinnen und Schüler ab der 8. Klasse mit praktischen Angeboten, regelmäßiger Beratung und Unterstützung sowie individueller Talentförderung begleitet. Das Programm fördert Jugendliche aus weniger privilegierten Verhältnissen und aus Familien ohne akademische Erfahrung, die motiviert sind und sich weiterentwickeln möchten. Engagement, Talent und Leistungsbereitschaft sollen sich unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion sowie Bildungsbiographie und Einkommen der Eltern entfalten und

unsere Gesellschaft bereichern. NRWtalente leistet hier einen Beitrag und unterstützt die Stipendiatinnen und Stipendiaten dabei, ihr Potenzial und ihr Talent zu entdecken, bestmöglich zu entfalten und ihren eigenen Weg erfolgreich zu gestalten.

Das Programm wird von der FH Aachen und der RWTH Aachen durchgeführt und maßgeblich finanziert vom Ministerium für Schule und Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen. In dieser Form in Deutschland einmalig, läuft es bereits seit 2016 erfolgreich im Ruhrgebiet und wird dort dauerhaft vom Land NRW gefördert.

Die BABOR BEAUTY GROUP unterstützt zwei Stipendiatinnen mit Migrationshintergrund (3.000 € insgesamt). Wir zeigen engagierten jungen Menschen unser Unternehmen und das BABOR BEAUTY CLUSTER und ermöglichen ihnen, interessante Kenntnisse zu gewinnen und neue Netzwerke aufzubauen. Die Spende kommt zu 100 % den Stipendiat*innen zu Gute und wird ausschließlich für das Bildungsprogramm und die bildungsbezogene materielle Förderung verwendet.

WEITERE AKTIONEN

NRWTalente

„Das Stipendium hat mir neue Erfahrungen geschenkt und neue Möglichkeiten aufgezeigt. Zusammen mit anderen in Workshops oder auf Exkursionen, zum Beispiel nach Paris, habe ich meinen Horizont erweitern können und zudem tolle Menschen kennenlernen dürfen. Ohne das Stipendium hätte ich das niemals erlebt.“

(Hannah, 8. Klasse)

<https://www.nrwtalente-regionaachen.de/>

WEITERE AKTIONEN

BABOR ROSE

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.

ZENTRUM FÜR SOZIALE ARBEIT

Seit mehr als 30 Jahren unterstützt die BABOR BEAUTY GROUP das Zentrum für soziale Arbeit in Aachen und ist ihm partnerschaftlich verbunden. Das Zentrum ist ein Netz von ineinander greifenden 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 jährlichen vorweihnachtlichen Spende in Höhe von 10.000 Euro und steht ihm darüber hinaus mit pragmatischen Hilfen zur Seite.





MENSCHEN DREIFACH STÄRKEN

Diversity, Equity & Inclusion (DE&I) sind nur in Kombination wirkungsvoll. Dabei sind Equity und Inclusion keine automatischen Folgen von Diversity, sondern drei sich gegenseitig bestärkende Prinzipien. Ein Unternehmen sollte, erstens, eine diverse Belegschaft haben, zweitens allen Zugang zu den gleichen Chancen bieten und, drittens, ein Gefühl von Zugehörigkeit unter den Mitarbeiter*innen stiften.

DIE DREI FELDER IM ÜBERBLICK:

DIVERSITY bezeichnet das Zulassen und Fördern von sichtbaren und unsichtbaren Unterschieden mit dem Ziel, vielfältige Denkweisen und Perspektiven abzubilden.

EQUITY (Gerechtigkeit) steht für den Zugang zu gleichen Chancen und das Abbauen von Barrieren, die diesen Zugang verwehren. Das Ziel besteht darin, Normen & Praktiken so zu gestalten, dass die persönliche Identität keinen Einfluss auf Chancen oder Ergebnisse hat.

INCLUSION meint alle Maßnahmen, die ein Gefühl von Zugehörigkeit und psychologischer Sicherheit schaffen, und zielt auf eine Unternehmenskultur ab, die Mitarbeiter*innen befähigt, ihr volles Potenzial zu entfalten.

WARUM DE&I FÜR DIE BABOR

BEAUTY GROUP WICHTIG IST Die BABOR BEAUTY GROUP ist überzeugt, dass die Vielfalt von Meinungen und Ideen ein entscheidender Erfolgsfaktor für die Entwicklung des Unternehmens ist, und legt großen Wert auf Diversität von Geschlecht, Alter, Herkunft etc. ihrer Mitarbeiter*innen. Aktiv voran getrieben wird das Thema durch die Schaffung einer Stelle im CR-Team für den Fokusbereich

PEOPLE. DE&I-Workshops mit Geschäftsführung, Personalleitung, CR, interne Expert*innen und renommierten Partnern (ACI Consulting) machen den Status quo erkennbar und helfen, weitere Schritte und Benchmarks zu definieren. Im ersten Schritt liegt der Fokus der Aktivitäten auf Geschlecht, Nationalität und Alter.

DER FRAUENANTEIL IM UNTERNEHMEN BETRÄGT AKTUELL 63 %, IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN 49 %.

(Gemäß ESRS: Führungskräfte mit disziplinarischer Führungsverantwortung)

WHAT'S NEXT?

BLICK IN DIE ZUKUNFT BIS 2025

- Schaffung eines regelmäßig tagenden Impulsgeber*innen-formats, um DE&I im Unternehmen zu verankern und relevante Handlungsfelder zu identifizieren
- Genderneutrale Sprache im Unternehmen etablieren
- Globales Reporting für alle Diversity-KPIs (Geschlecht, Alter, Soziale Herkunft, Nationalität, Ethnische Herkunft, Religion & Weltanschauung, Behinderung, Sexuelle Orientierung)
- DE&I in das Leadership-Konzept integrieren, um Führungskräfte für das Thema zu sensibilisieren
- Organisatorisch etablierte Kontakt-Möglichkeiten für Eltern während der Elternzeit, um den Wiedereinstieg ins Unternehmen zu erleichtern



GOVERNANCE

„Vertrauen ist unsere oberste Priorität. Wir stehen als unabhängiges Familienunternehmen mit unserem Namen für die Handlungen unseres Hauses und bauen gute, verlässliche Beziehungen mit unserem Umfeld auf“, sagt Isabel Bonacker, Mitinhaberin der BABOR BEAUTY GROUP. Das Unternehmen pflegt mit seinen Partner*innen, Zulieferer*innen und Kund*innen einen Umgang, der klar, respektvoll und vertrauensvoll ist. Alles zielt darauf, gemeinsam partnerschaftlich und nachhaltig zu wachsen.

Das Themengebiet Governance enthält die beiden Schwerpunkte:

- Compliance und Menschenrechte
- Arbeiter*innen entlang der Wertschöpfungskette

COMPLIANCE UND MENSCHENRECHTE

Die BABOR BEAUTY GROUP legt stets Wert auf das Vertrauen und das Wohlergehen all ihrer Stakeholder*innen und respektiert die Einhaltung der bestehenden Gesetze und Vorschriften.

DESHALB WURDE EIN VERBINDLICHER VERHALTENSKODEX ENTWICKELT, DER ALS RICHTLINIE FÜR MITARBEITER*INNEN UND ANDERE GESCHÄFTSPARTNER*INNEN DIENT.

In Zusammenarbeit mit dem externen Compliance-Beauftragten entwickelte und implementierte das Unternehmen ein Compliance-Management-System, das auf die relevanten Themen fokussiert ist. Darüber hinaus ist ein Beschwerdeverfahren intern sowie auf der Webseite verlinkt, durch welches Hinweise bezüglich Menschenrechtsverletzungen,

Korruption oder anderer Compliance-Verstöße gemeldet werden können. Das Beschwerdeverfahren (ausschließlich für Compliance-Verstöße) ist hier zu finden: <https://babor-beauty-group.com/compliance-regelungen/>

ARBEITENDE ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Für die Lieferant*innen der BABOR BEAUTY GROUP gilt ebenfalls ein Verhaltenskodex, in dem alle Erwartungen, die das Unternehmen an sie stellt, 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 Korruptionsprävention. Das Befolgen des Kodex wird sicher gestellt, indem alle Lieferant*innen im Rahmen einer Lieferant*innenselbstauskunft geprüft werden. Inhalte der verbindlichen Lieferant*innenauskunft sind unter anderem die DIN ISO 9001:2008; 2015 und die Einhaltung des internationalen sozialen Standards SA8000. Darüber hinaus führt die BABOR BEAUTY GROUP regelmäßig eine externe Risikoanalyse mit dem Tool PREWAVE durch, um Verletzungen des Lieferant*innenkodex rechtzeitig zu erkennen und entsprechende Maßnahmen einzuleiten.

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

- Kosmetik-GMP ISO 22716
- IFS-HPC-Zertifizierung
- Energie-Audit gem. DIN EN 16247
- ISO 9001
- IFS Broker



ÜBER DIESEN BERICHT

Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht gibt die BABOR BEAUTY GROUP einen Einblick in ihre Überzeugungen, ihr Handeln und ihre Zukunftsvision. Wir möchten Kund*innen, Partner*innen, Lieferant*innen, Mitarbeiter*innen und die Öffentlichkeit darüber informieren, wie die BABOR BEAUTY GROUP geführt wird, welche Prinzipien und Grundsätze uns dabei leiten und wie wir das Thema Nachhaltigkeit vorantreiben. Transparenz und Ehrlichkeit haben hierbei höchste Priorität. Wir bemühen uns in allen Belangen um eine enge Einbindung interner und externer Interessengruppen. Seit 2018 veröffentlichen wir unseren Nachhaltigkeitsbericht und informieren auf diese Weise über unser Engagement in den drei Säulen der Nachhaltigkeit

sowie über unsere Ziele und künftigen Maßnahmen. Als globales Kosmetikunternehmen entwickelt die BABOR BEAUTY GROUP Nachhaltigkeit auf allen Ebenen weiter. Ein strukturierter und einheitlicher Ansatz ist unerlässlich, um die hoch gesteckten Ziele im Sinne einer für alle Menschen lebenswerten Zukunft zu erreichen. Dieser Bericht bezieht sich auf den Zeitraum vom 01.01.2023 bis zum 31.12.2023 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.

DANKESCHÖN!

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. Haben Sie Wünsche, Anregungen oder Kritik? Schreiben Sie uns, wir freuen uns, von Ihnen zu hören! E-Mail: sustainability@babor.de

HERAUSGEBER: Dr. Babor GmbH & Co. KG · Neuenhofstraße 180 · 52078 Aachen · babor-beauty-group.com
KOORDINATION UND KONZEPTION: Christoph Vormstein (Corporate Responsibility),
Eva Spiertz (Corporate Communication) **TEXT:** Dr. Christian Kortmann
GESTALTUNG UND ARTDIRECTION: Burcu Altay (Design & Content Creation) **FOTOS:** BABOR, Unsplash, Freepik

ANHANG

LEISTUNGSINDIKATOREN GRI

Bitte beachten: Aufgrund der nahenden Nachhaltigkeits-Berichtspflicht im Sinne der Corporate Sustainability Reporting Directive verändert sich ab diesem Jahr bei einigen Statistiken die Berechnungslogik. Wir bemühen uns bestmögliche Vergleichbarkeit mit den Vorjahren.

UMWELT

LEISTUNGSINDIKATOR GRI 301-1: EINGESETZTE MATERIALIEN

Durch bessere Zuordnung von Einsatzmengen in 2023 hat eine deutliche Präzisierung stattgefunden.

Rohstoffe in kg	2021	2022	2023
Gesamtrohstoffe	1.110.016	1.265.497	608.291
Verpackung in kg	2021	2022	2023
Glas	1.013.418	1.358.342	270.294
Papier/Pappe/Karton	1.744.780	2.224.456	457.606
Aluminium	12.525	14.400	41.052
Kunststoffe	829.312	1.351.616	154.327
sonstige Verbunde	310.593	230.121	31.392
Weißblech	6.618	1.687	79
Packstoffe auf biol. Basis	115.901	24.340	0
Gesamt	4.033.148	5.204.963	1.563.046 (aufgerundet)

LEISTUNGSINDIKATOREN GRI 302-1: ENERGIEVERBRAUCH

Energie in MWh	2020	2021	2022	2023
Strom	2.762	3.107	3.142	2.854
davon regenerativer Strom aus Fremdbezug	2.621	2.834	2.878	2.572
davon selbst gewonnene erneuerbare Energie	31	32	34	34
davon selbst gewonnene Energie aus Blockheizkraftwerk	110	241	230	282
Gas	2.949	2.739	2.597	2.761
davon vorkompensiert Gas	2.949	2.739	2.597	0*
Treibstoff	1.465	1.230	1.511	831
Gesamt	7.176	7.076	7.250	6.447

*Aufgrund der Gaskrise in 2022 hatten wir keine Möglichkeit, kompensiertes Ökogas für 2023 zu beschaffen

LEISTUNGSINDIKATOR GRI 303-3: **WASSERENTNAHME**

	2020	2021	2022	2023
Wasser in m ³	16515	18.489	21.015	24.785

LEISTUNGSINDIKATOR GRI 306-3: **ANGEFALLENER ABFALL**

Die Struktur der Abfalldaten unterscheidet sich vom letzten Bericht, da wir nach der Klassifizierung der CRSD-Daten gehen. So schaffen wir eine einheitliche Struktur zur Datenerhebung für Abfall.

Wertstoffe in kg	2023
gefährlicher Abfälle durch Recycling vermieden	1.988
gefährlicher Abfälle durch andere Verwertungsverfahren vermieden	424
nicht-gefährlicher Abfälle durch Recycling vermieden	434.550
nicht-gefährlicher Abfälle, die verbrannt wurden	277.175
Gesamtmenge an erzeugtem Abfall	714.137
Gesamtmenge an entsorgten Abfällen	714.137

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

Jahr	2022	2023 (inkl. neuer Kategorien*)	2023 (Kategorien analog 2018)
Gesamtmenge	6069	5426,8	4901,66
bereits vorkompensiert	1077	1542,9	1542,9
Kompensationsmenge inkl 10% Sicherheitsaufschlag	5521	4272,3	3694,6
Prozentuale Zielerreichung (-4.000t)	31%	47%	54%

*neue Scope 3 Emissionskategorien werden gem. Reporting Standard seit 2023 zusätzlich berichtet: elektronische Geräte, Gastronomie, Betriebsabfall, Transport zur Abfallentsorgung, Hotelübernachtungen, Bahn, Home-Office und Materialentsorgung

NATIONALITÄT

Bereich	Deutsch	Europa	Non-Europa
Logistik	71%	13%	16%
Betrieb	65%	28%	7%
Verwaltung	92%	7%	1%
Gesamt	82%	14%	4%

Arbeitsunfälle*

Mitarbeiter*innen	Anzahl Arbeitsunfälle	Anzahl Wegeunfälle	Anzahl Unfälle gesamt	Anzahl Ausfalltage gesamt
nicht meldepflichtig	12	3	15	18
meldepflichtig	9	7	16	89
Fremdmitarbeiter*innen	Anzahl Arbeitsunfälle	Anzahl Wegeunfälle	Anzahl Unfälle gesamt	Anzahl Ausfalltage gesamt
nicht meldepflichtig	4	0	4	6
meldepflichtig	2	0	2	11

* alle Zahlen bezogen auf 2023 (929 eigene Mitarbeiter*innen)

LEISTUNGSINDIKATOR GRI 404-I: **STUNDENZAHL DER AUS- UND WEITERBILDUNGEN**

Insgesamt haben 2023 256 externe und 512 interne Weiterbildungen/Schulungen stattgefunden. Durchschnittlich hat jeder und jede Mitarbeiter*innen in 2023 an ungefähr 0,97 Schulungen teilgenommen.

Aus- und Weiterbildungen/Schulungen	2022	2023
Externe	192	256
Interne	482	512
Schulungen pro Mitarbeiter*innen	0,9	0,97

CHANCENGERECHTIGKEIT

Frauenanteil 63 %, in Führungspositionen 49 %.

(gemäß ESRS: Führungskräfte mit disziplinarischer Führungsverantwortung)

LEISTUNGSINDIKATOR GRI 405-I: **DIVERSITÄT**

Diversität 2023

	Anzahl Personen	Quote in %
Damen unter 30 J.	160	69%
Herren unter 30 J.	71	31%
Gesamt	231	
Damen 30 – 50 J.	306	64%
Herren 30 – 50 J.	171	36%
Gesamt	477	
Damen über 50 J.	127	56%
Herren über 50 J.	97	44%
Gesamt	221	



Dr. Babor GmbH & Co. KG

Neuenhofstraße 180
D-52078 Aachen
Telefon: +49 (0) 241 / 5296-0

www.babor-beauty-group.com
sustainability@babor.de

**BABOR
BEAUTY
GROUP**