

BABOR BEAUTY GROUP

Deutsches Familienunternehmen entwickelt sich zum Global Player

- Mittelständler mit besten Zukunftsaussichten
- Neues Produktions-Cluster: größte Investition in der Unternehmensgeschichte
- Im Fokus: Diversifizierung und globales Wachstum

Die BABOR BEAUTY GROUP ist ein inhabergeführtes, deutsches Familienunternehmen und entwickelt sich zu einem Global Player in der Kosmetikindustrie. Mit 70 Jahren Expertise entwickelt die BABOR BEAUTY GROUP individuelle Hautpflege für jeden Anspruch. Geforscht, entwickelt und produziert wird fast ausschließlich in Deutschland. Herzstück des Erfolges ist die Marke BABOR. Sie steht für „Expert Skincare. Made in Germany“ und ist laut einer Studie von Kline aus dem Jahr 2025 die Nr. 1 Profi-Hautpflege in der Europäischen Union. Traditionell vor allem in exzellenten Kosmetikinstitute vertreten, verfolgt BABOR seit einigen Jahren eine balancierte Multichannel-Expansionsstrategie: E-Commerce und Retail-Partnerschaften ergänzen die Vertriebskanäle im Kosmetikinstitut, Med- und Hotel-Spa. Im Jahr 2023 wurde außerdem die Marke geschärft – mit neuem Claim und angepasstem Logo ist sie klar im Premiumsegment positioniert. Neben der eigenen Flaggship-Marke gehören zum Portfolio der BABOR BEAUTY GROUP außerdem Private Label. Mehrere spezialisierte Units entwickeln diese Marken für namhafte Kunden weltweit, darunter Dermatologen, Handelsmarken, Retailer oder Celebrities. Die BABOR BEAUTY GROUP beschäftigt weltweit über 1000 Mitarbeiter*innen. Die Marken sind in 70 Ländern durch Distributoren oder Tochterunternehmen vertreten.

Neue Produktionsstätte als Leuchtturmprojekt

Im Jahr 2023 eröffnete die BABOR BEAUTY GROUP 20 Kilometer vom Hauptsitz in Aachen entfernt ein neues Produktions- und Logistikcluster. „Mit unserer neuen Produktionsstätte, dem BABOR BEAUTY CLUSTER, schaffen wir die Produktionskapazitäten für weiteres Wachstum“, so Mitinhaberin Isabel Bonacker. „Gleichzeitig möchten wir Mitarbeiter*innen perfekte Arbeitsbedingungen bieten, unsere nachhaltige Philosophie leben und ein Statement für Wertschöpfung in Deutschland setzen.“ In das Projekt investierte die BABOR BEAUTY GROUP mehr als 60 Millionen Euro und verdreifachte seine Unternehmensfläche. Das BABOR BEAUTY CLUSTER arbeitet nach höchsten Nachhaltigkeitsstandards: als „All-Electric-Factory“ arbeitet es quasi fossil-frei – einzige Ausnahme sind kleine Mengen

Dr. Babor GmbH & Co. KG · Neuenhofstr. 180 · 52078 Aachen
Eva Spiertz · Corporate Communication Manager · Tel.: 0241/5296-598 · Fax: 0241/5296-6598
Email: eva.spiertz@babor.de · www.babor-beauty-group.com

**BABOR
BEAUTY
GROUP**

Erdgas, die in den Spezialmaschinen zur Ampullen-Produktion zum Einsatz kommen. Ziel ist, dass das Werk ab 2030 energieautark arbeitet. Im Jahr 2024 investierte das Unternehmen zudem in die Erweiterung des R&D Labors am Headquarter. Es ist eines von fünf Laboren der Unternehmensgruppe und diese tiefe Wertschöpfungskette ein zentrales Alleinstellungsmerkmal der BABOR BEAUTY GROUP.

Von der Niche-Brand zum internationalen Unternehmen

1956 entwickelte der Chemiker Dr. Michael Babor in einer Küche in Köln das erste Babor Produkt und legte damit den Grundstein für das Unternehmen. Die Unternehmerfamilie Vossen entdeckte das Start-up und stieg 1962 bei „Dr. B. bio-medizinische Kosmetik“ ein. Dr. Leo Vossen machte aus der Idee des Wissenschaftlers eine weltweite Marke und holte die Firma nach Aachen. Die Tochter Jutta ging nach Wien, um dort eine kaufmännische und kosmetische Ausbildung zu absolvieren. Mit diesem Know-how stieg sie in die Firma ein. Im Jahr 2000 wird sie Verwaltungsratsvorsitzende. Gemeinsam mit ihrem Bruder Dr. Leo P. Vossen führt sie das Unternehmen ins neue Jahrtausend und begleitet den Start ins digitale Zeitalter. Im Jahr 2013 steigen Dr. Martin Grablowitz, Sohn von Jutta Kleine-Tebbe, und Isabel Bonacker, Tochter von Leo P. Vossen, in den Verwaltungsrat ein. Im Jahr 2014 übernimmt die dritte Generation den Vorsitz. Seitdem öffnet sich das Unternehmen verstärkt für neue Geschäftsfelder und legt den Fokus auf die Internationalisierung des Geschäftes.

Nachhaltigkeit und Unternehmertum

Die BABOR BEAUTY GROUP leiten Werte, die tiefe Wurzeln im Familienunternehmen haben. „Wir setzen auf Qualität ohne Kompromisse, gehen im Bereich Nachhaltigkeit als Pionier voran und stärken das unternehmerische Denken unseres Teams“ so Isabel Bonacker. So ist beispielsweise die Überzeugung, dass Nachhaltigkeit in all ihren Facetten für den Erfolg des Unternehmens wichtig ist, ist fest in diesen Werten verankert. Bereits in den 1990ern lancierte die Marke BABOR einen Refill-Tiegel und das Unternehmen kümmerte sich um Abfallmanagement und Wassermikrofiltration. Zuletzt konnte das Unternehmen seinen Carbon Footprint um mehr als 50 % senken im Vergleich zur Bilanz 2019 und reduziert konsequent den ökologischen Fußabdruck jedes neuen BABOR Produktes. An den beiden Headquarter-Standorten stehen mehr als 80 E-Ladesäulen, die Mitarbeiter*innen laden kostenfrei und das Unternehmen hat eine 100 % E-Car-Policy.

Dr. Babor GmbH & Co. KG · Neuenhofstr. 180 · 52078 Aachen
Eva Spiertz · Corporate Communication Manager · Tel.: 0241/5296-598 · Fax: 0241/5296-6598
Email: eva.spiertz@babor.de · www.babor-beauty-group.com

**BABOR
BEAUTY
GROUP**

Das proaktive Mindset, das sich in diesen Entwicklungen spiegelt, möchte das Management auch allen Mitarbeiter*innen mitgeben. In der BABOR BEAUTY GROUP sieht man Mitarbeiter*innen als „Unternehmer im Unternehmen“ mit viel Gestaltungsfreiraum. Dies ist sowohl den Inhabern als auch der Geschäftsführung ein wichtiges Anliegen. „Wir sind nicht mehr so nah dran, wie die Generation vor uns, aber uns als Inhabern ist es wichtig, dass wir präsent sind und dass man spürt, dass wir ein Familienunternehmen sind“. erzählt Isabel Bonacker. Dieses Familienunternehmen zeigt sich in der Unternehmenskultur und in der Wirtschaftsweise. „Wir arbeiten nicht für den kurzfristigen Profit, sondern für den Erfolg auch der nächsten Generation.“ Als Familienunternehmen glaube man an die Kraft des nachhaltigen Wirtschaftens – oder Isabel Bonackers Worten: „...ans future-proofing.“ So entsteht aus dem Start-up gegründet in einer Küche in Köln ein Global Player und eines der größten Familienunternehmen in der Kosmetikindustrie.