



# SUSTAINABILITY REPORT

2025

BABOR  
BEAUTY  
GROUP

# VON DER SCHÖNHEIT DER VERANTWORTUNG

## Liebe Leser\*innen,

dieser Bericht ist Ausdruck unserer Haltung. Wir schauen zwar auf das Berichtsjahr 2025, doch all unser Tun steht auf dem Fundament von 70 Jahren gelebter Überzeugung. Das wird umso deutlicher, wenn wir im Jubiläumsjahr auf unsere Geschichte blicken. Es ist eine Reise, die vor fast 70 Jahren in einer Kölner Küche begann. Dort entwickelte Dr. Michael Babor das erste Produkt, basierend auf einer Idee, die unseren Großvater Leo Vossen begeisterte: „Dr. B. Bio-medizinische Kosmetik“. Sprechender könnte ein Name kaum sein: hochwirksame Kosmetik und Respekt vor der Natur gehen Hand in Hand. Heute sprechen wir von der BABOR BEAUTY GROUP, aber die Überzeugung ist geblieben.

Wir – die dritte Generation – führen dieses Erbe weiter. Anders, aber immer unseren Wurzeln treu und immer mit dem Ziel, die BABOR BEAUTY GROUP zukunftssicher zu machen. Wir denken das Thema Nachhaltigkeit größer - wir denken an unsere Verantwortung für die Welt in der wir leben, wir denken an die Menschen, die für uns arbeiten und an die Gesellschaft, deren Teil wir sind.

Dazu gehört, dass wir die Verantwortung, die wir als Unternehmen tragen, annehmen.

Denn Verantwortung ist für die BABOR BEAUTY GROUP kein Trend. Sie ist ein zentral verankerter Wert – aus Überzeugung, aus Respekt vor kommenden Generationen und aus dem tiefen Glauben daran, dass unternehmerischer Erfolg und nachhaltiges Handeln untrennbar miteinander verbunden sind.

Im Jahr 2025 wurden wir mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis sowie dem DGQ Sustainable Heroes Award ausgezeichnet. Diese Anerkennungen erfüllen uns mit Stolz und Dankbarkeit. Sie bestätigen, dass der Weg, den wir gehen, richtig ist. Vor allem sind sie für uns Ansporn, noch besser zu werden, noch konsequenter zu handeln.

Dieser Bericht gibt Ihnen Einblick in unser Tun – ehrlich, offen und mit dem Anspruch, Verantwortung sichtbar zu machen.

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

# INHALT



Vorwort.....	2
BABOR BEAUTY GROUP.....	4
Nachhaltigkeits-Roadmap .....	8
Handlungsfelder.....	10
Nachhaltigkeit im Fokus.....	12
Weitere Projekte.....	20
People .....	24
Governance.....	32
Über diesen Bericht.....	36
Anhang.....	38

Dr. Babor  
Kosmetik  
HAUS DER SCHWARZEN ROSE



**ANFANG DER 1960-ER** WAR EINE  
EHEMALIGE TUCHFABRIK FIRMENSITZ

# BABOR BEAUTY GROUP

## AUS TRADITION ZUKUNFT GESTALTEN

Alles begann in einer Küche in Köln. Hier entwickelte Dr. Michael Babor 1955 das erste Reinigungsprodukt und gründete 1956 die „bio-medizinische Kosmetik Dr. B.“ Damit legte er den Grundstein für die BABOR BEAUTY GROUP.

Das deutsche Familienunternehmen, bekannt vor allem für die namensgebende Marke BABOR, hat in den vergangenen Jahren in seine globale Expansion investiert – unter anderem mit einem neuen Produktions- und Logistikstandort in der Nähe des Hauptsitzes im rheinischen Aachen. Im Jahr 2026 feiert es 70-jähriges Jubiläum.

### MADE IN GERMANY FÜR INTERNATIONALEN ERFOLG

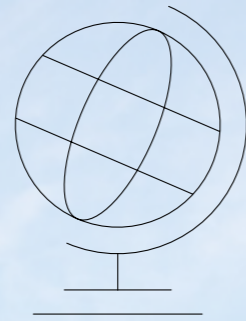
Geforscht, entwickelt und produziert wird fast ausschließlich in Deutschland. „Wir leisten uns die tiefe Wertschöpfungskette in Deutschland, um bei Innovationen die Nase vorn zu haben. Unser eigenes Labor, die wissenschaftliche Expertise und eigene Qualitätsproduktion sind Besonderheiten des Unternehmens.“ berichtet Isabel Bonacker, Mitinhaberin in dritter Generation.

### VON DER NICHE-BRAND ZUM INTERNATIONALEN UNTERNEHMEN

1962 stieg die Unternehmerfamilie Vossen in das Start-up des Chemikers Dr. Michael Babor ein. Forschung und Produktion fand damals in einem Wohnhaus in Köln statt. Dr. Leo Vossen machte aus der Idee des Wissenschaftlers eine erfolgreiche Marke, brachte seine Expertise aus der Pharmaindustrie ein 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 und prägte sie – seit 1978 in einer Führungsposition – maßgeblich. Gemeinsam mit ihrem Bruder Dr. Leo P. Vossen führt sie das Unternehmen ins neue Jahrtausend. Im Jahr 2013 stiegen Dr. Martin Grablowitz, Sohn von Jutta Kleine-Tebbe, und Isabel Bonacker, Tochter von Leo P. Vossen, in den Verwaltungsrat ein und im Jahr 2014 übernahm die dritte Generation den Vorsitz. Seitdem öffnet sich das Unternehmen verstärkt für neue Geschäftsfelder – sowohl für die Marke als auch im Private Label Bereich.

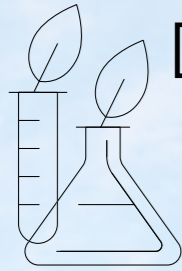
MEHR ALS  
**100.000**  
SKINCARE EXPERT\*INNEN

**1.000**  
MITARBEITER\*INNEN  
WELTWEIT

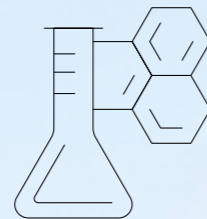


**70**  
LÄNDER

EIGENE PRODUKTION IN  
**DEUTSCHLAND**



**EIGENE  
LABORE**



**FÜR FORSCHUNG  
& ENTWICKLUNG**

**BABOR BEAUTY GROUP**

#### **DIE MARKEN**

Herzstück des Erfolges ist die Marke BABOR. Sie steht für „Expert Skincare. Made in Germany“. Traditionell vor allem in exzellenten Kosmetikinstituten vertreten, verfolgt BABOR seit einigen Jahren eine Multichannel-Strategie: Retail-Partnerschaften, Travel-Retail und E-Commerce ergänzen die Vertriebskanäle in der Profi-Kosmetik. Die Partnerschaft mit den Kosmetiker\*innen ist uns wichtig, gleichzeitig glauben wir an das Potential der Marke mit ihren ganz besonderen Experten-Produkten. Unter unseren Kunden gibt es den Spruch: Einmal BABOR, immer BABOR. Davon wollen wir noch mehr Menschen überzeugen.

Neben der Markenmodernisierung setzt die dritte Generation auch auf verstärkte Diversifizierung. Neben BABOR gehört BBG Innolabs zur BABOR BEAUTY GROUP. Als Original Design Manufacturer entwickelt BBG Innolabs exklusive Marken für Ärztinnen und Ärzte, Key Opinion Leader, Start-ups, aber auch andere Beautykonzerne – von Prestige bis Luxus. Auch zwei Handelsmarkenexperten im Mass- bis Mastige-Segment gehören zur Unternehmensgruppe und beliefern vor allem große Drogerie- und Lebensmittelketten in Europa. Die BABOR BEAUTY GROUP beschäftigt weltweit über 1000 Mitarbeiter\*innen. Die Marken sind in 70 Ländern durch Distributoren oder Tochterunternehmen vertreten.

#### **NACHHALTIGKEIT UND UNTERNEHMERTUM**

Den stetigen Wandel betreibt das Familienunternehmen mit dem Blick fest auf die Zukunft gerichtet – auch bezüglich seiner Arbeitsweisen. Zuletzt konnte die BABOR BEAUTY GROUP ihren Carbon Footprint um mehr als 50 % senken im Vergleich zur Bilanz 2019 und sie reduziert konsequent den ökologischen Fußabdruck jedes neuen BABOR Produktes. „Wir arbeiten nicht für den kurzfristigen Profit, sondern für den Erfolg auch der nächsten Generation. Wir möchten das Unternehmen noch stärker als es jetzt ist an die nächste Generation übergeben.“ Als Familienunternehmen glaubt man an die Kraft des nachhaltigen Wirtschaftens – oder IN Isabel Bonackers Worten: „...ans future-proofing.“ So entsteht aus dem Start-up gegründet in einer Küche in Köln ein Global Player und eines der bedeutendsten Familienunternehmen in der Kosmetikindustrie.



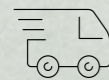
**2023**  
ERÖFFNUNG  
BABOR BEAUTY CLUSTER



**2020**  
BABOR WALD



**2014**  
GRÜNES GAS



**2006**  
ZUSAMMENARBEIT  
MIT DHL GO GREEN

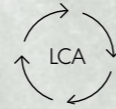


**1994**  
NACHHALTIGE  
ABFALLWIRTSCHAFT

**2024**  
50% CO<sub>2</sub>-REDUKTION



**2022**  
LEBENSZYKLUSANALYSE



**2019**  
NEUES NACHHALTIGES  
BÜROGEBÄUDE „THE CURVE“



**2010**  
ÖKOSTROM AUS  
EINEM WASSERKRAFTWERK



**1998**  
WASSER-MIKRO-  
FILTRATIONSSYSTEM



**1990**  
NACHFÜLLTIEGEL



# GEMEINSAM WEITER KOMMEN

## DIALOG UND PARTNERSCHAFTEN FÜR EINE NACHHALTIGE ZUKUNFT

Dialog und Austausch sind ein wichtiger Bestandteil der 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 gelebte Nachhaltigkeit, die auch nach außen wirkt.

Die wichtigsten Stakeholder\*innen sind Kund\*innen, Lieferant\*innen, Führungskräfte und Mitarbeiter\*innen, die Inhaberfamilie und die Medien. Sie sind eng in die Nachhaltigkeits-Initiativen der BABOR BEAUTY GROUP eingebunden. Außerdem pflegt das Unternehmen einen ständigen Austausch mit Vertreter\*innen anderer Unternehmen und der Gesellschaft. So sind alle relevanten Stakeholder\*innen entlang der Wertschöpfungskette sowie im direkten Unternehmensumfeld einbezogen.

### 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 Auswirkungen des Unternehmens auf das Umfeld als auch externe Einflüsse auf die Geschäftstätigkeiten analysiert und bewertet. Daraus ergeben sich die wichtigsten Handlungsfelder.

### PARTNERSCHAFTEN FÜR KLIMASCHUTZ UND NACHHALTIGKEIT

Die BABOR BEAUTY GROUP ist überzeugt: Die großen Herausforderungen dieser Zeit lassen sich nur gemeinsam bewältigen. Deshalb engagiert sich das Unternehmen in Netzwerken, die Klimaschutz und Nachhaltigkeit branchenübergreifend vorantreiben.

Seit 2023 ist die BABOR BEAUTY GROUP Mitglied im Verein Klimaschutzunternehmen e.V. – einem branchenübergreifenden Netzwerk der deutschen Wirtschaft, das Unternehmen mit Vorreiterrolle bei Klimaschutz und Energieeffizienz vereint. Als Mitglied verpflichtet sich die BABOR BEAUTY GROUP zu messbaren und ambitionierten Klimaschutzzielen, die regelmäßig überprüft werden. Der Anspruch: als Best-Practice-Modell andere inspirieren und die Politik aktiv beim Erreichen der Klimaziele unterstützen.

Zudem hat sich die BABOR BEAUTY GROUP der Initiative „Commit for Our Planet“ von Cosmetics Europe angeschlossen. Im Handlungsfeld Klima verpflichtet sich das Unternehmen, Treibhausgasemissionen konsequent zu reduzieren – entlang der gesamten Lieferkette und auf Basis wissenschaftsbasierter Ziele.

Darüber hinaus pflegt die BABOR BEAUTY GROUP einen engen Austausch mit Institutionen wie der Industrie und Handelskammer und dem Industrieverband für Körperpflege und Waschmittel.



**ZWEIFACH PREISGEKRÖNT:** DEUTSCHER  
NACHHALTIGKEITSPREIS UND DGQ SUSTAINABILITY  
HEROES AWARD IM JAHR 2025

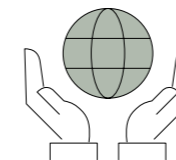
# MEHR ALS GRÜN

DIE HANDLUNGSFELDER DER BABOR BEAUTY GROUP



## PEOPLE

Die BABOR BEAUTY GROUP setzt auf eine leistungsstarke Arbeitskultur mit unternehmerischem Mindset und starkem Teamgedanken. Darum investiert die BABOR BEAUTY GROUP in die kontinuierliche Weiterbildung ihrer Mitarbeiter\*innen und fördert aktiv lebenslanges Lernen – durch fachlich anspruchsvolle Aufgaben, individuelle Karriereentwicklung und gezielte Qualifizierung. Zufriedenheit, Gesundheit und Vielfalt unserer globalen Teams betrachten wir als Schlüssel zum Erfolg. Es gibt Raum für Entfaltung und das Team wird befähigt, als „Unternehmer\*innen im Unternehmen“ mit viel Gestaltungsfreiraum zu agieren. So wird langfristig Engagement, Innovation und Erfolg gesichert.



## PLANET

Die Umwelt zu schützen, ist seit Langem handlungsleitender Wert der BABOR BEAUTY GROUP. Heute hinterfragen und optimieren alle relevanten Fachbereiche fortlaufend Prozesse für noch nachhaltigeres Arbeiten – von der Beschaffung der Rohstoffe über das Herstellungsverfahren bis zum fertigen Produkt. Alle Rezepturen und Packmittel sollen so nachhal-

tig und ressourcenschonend wie möglich sein. Für die Kernmarke BABOR gilt ein ambitionierter Formulierungsstandard, der Performance, verwöhnende Texturen und Nachhaltigkeit vereint. Die Ökobilanz jedes neuen BABOR Produktes wird bestmöglich optimiert, so dass der ökologische Fußabdruck kontinuierlich verringert wird.



## GOVERNANCE

Als Familienunternehmen wirtschaftet die BABOR BEAUTY GROUP nachhaltig – ökonomisch, ökologisch und im partnerschaftlichen Miteinander. Langfristige Geschäftsbeziehungen, von denen viele seit Jahrzehnten bestehen, sind Ausdruck dieser Haltung. Im Dialog mit Business-to-Business-Partner\*innen setzt die BABOR BEAUTY GROUP auf Vertrauen, konstruktive Zusammenarbeit und offene Kommunikation. Der Unternehmens-Kodex geht über gesetzliche Anforderungen hinaus und verankert ethische Werte wie Fairness, Integrität und Verantwortung fest im Handeln. Corporate Responsibility wird als gelebte Praxis verstanden – entlang der gesamten Wertschöpfungskette und in allen Unternehmensbereichen.



**CO<sub>2</sub> EMISSIONEN UM 50 % GESENKT**

# PLANET

## SCHÖNHEIT MIT KLEINEM FUSSABDRUCK

### ZIELE ÜBERTROFFEN – DER CO<sub>2</sub> FOOTPRINT DER BABOR BEAUTY GROUP

Den CO<sub>2</sub>-Footprint misst das Unternehmen seit 2019 in einem mehrfach ausgezeichneten, tagesaktuellen CO<sub>2</sub>-Dashboard gemäß GHG Scope 1 bis 3. Beim Corporate Carbon Footprint (CCF) werden neben direkten Emissionen wie Fuhrpark, Wärmeerzeugung, Drucksachen, Wasserverbrauch und Dienstreisen auch die Arbeitswege der Mitarbeiter\*innen erfasst – ein Haupttreiber der Unternehmensemissionen.

Bei jeder Neu- und Weiterentwicklung eines Produktes wird 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 CO<sub>2</sub>-Emissionen konsequent reduziert. Dabei bilanziert das Unternehmen nach aktuellstem wissenschaftlichem Standard: seit 2023 inklusive der neuen Scope 3 Kategorien elektronische Geräte, Gastronomie, Betriebsabfall, Transport zur Abfallentsorgung, Hotelübernachtungen, Bahn, Home-Office und Materialentsorgung.

Das Ziel bis 2025 war ambitioniert: Die BABOR BEAUTY GROUP wollte ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen um 50 % senken im Vergleich zur Bilanz 2019. Dieses Ziel wurde bereits im Jahr 2024 erreicht und auch im aktuellen Bilanzjahr mit 49,9 % bestätigt – trotz neu hinzugekommener Bilanzkategorien und Mengenwachstum.


### INSETTING – INVESTITION IN DIE EIGENE WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Die Reduktion von Emissionen hat in der BABOR BEAUTY GROUP Vorrang vor Kompensation. Für noch nicht vermeidbare Emissionen verfolgt das Unternehmen seit 2025 einen innovativen Insetting-Ansatz: Jede Tonne CO<sub>2</sub> wird mit einem festen Preis von 25 € versehen. Dieses Budget fließt gezielt in unternehmensinterne Nachhaltigkeitsmaßnahmen und Projekte entlang der Wertschöpfungskette, die Emissionen langfristig reduzieren.

Konkret wurde im Jahr 2025 in Mobilitätsprojekte investiert, denn hier hat das Unternehmen einen der größten CO<sub>2</sub>-Treiber identifiziert. Die Maßnahmen umfassen die Umstellung der Fahrzeugflotte auf Elektromobilität, die Förderung nachhaltiger Mobilität für Mitarbeiter\*innen, kostenfreien Ladestrom an fast neunzig Ladestationen, aber auch den konsequenten Bezug von Ökostrom anstelle günstigerer fossiler Energie.

### NEUES ZIEL BIS 2030

Nachdem der Meilenstein, die CO<sub>2</sub> Emissionen um 50 % zu senken im Jahr 2024 erreicht wurde, setzte sich das Unternehmen ein neues ambitioniertes Ziel: Es möchte bis 2030 seine CO<sub>2</sub>-Emissionen jährlich um 5 % senken. Dieser kontinuierliche Verbesserungsprozess ist fest in der Unternehmensstrategie verankert und wird durch das Insetting-Konzept konsequent unterstützt.



**BEREITS 95 % DER DIENSTLICHEN FLOTTE  
FAHREN VOLL ELEKTRISCH**

#### **MOBILITÄT**

Am Headquarter in Aachen machten Dienstreisen und die täglichen Arbeitswege der Mitarbeiter\*innen im Jahr 2019 über die Hälfte des Corporate Carbon Footprint aus. Diese Erkenntnis war der Ausgangspunkt für ein umfassendes Mobilitätskonzept, das die BABOR BEAUTY GROUP konsequent umsetzt.

Das Unternehmen fördert nachhaltige Mobilität auf allen Ebenen: Dienstradleasing, vergünstigte ÖPNV-Nutzung und die Bildung von Fahrgemeinschaften werden aktiv unterstützt. Mitarbeiter\*innen der Produktion stehen vom Unternehmen bereitgestellte Elektrofahrzeuge aus dem Unternehmenspool kostenfrei zur Verfügung. Einzige Bedingung: es muss eine Fahrgemeinschaften für den Weg zur Arbeit gebildet werden.

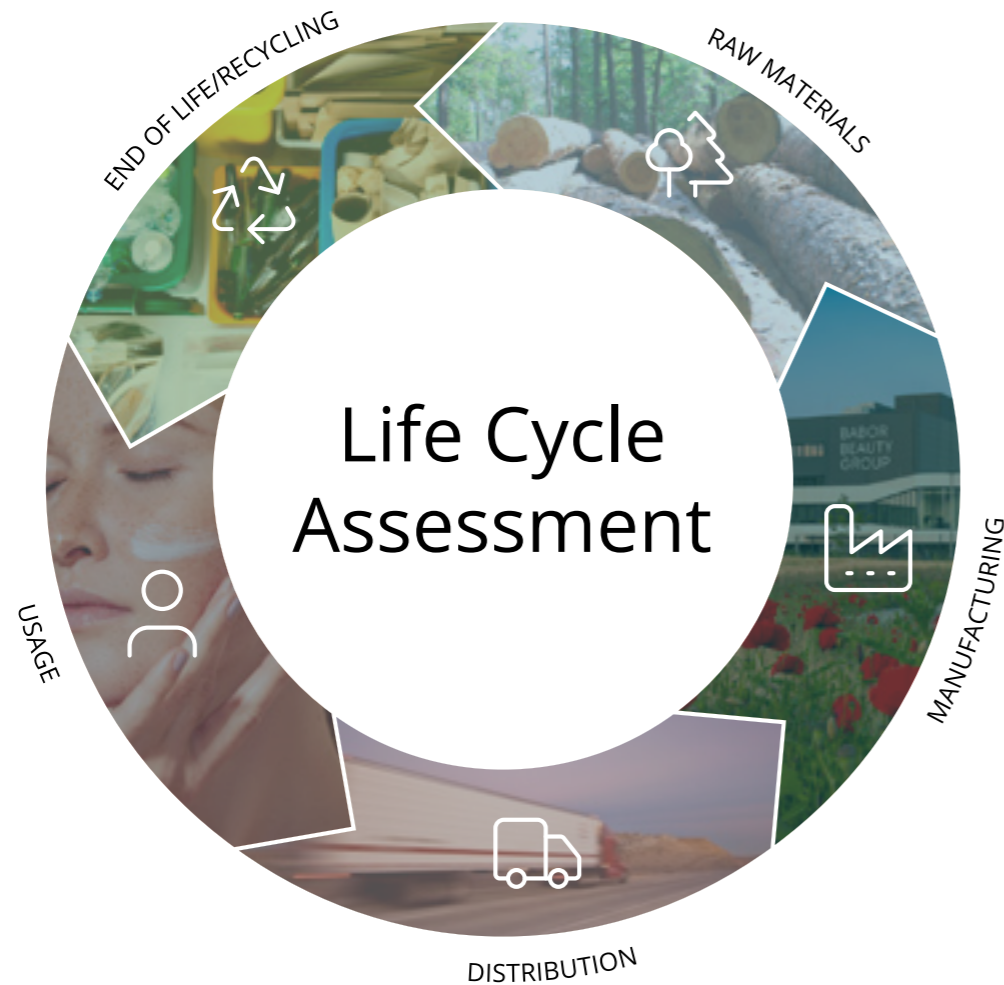
Seit Jahren treibt die BABOR BEAUTY GROUP den Umstieg auf Elektromobilität voran – nicht als Reaktion auf gesetzliche Vorgaben, sondern aus Überzeugung.

#### **100 % E-CAR POLICY: ELEKTROMOBILITÄT IST DER NEUE STANDARD BEI DIENSTWAGEN**

Die BABOR BEAUTY GROUP war Pionierin, lange bevor Elektromobilität zum Mainstream wurde. Bereits im Jahr 2010 – als erstes Unternehmen in der Region Aachen – errichtete die BABOR BEAUTY GROUP Elektroladestationen am Headquarter, schaffte einen elektrischen Firmenwagen für regionale Dienstreisen an und förderte die E-Mobilität der Mitarbeiter\*innen in Kooperation mit dem lokalen Energieversorger.

Heute stehen dem Team fast neunzig kostenlose Ladestationen zur Verfügung, gespeist mit Ökostrom. Die Infrastruktur wächst kontinuierlich – ebenso wie die Zahl der Elektrofahrzeuge im Fuhrpark. Aktuell sind mehr als 95 % der Fahrzeugflotte elektrisch.

Seit 2020 ist die BABOR BEAUTY GROUP Associated Member von EV100, einer Initiative der international agierenden NGO Climate Group. Ziel der Initiative: Elektromobilität bis 2030 zur Normalität machen. Ein Ziel, das die BABOR BEAUTY GROUP mit Nachdruck verfolgt – durch Investitionen in Infrastruktur, klare Richtlinien und gelebte Überzeugung.



**LEBENSZYKLUS-ANALYSE  
- UMWELTAUSWIRKUNGEN  
VERSTEHEN UND STEUERN**

Klimaschutz endet nicht bei CO<sub>2</sub>. Die BABOR BEAUTY GROUP erfasst die gesamte Bandbreite ökologischer Auswirkungen ihrer Produkte – vom Rohstoff bis zur Entsorgung. Die Lebenszyklusanalyse (LCA), angelehnt an GHG Scope 1 bis 3, durchleuchtet jeden Schritt: Rohstoffgewinnung und -logistik, Herstellung, Transport, Nutzung und End-of-Life.

Die tiefe Wertschöpfungskette erfordert eine ebenso tiefe Datengrundlage, die es möglich macht, jedes Produkt bis in die kleinste Komponente zu zerlegen und mit spezifischen Emissionsfaktoren zu hinterlegen. Diese Granularität verschafft Klarheit über die Umweltauswirkungen. Ein Simulationstool berechnet, wie

sich der Austausch eines Rohstoffs oder Verpackungsmaterials auf die Gesamtbilanz auswirkt. So wird Nachhaltigkeit planbar und Produktoptimierung messbar.

Neben Treibhausgasemissionen werden dreizehn weitere Umweltfaktoren analysiert, darunter die Versauerung von Böden und die Eutrophierung von Gewässern. Letztere entsteht, wenn überschüssige Nährstoffe aus der Landwirtschaft in Flüsse und Seen gelangen und dort schädliches Algenwachstum auslösen.

# MESSBARE FORTSCHRITTE

JEDER PRODUKTRELAUNCH IST EINE CHANCE, DIE ÖKOBILANZ ZU VERBESSERN. EIN KONKRETES BEISPIEL:



**ROHSTOFFE – QUALITÄT, WIRKUNG, VERANTWORTUNG**

Welche Inhaltsstoffe verwendet werden, entscheidet über Wirksamkeit, Sicherheit und Nachhaltigkeit zugleich. Die europäische Kosmetikverordnung (EU 1223/2009) setzt klare Grenzen: Über 1.300 Substanzen sind verboten, viele weitere reguliert. Diesen Vorgaben ist die BABOR BEAUTY GROUP als deutsches Unternehmen verpflichtet - und geht bewusst über sie hinaus.

So konnte für die namensgebende Marke ein einzigartiges Wirkversprechen entwickelt werden: hochwirksame Produkte, die verwöhnende Texturen mit einem sehr hohen Anspruch an nachhaltige Formulierungen verbinden. Das bedeutet: Jeder Rohstoff wird auf Herz und Nieren geprüft – nicht nur auf seine kosmetische Leistung, sondern auch auf seine ökologischen und sozialen Auswirkungen.

Es ist der Anspruch der Marke BABOR, auf Silikone, Parabene, PEGs, Mineralöle, Sulfate (SLS und SLES), nicht-zertifizierte Palm(kern)öl-Derivate und synthetische Farbstoffe wann immer möglich zu verzichten. Seit 2019 ist das Unternehmen RSPO-zertifiziert

Tierversuche haben in der Unternehmensgeschichte nie stattgefunden. Dass die EU dies inzwischen vorschreibt, unterstützt das Unternehmen ausdrücklich. Auch für den chinesischen Markt, wo Tierversuche lange Teil des Zulassungsprozesses waren, wurde eine Lösung gefunden: Durch ein erfolgreiches GMP-Zertifizierungsverfahren (Good Manufacturing Practice) können die Produkte tierversuchsfrei in China vertrieben werden.

## VERPACKUNGSMATERIALIEN UND KREISLAUFWIRTSCHAFT

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. Seit 2020 sind alle Papier-Packmittel und Drucksachen FSC-zertifiziert. Außerdem wird auf die Cellophanierung der Produkte verzichtet und der Einsatz von Packmitteln forciert, die im Recycling detektierbar sind. Die Beipackzettel der Produkte wurden aus dem Sortiment gestrichen und von QR-Codes abgelöst. Diese Maßnahme allein führt zu einer Materialreduktion von über acht Tonnen Holz und rund 3,5 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr.

Die BABOR BEAUTY GROUP verfolgt das Ziel des abfallfreien Betriebs: Nicht mehr einsatzfähige Wertstoffe – Papier, Pappe, Kunststoffe, Metall – werden einem vollständigen Recycling zugeführt.

NICHT MEHR EINSATZFÄHIGE WERTSTOFFE WERDEN EINEM VOLLSTÄNDIGEN RECYCLING ZUGEFÜHRT

IM JAHR 2025 WAREN BEREITS 85 % ALLER VERPACKUNGSMATERIALIEN DER MARKE BABOR RECYCLINGFÄHIG.

Das gesamte Unternehmen hat das Ziel, bis spätestens 2030 eine Recyclingquote von 95 % zu erreichen. Bis 2030 sollen zudem 100 % der in BABOR-Produkte einfließenden Materialien rückverfolgbar sein. Dadurch wird sichergestellt, dass alle Komponenten von nachhaltig wirtschaftenden Lieferant\*innen stammen.

## VERNICHTUNGSQUOTE – KONSEQUENT REDUZIEREN

Im Jahr 2025 wurden umfassende Maßnahmen ergriffen, um Warenvernichtungen weiter systematisch zu reduzieren. So wurde beispielsweise ein Entsorgungs-Dashboard mit hinterlegten Prüfungs- und Freigabeprozessen aufgebaut, Produktionsprozesse optimiert und auf leane Arbeitsweisen umgestellt. Zudem gelten ab sofort feste Vernichtungs-Obergrenzen pro Monat. Ziel ist es, die Vernichtungsquote ab 2025 jährlich um 10 % zu senken. Diese Maßnahmen sind Teil des Engagements für eine konsequente Kreislaufwirtschaft und den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen.

# INNOVATIONSPROJEKT IM FOKUS



Die BABOR BEAUTY GROUP begrüßte am 14. Juli 2025 die nordrhein-westfälischen Ministerinnen Mona Neubaur (Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie) und Ina Brandes (Kultur und Wissenschaft) an ihrem hochmodernen Produktions- und Logistikstandort, dem BABOR BEAUTY CLUSTER. Der Besuch stand im Zeichen des Projekts ReCO<sub>2</sub>NWert, das die Transformation von CO<sub>2</sub>-Emissionen in wertvolle Rohstoffe im Rheinischen Revier vorantreibt.

„Innovationen aus Nordrhein-Westfalen verbinden moderne Technologien und Nachhaltigkeit. Innovationen, die keinem Selbstzweck dienen, sondern die Industrie voranbringen und für alle Menschen von konkretem Nutzen sind. Hier im Rheinischen Revier werden unvermeidbare CO<sub>2</sub>-haltige Rauchgase aufgewertet und in

Stoffe umgewandelt, die die Kosmetikindustrie nutzen kann. Das Projekt ReCO<sub>2</sub>NWert und das BABOR BEAUTY CLUSTER zeigen damit eindrucksvoll, wie Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg Hand in Hand gehen können“, betonte Wirtschafts- und Klimaschutzministerin Mona Neubaur.

Der Besuch der Ministerinnen unterstreicht die Rolle der BABOR BEAUTY GROUP als Vorreiterin für nachhaltige Innovationen und als wichtiger Partner im Projekt ReCO<sub>2</sub>NWert.

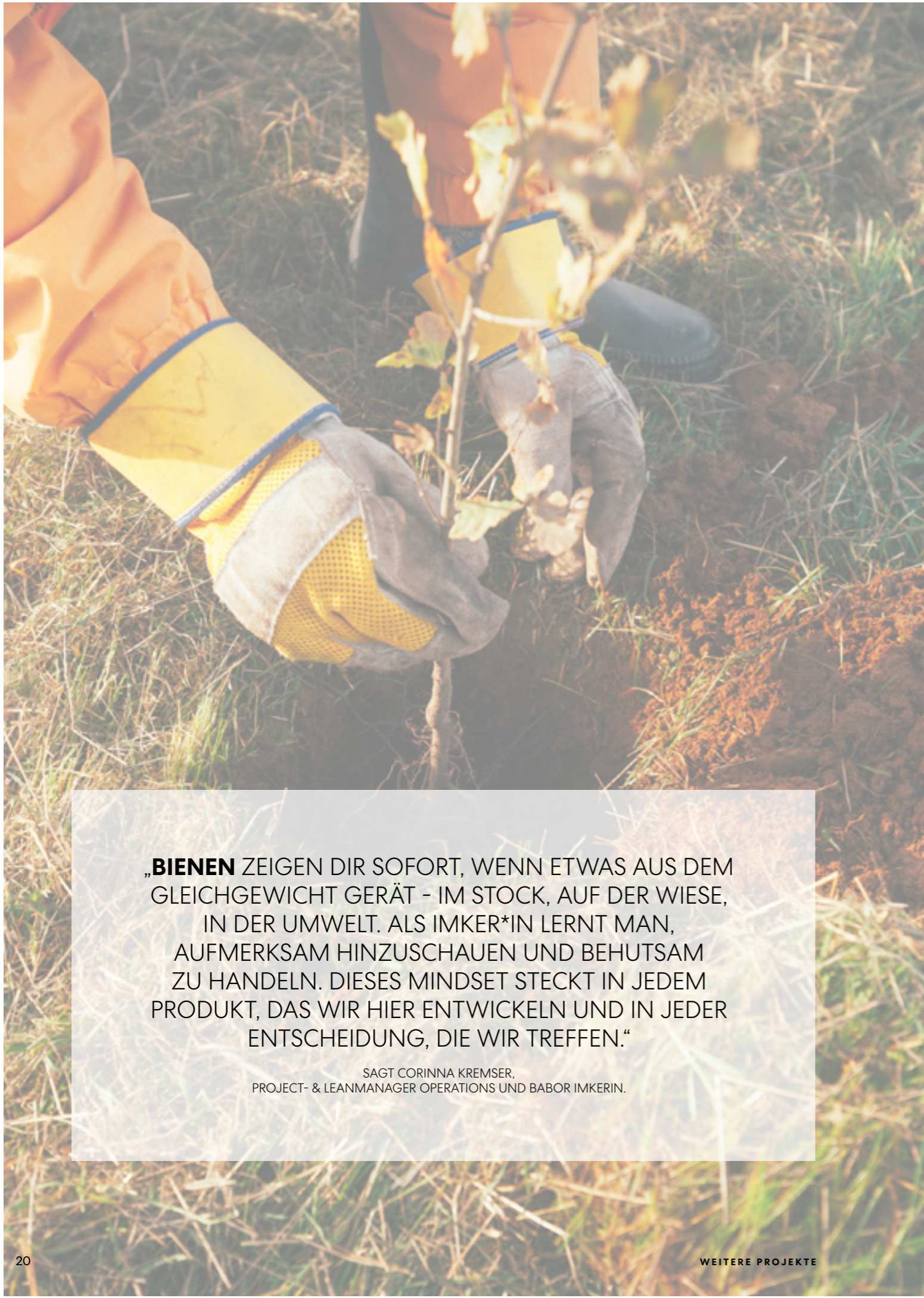
## NACHHALTIGKEIT UND INNOVATION IM FOKUS

„ReCO<sub>2</sub>NWert bietet eine vielversprechende Perspektive für die innovative und ressourcenschonende Entwicklung kosmetischer Inhaltsstoffe“, erklärt Dirk Leßmann, der die BABOR BEAUTY GROUP während des Besuchs vertrat. Das Projekt beschäftigt

sich mit der Umwandlung von CO<sub>2</sub> aus Rauchgasen der Müllverbrennungsanlage (MVA) Weisweiler in kurzkettenige Alkohole und wird federführend von CLIB – Cluster Industrielle Biotechnologie e.V., unter der Projektleitung von Dr. Sarah Refai, vorangetrieben.

Der BABOR BEAUTY GROUP bietet es eine Möglichkeit, den nachhaltig gewonnenen Rohstoff künftig als Inhaltsstoff in Rezepturen einzusetzen.

RECO<sub>2</sub>NWERT BIETET EINE VIELVERSPRECHENDE PERSPEKTIVE!



„**BIENEN** ZEIGEN DIR SOFORT, WENN ETWAS AUS DEM GLEICHGEWICHT GERÄT - IM STOCK, AUF DER WIESE, IN DER UMWELT. ALS IMKER\*IN LERNT MAN, AUFMERKSAM HINZUSCHAUEN UND BEHUTSAM ZU HANDELN. DIESES MINDSET STECKT IN JEDEM PRODUKT, DAS WIR HIER ENTWICKELN UND IN JEDER ENTSCHEIDUNG, DIE WIR TREFFEN.“

SAGT CORINNA KREMSER,  
PROJECT- & LEANMANAGER OPERATIONS UND BABOR IMKERIN.

## NATUR ALS PARTNER

### **BABOR WALD - EIN REFUGIUM FÜR ARTENVIELFALT**

In der Eifel, nur wenige Kilometer vom Aachener Hauptsitz entfernt, wächst ein lebendiges Zeichen der Unternehmens-Verantwortung für die Natur: der BABOR Wald. Auf zehn Hektar wurde seit 2020 ein Bioreservat geschaffen, in dem 30.000 Bäume gepflanzt wurden – ein Refugium für Artenvielfalt und regionale Ökosysteme.

In dieses Projekt sind die Mitarbeiter\*innen aktiv über eine jährliche Baumpflanzaktion eingebunden. Bereits seit dem Jahr 2023 ist die Fläche im BABOR Wald fertig bepflanzt. Seit dem findet die Aktion am BABOR BEAUTY CLUSTER, dem neuen Produktions- und Logistikcluster in Eschweiler, statt, wo neue Bäume für die Dr.-Leo-Vossen-Allee gepflanzt werden. Hieran beteiligen sich jedes Jahr viele Mitarbeiter\*innen der BABOR BEAUTY GROUP mit ihren Familien. Bei der Auswahl der Bäume wird ein besonderer Wert darauf gelegt, Baumarten zu wählen, die einen hohen Beitrag zur Biodiversität leisten.

### **BE(E) BABOR - BOTSCHAFTERINNEN DER BIODIVERSITÄT**

Was vor über fünfzehn Jahren als Rohstoffprojekt begann, ist heute ein Symbol gelebter Biodiversität. Damals suchte die BABOR BEAUTY GROUP nach Elsbeeren – heimische Früchte mit dem höchsten Vitamin-C-Gehalt aller regionalen Obstsorten. Ihre wertvollen Inhaltsstoffe sollten die Expertenhautpflege der Marke BABOR bereichern. Dank der Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer Institut gelang es, diese Wirkstoffe mittels Pflanzen-Stammzelltechnologie im Labor zu kultivieren. Die Plantage in der Eifel wurde überflüssig – und zu einer Chance.

Seit 2020 ist das ehemalige Anbaugelände ein Bioreservat und Heimat von acht Bienenvölkern. Sie bestäuben die Elsbeeren und stärken das lokale Ökosystem. Am BABOR BEAUTY CLUSTER summen drei weitere Bienenvölker. Betreut werden sie von einer engagierten Projektgruppe aus Mitarbeiter\*innen, den Babor Bee Keepern.

Zum Schutz von Wildbienen wurden am Internationalen Weltbienentag 2025 Seed Balls mit wildbienenfreundlicher Samenmischung an alle Mitarbeiter\*innen verteilt. So wird jeder Garten, jeder Balkon zu einem kleinen Refugium für gefährdete Bestäuber.



BABOR  
BEAUTY  
GROUP

**AB 2030** SOLL DAS GEBÄUDE  
ENERGIEAUTARK ARBEITEN

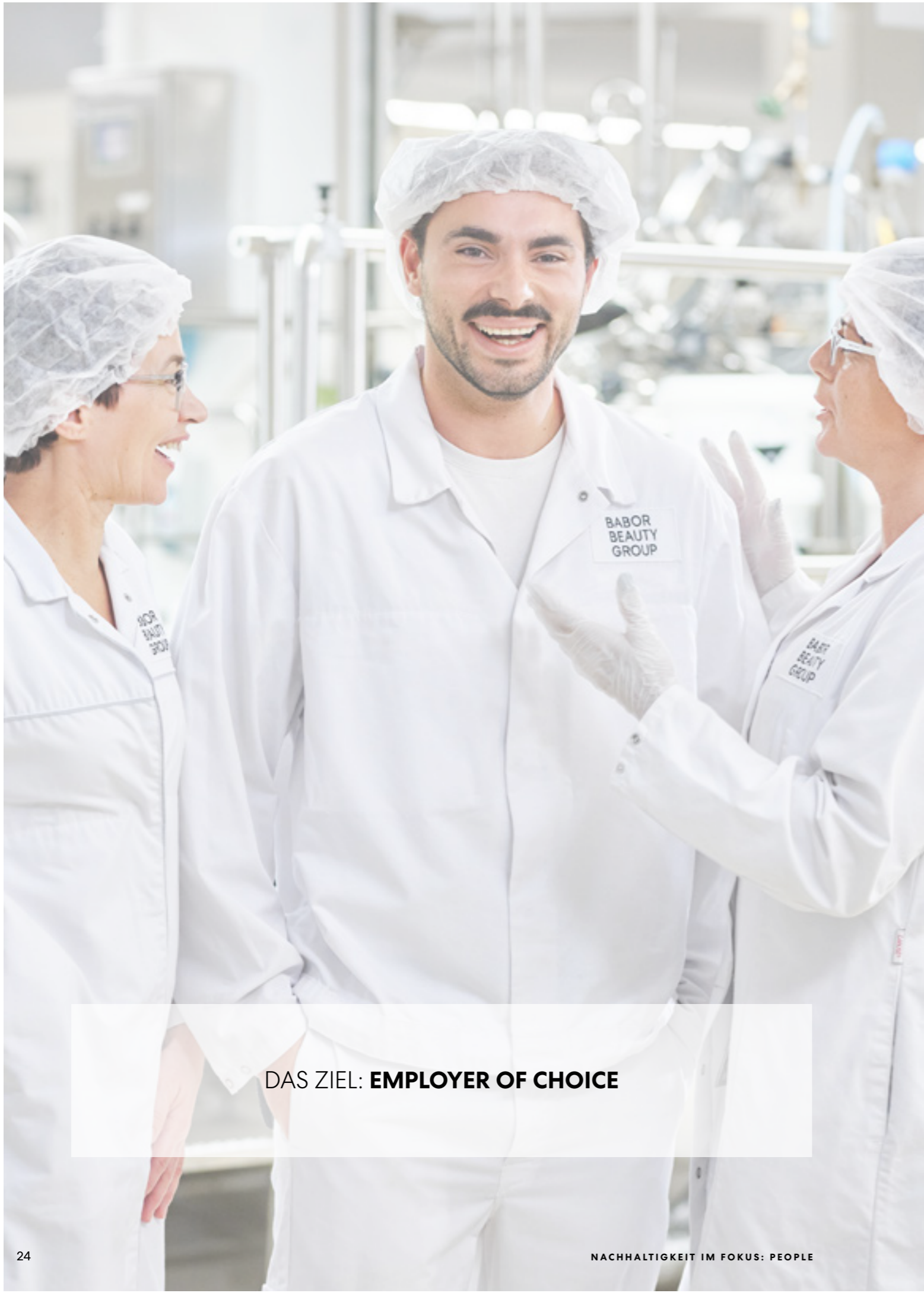
## ALL ELECTRIC FACTORY

### DAS BABOR BEAUTY CLUSTER

Beim Bau des neuen Produktions- und Logistikzentrums in Eschweiler, dem BABOR BEAUTY CLUSTER, wurden hohe Nachhaltigkeits-Standards angelegt. Alle Gebäudekörper übertreffen den Energieeffizienzstandard KfW 40. Das BABOR BEAUTY CLUSTER ist damit ein Hocheffizienzgebäude, das 60 % weniger Energie verbraucht als ein Standardbau. Bereits heute kann die Photovoltaik-Anlage auf dem Dach des Gebäudes rund 670.000 kWh Energie produzieren und mithilfe des bestehenden Großspeichers rund ein Viertel des Energiebedarfs allein abdecken.

Damit nicht genug: Das Unternehmen hat sich entschieden, den nächsten Schritt zu gehen, um die Autarkie weiter zu steigern. Eine umfassende Machbarkeitsstudie hat gezeigt, dass eine Verdreifachung der PV-Leistung und eine Verdopplung des Batteriespeichersystems nicht nur noch nachhaltiger sind, sondern auch wirtschaftlich absolut Sinn ergibt.

Im Jahr 2025 wurde am BEAUTY CLUSTER eine Autarkie von über 25 % erreicht, das Gebäude läuft zu 99,86 % ohne fossile Energie. Einzige Ausnahme ist die Ampullenproduktion: Zum Aufschmelzen der Glasphiole wird hier zurzeit noch Erdgas verwendet. Die Fabrik folgt damit dem „All Electric“-Prinzip. Ab 2030 soll das Gebäude komplett energieautark arbeiten.



DAS ZIEL: **EMPLOYER OF CHOICE**

# DAS HERZSTÜCK DER BABOR BEAUTY GROUP

„Unsere Mitarbeiter\*innen gestalten den Erfolg des Unternehmens. Ihre Entwicklung und ihr Wohlbefinden sind daher zentrale Bestandteile unserer Strategie.“, sagt CEO Horst Robertz

Die BABOR BEAUTY GROUP übernimmt gesellschaftliche Verantwortung – als Arbeitgeberin in der Region und darüber hinaus. Um Arbeitsplätze vor Ort zu sichern und als Unternehmen nachhaltig attraktiv zu bleiben, investiert die BABOR BEAUTY GROUP in umfassende Ausbildungs- und Weiterbildungsprogramme, moderne Arbeitsplatzgestaltung und ein professionelles Arbeitssicherheits- und Gesundheitsmanagement. Ziel ist es, das Engagement der Mitarbeiter\*innen messbar zu steigern und sicherzustellen, dass sie die Möglichkeit haben, ihr volles Potenzial zu entfalten.

#### **EMPLOYER OF CHOICE**

Die Mitarbeiter\*innen sind eingeladen, sich als „Unternehmer\*innen im Unternehmen“ mit viel Gestaltungsfreiraum einzubringen. Deshalb bietet die BABOR BEAUTY GROUP ein umfassendes Paket arbeitsbezogener Leistungen: Qualifikationsangebote, gezielte Trainings, interne Programme, Workshops und Schulungen. Im Jahr 2023 wurde eine Benchmark-basierte Mitarbeiter\*innenbefragung durchgeführt. Diese soll künftig regelmäßig wiederholt werden, um die Bedürfnisse des Teams noch besser zu verstehen und die Attraktivität des Unternehmens kontinuierlich zu steigern.

#### **MITARBEITER\*INNEN-QUALIFIZIERUNG**

Die BABOR BEAUTY GROUP fördert und fordert aktiv lebenslanges Lernen – durch fachlich anspruchsvolle Aufgaben, individuelle Karriereentwicklung und gezielte Qualifizierungsangebote. Jährliche Feedbackgespräche, interne und externe Schulungen sowie Coaching-Programme sind zentrale Elemente unserer Personalpolitik. Die Führungskräfte unterstützen die Teilnahme an Weiterbildungsprogrammen und ermutigen im Sinne der Weiterentwicklung auch zu Jobwechseln innerhalb des Unternehmens. So werden die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass Schlüsselpositionen bevorzugt intern besetzt werden können. Im Jahr 2025 haben insgesamt 284 interne und 205 externe Weiterbildungen und Schulungen stattgefunden.

#### **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 Innovationsgeist und geben Raum für eigenverantwortliche Kollaboration. Auf ihre anspruchsvolle Aufgabe bereitet die BABOR BEAUTY GROUP Führungskräfte mit einem am Führungsleitbild orientierten Entwicklungsprogramm gezielt vor. Dieses Programm stellt sicher, dass Leadership nicht nur Hierarchie bedeutet, sondern echte Befähigung und Inspiration.



**BEREITS ZUM SECHSTEN MAL** WURDE IM JAHR 2025  
DER BBG VOLUNTEER DAY DURCHFÜHRT.

### **GESUNDHEITSMANAGEMENT & VEREINBARKEIT**

Um die mentale und körperliche Gesundheit der Mitarbeiter\*innen zu stärken, gibt es eine Vielzahl von Maßnahmen. Beratungsangebote, Teamsport, gemeinsame Feiern, tarifliche Bezahlung, Ergebnisbeteiligung für die Belegschaft sowie intensive Team- und Führungcoachings sind hier die Schlagworte. Konkrete Beispiele sind regelmäßige Rückentrainings oder die Mitgliedschaft beim Urban Sports Club. Sportevents wie der B2Run oder der Firmenlauf stärken nicht nur die Gesundheit, sondern auch den Teamgeist über Abteilungsgrenzen hinweg.

Flexible Arbeitszeiten und mobiles Arbeiten im großen Umfang erhöhen die Vereinbarkeit von Familie und Beruf und schaffen die Voraussetzungen für eine gute Work-Life-Balance. Dazu trägt auch eine Betriebskita bei.

### **CORPORATE VOLUNTEERING - INTERNATIONALES UNTER- NEHMEN MIT REGIONALEN WURZELN**

Die BABOR BEAUTY GROUP will die Gesellschaft positiv beeinflussen und zukunftsfähig gestalten.

„Think global, act local. Als internationales Unternehmen sind uns unsere Wurzeln extrem wichtig. Wir sind uns der gesellschaftlichen Verantwortung in der Region bewusst – als Arbeitgeberin und darüber hinaus“, erklärt CFO Stefan Kehr.

Die BABOR BEAUTY GROUP arbeitet mit ausgewählten Partnerorganisationen zusammen und unterstützt deren Projekte. Darüber hinaus engagieren sich die Mitarbeiter\*innen mit ihren Fähigkeiten und ihrer Zeit in eigenen Unternehmensprojekten.

Im Jahr 2025 wurde das Konzept des Volunteer Day grundlegend überarbeitet. Nun wird mit klarem Purpose unterstützt. Im vergangenen Jahr lautete das Motto: „Giving time, sharing joy“. Unter diesem Leitstern fanden international verschiedene Projekte statt, an denen die Mitarbeiter\*innen des Unternehmens und die Mitglieder der teilnehmenden Organisationen beteiligt waren.

Gemeinsam mit dem Zentrum für soziale Arbeit in Aachen, einem langjährigen Partner, wurde beispielsweise ein Food Festival organisiert. Das Team BeNeLux hat sich bei Warmnest in Knokke engagiert, wo sie für die freiwilligen Helfer\*innen eine Spa Session mit Buffet organisiert haben.



**ENGAGEMENT IN DER REGION  
– AUSGEWÄHLTE PROJEKTE**

Die BABOR BEAUTY GROUP ist mit ihrer Heimat Aachen eng verbunden. Hier hat das Unternehmen wertvolle Partnerschaften, wie beispielsweise mit der RWTH Aachen University, und ist als wichtiger Arbeitgeber aktiv.

**KULTURELLES ENGAGEMENT**

Seit dem Jahr 2015 vergibt das Unternehmen regelmäßig die Babor Rose für besonderes Engagement. Der mit 5.000 € dotierte Preis entwickelt sich zu einer Tradition, die engagierte Persönlichkeiten und Initiativen auszeichnet und unterstützt.

Darüber hinaus unterstützt die BABOR BEAUTY GROUP seit dem Jahr 2003 das Aachener Krönungsmahl und leistet damit einen Beitrag zum Erhalt des historischen Rathauses der Stadt Aachen. Auch den Karlspreis, eine der renommiertesten europäischen Auszeichnungen, wird unterstützt als ein Bekenntnis zu europäischen Werten.

**NRWTALENTE**

Seit 2024 fördert die BABOR BEAUTY GROUP die NRW Talente, ein Stipendienprogramm in der Region Aachen, das talentierte Schülerinnen und Schüler ab der achten Klasse mit praktischen Angeboten, regelmäßiger Beratung sowie individueller Talentförderung begleitet. Das Programm fördert Jugendliche aus weniger privilegierten Verhältnissen und aus Familien ohne akademischen Hintergrund, 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 die Gesellschaft bereichern. Das Programm wird von der FH Aachen und der RWTH

Aachen koordiniert und vom Ministerium für Schule und Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen kofinanziert.

Die BABOR BEAUTY GROUP unterstützt zwei Stipendiatinnen mit jährlich insgesamt 3.000 € und zeigt ihnen die beruflichen Perspektiven auf, die das Unternehmen bietet. Die Spende kommt zu 100 % den Stipendiat\*innen zu Gute und wird ausschließlich für das Bildungsprogramm und die bildungsbezogene materielle Förderung verwendet.

„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)

**ZENTRUM FÜR SOZIALE ARBEIT**

Seit mehr als dreißig 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. 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 € und steht ihm darüber hinaus mit pragmatischer Hilfe zur Seite.

# MENSCHEN DREIFACH STÄRKEN

## CHANGEMAKER FÜR DIVERSITY, EQUITY & INCLUSION

### DIE VIELFALT VON MEINUNGEN IST ENTSCHEIDEND FÜR UNSEREN ERFOLG

Diversity, Equity & Inclusion (DE&I) sind nur in Kombination wirkungsvoll – als drei sich gegenseitig bestärkende Prinzipien.

### 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)

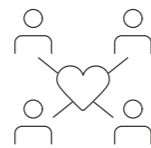
steht für den Zugang zu gleichen Chancen und das Abbauen von Barrieren, die diesen Zugang verwehren. Das Ziel besteht darin, das Unternehmen so zu gestalten, dass die persönliche Identität keinen Einfluss auf Chancen oder Ergebnisse hat.

#### 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.

### CHANGEMAKER BEI DER BABOR BEAUTY GROUP

Die Vielfalt an Meinungen und Ideen ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die künftige Unternehmensentwicklung. Dafür wurde im Jahr 2024 ein Changemaker Program gestartet, das die Themen Diversität, Gleichberechtigung und Inklusion (DE&I) innerhalb der BABOR BEAUTY GROUP fördert. Eine engagierte Gruppe von Vorreiter\*innen vereint ein buntes Spektrum an Perspektiven aus verschiedenen Bereichen. Im ersten Schritt liegt der Fokus der Aktivitäten auf Geschlecht, nationaler Herkunft und Alter.



#### ALTERSVERTEILUNG

6%

BOOMER  
(1946-1964)

33%

GEN X  
(1965-1980)

46%

MILLENNIALS  
(1981-1996)

15%

GEN Z  
(1997-2012)



67%

FRAUENANTEIL



54%

FRAUEN IN  
FÜHRUNGSPPOSITIONEN



56

VERSCHIEDENE  
NATIONALITÄTEN

# WAS TREIBT DIE CHANGEMAKER AN?

## EIN INTERVIEW:



**JENNIFER WEIMER:** Gehört und gesehen werden spielen – ebenso wie entsprechende Anerkennung – im Arbeitskontext wie im menschlichen Miteinander eine essenzielle Rolle für eine gute Kultur. Wir sind heute schon gut, aber wir wollen besser werden. Ich bin stolz, in diesem Team daran mitzuarbeiten!



**BERFIN ERTAS:** Ich kenne es gut, nicht Teil der Mehrheit zu sein. Deshalb finde ich es essenziell, Diversität nicht zu verschweigen, sondern zu feiern! Besonders in der Kosmetikbranche ist Vielfalt entscheidend, denn Schönheit ist nicht eindimensional – sie spiegelt unterschiedlichste Hintergründe, Kulturen und Identitäten wider. Nur durch echte Repräsentation und Inklusion, auch innerhalb der Unternehmensstrukturen, kann eine Marke authentisch und zukunftsorientiert sein.



**MAIKE SÜLLDORF:** „Das war aber doch nicht böse gemeint“ ist häufig die Antwort, wenn Menschen ihrem Gegenüber zum Ausdruck bringen, dass sie sich diskriminiert fühlen. Jeder Mensch hat nur seine eigene Perspektive und seine eigenen Erfahrungen, weshalb es wichtig ist, dass wir miteinander reden und voneinander lernen. Nur so können wir eine vielfältige Zusammenarbeit fördern, die uns langfristig erfolgreich macht.




**RAFAT NURI:** Ich habe früh gelernt: Man kann perfekt in eine Gesellschaft hineingeboren sein – und sich trotzdem immer wieder erklären müssen. Genau das möchte ich ändern. Ich engagiere mich für eine Arbeitswelt, in der niemand mehr beweisen muss, dass er oder sie dazugehört.

### GIBT ES KONKRETE SITUATIONEN, AUS DENEN SIE BERICHTEN KÖNNEN?



**KLAUS GORGELS:** In einem Meeting wurde mal ein neuer, digitalisierter Prozess vorgestellt. Zwei junge Kolleg\*innen erklärten enthusiastisch die neuen, umfangreichen Funktionen mit Aussagen wie „Das ist total intuitiv, das checkt doch jeder sofort!“. Doch einige Kollegen hatten Nachfragen und brauchten Zeit alles zu verstehen. Jeder Mensch lernt anders und Lernkurven unterscheiden sich. Allen Mitarbeiter\*innen sollte die Hilfe gestellt werden, die sie brauchen.



**LIEFERKETTE:**  
TRANSPARENZ VON DER QUELLE BIS ZUM PRODUKT

# GOVERNANCE

## **GOVERNANCE CIRCLE: REGULATORIK STRATEGISCH DENKEN**

Die regulatorischen Anforderungen an Unternehmen werden komplexer und dynamischer. Um diesen Herausforderungen strukturiert zu begegnen, hat die BABOR BEAUTY GROUP im Jahr 2025 einen Governance Circle etabliert. Dieses interdisziplinäre Gremium bringt Expert\*innen aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen zusammen - von Legal über Corporate Responsibility bis hin zu R&D. Gemeinsam analysiert der Governance Circle neue gesetzliche Vorgaben, bewertet deren Auswirkungen und entwickelt strategische Lösungen, um regulatorische Anforderungen nicht nur zu erfüllen, sondern bestmöglich in die Organisation einzubetten. Der Governance Circle fördert die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit und stellt sicher, dass Compliance nicht als isolierte Aufgabe verstanden wird, sondern als integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. So wird Klarheit geschaffen, Risiken werden reduziert und die Handlungsfähigkeit der gesamten Organisation gestärkt.

## **COMPLIANCE UND MENSCHENRECHTE**

Die BABOR BEAUTY GROUP legt Wert auf das Vertrauen und das Wohlergehen all ihrer Stakeholder\*innen und respektiert die Einhaltung der bestehenden Gesetze und Vorschriften. 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 ist hier zu finden: <https://babor-beauty-group.com/governance/>

Bereits vor einigen Jahren wurde ein verbindlicher Verhaltenskodex eingeführt, der als Richtlinie für Mitarbeiter\*innen und andere Geschäftspartner\*innen dient.

## **LIEFERKETTE: TRANSPARENZ VON DER QUELLE BIS ZUM PRODUKT**

Eine nachhaltige Lieferkette ist für die BABOR BEAUTY GROUP kein Lippenbekenntnis, sondern gelebte Praxis. Die überwiegende Mehrheit unserer Lieferant\*innen kommt aus Europa, die meisten sogar aus Deutschland. Diese regionale Verankerung ermöglicht kurze Transportwege, enge Partnerschaften und hohe Qualitätsstandards. Bis 2030 strebt das Unternehmen 100 % Rückverfolgbarkeit über alle Materialien und Komponenten hinweg an. Dadurch wird sichergestellt, dass jeder Rohstoff, jede Verpackung und jedes Zwischenprodukt von nachhaltig wirtschaftenden Partner\*innen stammt und den ethischen und ökologischen Ansprüchen genügt.

Für die Lieferant\*innen der BABOR BEAUTY GROUP gilt ein Verhaltenskodex, in dem alle Erwartungen 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 im Rahmen des Onboardings und laufenden Monitorings sichergestellt. Darüber hinaus führt die BABOR BEAUTY GROUP regelmäßig eine umfassende Risikoanalyse hinsichtlich ihrer Lieferkette durch.

# KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

## **MENSCH UND MASCHINE ZUSAMMENDENKEN: VERANT- WORTUNGSBEWUSSTER EIN- SATZ KÜNSTLICHER INTELLIGENZ**

Technologie ist für die BABOR BEAUTY GROUP kein Selbstzweck, sondern ein Werkzeug, um Prozesse intelligenter, effizienter und sicherer zu gestalten. So ist es auch bei dem Thema Künstliche Intelligenz (KI oder englisch AI für Artificial Intelligence). Bereits seit 2019 baut das Unternehmen fortlaufend Kompetenz im Bereich Data Science auf, um unter anderem die Nutzung von KI im Unternehmen strategisch voranzutreiben.

IT- und KI-Expert\*innen prüfen gemeinsam mit den Fachbereichen Potenziale, entwickeln Anwendungsfälle und begleiten die Implementierung neuer Prozesse und Mechanismen – immer mit Blick auf Nutzen und Sicherheit und in engem Zusammenspiel mit Betriebsrat, Datenschutz und der Geschäftsführung. Speziell ausgebildete AI-Navigator\*innen in den Fachbereichen treiben Projekte in ihren jeweiligen Abteilungen voran und stehen im engen Austausch mit der Taskforce. Dabei steht der Mensch im Mittelpunkt: Künstliche Intelligenz soll Mitarbeiter\*innen entlasten, nicht ersetzen.

Ein Beispiel für den verantwortungsvollen Einsatz von künstlicher Intelligenz ist der BBG Supply Chain Radar. Dieses eigens entwickelte Lieferketten-Screening ermöglicht es dem Unternehmen, Risikomanagement entlang der gesamten Lieferkette zu betreiben. Das System screent permanent vollautomatisch News und Meldungen weltweit und warnt, wenn es Vorfälle gibt, die die Lieferkette betreffen könnten – sei es durch Vorfälle bei unseren Lieferanten, Naturkatastrophen, politische Instabilität, Menschenrechtsverletzungen oder Umweltrisiken. So kann das Unternehmen frühzeitig reagieren, Risiken minimieren und die Integrität der Lieferkette sicherstellen.

**MENSCH UND MASCHINE ZUSAMMENDENKEN:  
VERANTWORTUNGSBEWUSSTER EINSATZ  
KÜNSTLICHER INTELLIGENZ.**



## ÜBER DIESEN BERICHT

Dieser Nachhaltigkeitsbericht stellt zentrale Handlungsfelder der BABOR BEAUTY GROUP dar. Er gibt Einblick in unsere Haltung, unser Handeln und unsere Vision für die Zukunft. Wir informieren Kund\*innen, Partner\*innen, Lieferant\*innen, Mitarbeiter\*innen und die Öffentlichkeit darüber, wie wir unser Unternehmen führen, welche Werte uns leiten und wie wir Nachhaltigkeit in allen Dimensionen vorantreiben. Transparenz und Offenheit stehen dabei an erster Stelle. Seit dem Jahr 2018 veröffentlichen wir jährlich unseren Nachhaltigkeitsbericht und dokumentieren so unser Engagement in den Bereichen Planet, People und Governance – gemeinsam mit unseren Zielen und geplanten Maßnahmen. Als globales Kosmetikunternehmen entwickeln wir Nachhaltigkeit kontinuierlich weiter.

Dieser Bericht umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2025 bis zum 31. Dezember 2025. 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 für Ihre Zeit und Ihr Interesse an diesem Nachhaltigkeitsbericht. Wir möchten unseren Weg offen darstellen, Bestehendes hinterfragen und den Status quo weiterentwickeln. Unser Antrieb ist es, einen echten Beitrag zu leisten – für eine bessere, zukunftsfähige Industrie, Gesellschaft und

Umwelt. Tag für Tag. Haben Sie Anregungen, Fragen oder Kritik? Wir freuen uns auf Ihre Nachricht und den Austausch mit Ihnen!  
E-Mail: [sustainability@babor.de](mailto:sustainability@babor.de)

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

# ANHANG

## LEISTUNGSINDIKATOREN GRI

Bitte beachten: Obwohl die BABOR BEAUTY GROUP nicht unter die Berichtspflicht der Corporate Sustainability Reporting Directive fällt, orientieren wir uns wo möglich an deren Vorgaben. Dies hat seit dem letzten Jahr bei einigen Statistiken zu einer geänderten Berechnungslogik geführt. Wir bemühen uns um bestmögliche Vergleichbarkeit mit den Vorjahren.

### PLANET

#### LEISTUNGSINDIKATOR GRI 301-1: EINGESETZTE MATERIALIEN

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

Rohstoffe in kg	2023	2024	2025
Rohstoffe (ohne Wasser)	1.286.966	1.241.302	1.277.157
Verpackungen in kg			
Glas	896.516	916.344	881.381
Papier/Pappe/Karton	1.307.273	1.713.178	1.831.542
Aluminium und andere Metalle	7.891	8.763	7.224
Kunststoffe	731.269	1.329.021	1.629.410
sonstige Verbunde	98.895	78.460	56.836
Weißblech	3.168	1.945	7.856
Textil	14.853	9.982	43.917
elektronisches Gerät	1.838	5.170	2.967
Porzellan/Stein	635	194	6
Holz	15	2	7
Packstoffe auf biol. Basis	415	69	320
<b>Gesamt</b>	<b>4.349.740</b>	<b>5.304.436</b>	<b>5.723.547</b> (aufgerundet)

#### LEISTUNGSINDIKATOR GRI 302-1: ENERGIEVERBRAUCH

Energie in MWh	2023	2024	2025
Stromverbrauch	2.854	5.023	4.740
davon selbst erzeugt (PV)	33 (1,16 %)	558 (11,12 %)	808 (17,05%)
davon regenerativ aus Fremdbezug	2.572	4.095	3.932
Gasverbrauch	2.761	3.018	3.005
<b>Fuhrpark (in MWh)</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
KFZ Treibstoff	785	275	56
KFZ Strom	45	48	45

#### LEISTUNGSINDIKATOR GRI 303-3: WASSERENTNAHME

Wasser in m³	2023	2024	2025
	24.785	30.723	27.361

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

Die Struktur der Abfalldaten entspricht seit 2023 der Klassifizierung der CSRD-Daten. So schaffen wir eine einheitliche Struktur zur Datenerhebung für Abfall.

Wertstoffe in kg	2023	2024	2025
gefährliche Abfälle durch Recycling vermieden	1.988	2.100	2.834
gefährliche Abfälle durch andere Verwertungsverfahren vermieden	424	0	0
nicht-gefährliche Abfälle durch Recycling vermieden	434.550	517.500	482.310
nicht-gefährliche Abfälle, die verbrannt wurden	277.175	383.700	427.471
davon vernichtete Fertigwaren (gem. Vernichtungsdashboard)	//	//	99.425
<b>Gesamtmenge an erzeugten Abfällen</b>	<b>714.137</b>	<b>903.300</b>	<b>912.624</b>
<b>Gesamtmenge an entsorgten Abfällen</b>	<b>714.137</b>	<b>903.300</b>	<b>912.624</b>

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

\*neue Scope 3 Emissionskategorien werden gem. Reporting Standard

	2023 (inkl. neuer Kategorien)	2024	2025
<b>Gesamtmenge</b>	<b>5426,8</b>	<b>3.881,1</b>	<b>4.742,2</b>
bereits vorkompensiert	1542,9	3,0	709,0
„Netto“ Bilanz inkl. Sicherheitsaufschlag	4272,3	3.878,1	4.033,2
<b>Reduktion vs Basisjahr 2019</b>	<b>46,93 %</b>	<b>51,83 %</b>	<b>49,9 %</b>

#### CO<sub>2</sub>-REDUKTIONSPLAN BIS 2030

in Tonnen	2026	2027	2028	2029	2030
<b>Gesamtreduktionsplan</b>	<b>225,3</b>	<b>214,0</b>	<b>203,3</b>	<b>193,1</b>	<b>183,5</b>
davon Scope 1	67,6	64,2	61,0	57,9	55,0
davon Scope 2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
davon Scope 3	157,7	149,8	142,3	135,2	128,4

# ANHANG

## LEISTUNGSINDIKATOREN GRI

Bitte beachten: Obwohl die BABOR BEAUTY GROUP nicht unter die Berichtspflicht der Corporate Sustainability Reporting Directive fällt, orientieren wir uns wo möglich an deren Vorgaben. Dies hat seit dem letzten Jahr bei einigen Statistiken zu einer geänderten Berechnungslogik geführt. Wir bemühen uns um bestmögliche Vergleichbarkeit mit den Vorjahren.

### BERICHT ZUR ÖKODESIGNRICHTLINIE 2025

Vernichtungsgrund	Anzahl Produkte (st)	Gewicht (kg)
Qualitätsmängel	220.327	61.934
MHD-Ablauf	65.452	7.183
planungsbedingte Restmengen	56.119	24.519
Datenbereinigung	7.369	421
unvermeidbare Restmengen	67.305	2.835
Sonstiges	23.765	2.531
<b>Gesamt</b>	<b>440.337</b>	<b>99.425</b>

### Lieferketten

Palmöl	2025
Anteil zertifizierter palmölbasierter Erzeugnisse	100 %
<b>Nachhaltige Lieferkette</b>	
Prozentsatz der relevanten Lieferanten, die den Verhaltenskodex unterzeichnet haben	27 %
Prozentsatz der relevanten Lieferanten, deren Verträge Klauseln zu Umwelt-, Arbeits- und Menschenrechtsanforderungen enthalten	36 %

### COMPLIANCE

KPI	2025
Anzahl der festgestellten Fälle von Diskriminierung oder Belästigung bzw. der ergriffenen Abhilfemaßnahmen	0
Prozentualer Anteil der in Informationssicherheit geschulten Mitarbeiter*innen	60,24 %
Prozentualer Anteil der Mitarbeiter*innen mit PC-Zugang, die in Informationssicherheit geschult wurden	98,04 %
Anzahl der Meldungen im Rahmen des Whistleblower-Verfahrens	0
Anzahl der bestätigten Korruptionsfälle	0
Anzahl der bestätigten Vorfälle im Bereich Informationssicherheit	0

### PEOPLE

Arbeitssicherheit	2023	2024	2025
Arbeitsunfälle gesamt	31	34	15
davon meldepflichtig	9	9	6
Anzahl geleistete Arbeitsstunden	//	1.118.055,96	1.439.934,75

### FAIRE ENTLOHNUNG

KPI	2025
Prozentualer Anteil der direkt angestellten Mitarbeiter*innen, die unterhalb des existenzsichernden Lohns bezahlt werden	0 %
Prozentualer Anteil aller Mitarbeiter*innen, die unterhalb des existenzsichernden Lohns bezahlt werden, einschließlich direkt angestellter Mitarbeiter*innen und Leiharbeitskräfte	0 %
Prozentualer Anteil des durchschnittlichen Lohngefälles bei direkt angestellten Mitarbeiter*innen, die unterhalb des existenzsichernden Lohns bezahlt werden	0 %

### LEISTUNGSINDIKATOR GRI 404-1: AUS- UND WEITERBILDUNGEN

Insgesamt haben 2025 284 interne und 205 externe Weiterbildungen/Schulungen stattgefunden.

	2023	2024	2025
Interne Schulungen	362	281	284
Externe Weiterbildungen	367	314	205
<b>von den externen Weiterbildungen</b>			
Fachliche Weiterbildung	240	219	174
Persönliche Weiterbildung	106	46	8
Organisationsentwicklung	10	36	18
Pflichtschulungen	11	13	5

## LEISTUNGSINDIKATOR GRI 405-1: DIVERSITÄT

Diversität und Beschäftigung 2025	Gesamt	BABOR KG Deutschland	BABOR Austria	BABOR Netherlands	BABOR Belgium	BABOR Switzerland	Duesberg Medical GmbH	Femia Cosmetic Vertriebs GmbH	Retail GmbH	BABOR America	BABOR Canada	BABOR Sverige	BABOR Asia (Singapore)	B & E Holdings
<b>Anzahl der Mitarbeiter*innen</b>														
Anzahl weiblicher Mitarbeiterinnen	721	438	15	18	6	8	103	31	56	28	4	7	4	3
Anzahl männlicher Mitarbeiter	358	308	0	1	2	1	35	3	0	5	0	0	0	3
Gesamtzahl Mitarbeiter*innen	1079	746	15	19	8	9	138	34	56	33	4	7	4	6
<b>Altersstruktur</b>														
Mitarbeiter*innen unter 30	190	132	1	5	1	0	17	4	21	5	1	1	0	2
Mitarbeiter*innen zwischen 30 und 50	574	416	12	8	4	7	51	28	24	13	3	3	3	2
Mitarbeiter*innen über 50	315	198	2	6	3	2	70	2	11	15	0	3	1	2
<b>Diversität auf Führungsebene</b>														
Mitglieder*innen in Geschäftsführung und Aufsichtsrat	27	19	0	0	0	1	1	2	0	3	0	1	0	0
Anzahl weiblicher Mitglieder*innen in Geschäftsführung und Aufsichtsrat	7	4	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0
Anzahl leitender Mitglieder*innen in Geschäftsführung und Aufsichtsrat	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Anzahl nicht-leitender Mitglieder*innen in Geschäftsführung und Aufsichtsrat	25	17	0	0	0	1	1	2	0	3	0	1	0	0
Anzahl weiblicher Mitarbeiterinnen mit Führungsverantwortung	55	24	3	1	0	1	4	9	8	4	1	0	0	0
<b>Arten der Beschäftigung</b>														
Anzahl der festangestellten Mitarbeiter*innen	949	694	13	11	8	9	92	34	39	33	4	6	4	2
Anzahl der weiblichen, festangestellten Mitarbeiterinnen	631	410	13	11	6	8	71	31	39	28	4	6	4	0
Anzahl der männlichen, festangestellten Mitarbeiter	318	284	0	0	2	1	21	3	0	5	0	0	0	2
Anzahl der befristeten Mitarbeiter*innen	130	52	2	8	0	0	46	0	17	0	0	1	0	4
Anzahl der weiblichen, befristeten Mitarbeiterinnen	90	28	2	7	0	0	32	0	17	0	0	1	0	3
Anzahl der männlichen, befristeten Mitarbeiter	40	24	0	1	0	0	14	0	0	0	0	0	0	1
Anzahl der Mitarbeiter*innen in Vollzeit	810	595	7	3	6	3	90	23	31	33	4	5	4	6
Anzahl der weiblichen Mitarbeiterinnen in Vollzeit	465	299	7	2	4	2	56	20	31	28	4	5	4	3
Anzahl der männlichen Mitarbeiter in Vollzeit	345	296	0	1	2	1	34	3	0	5	0	0	0	3
Anzahl der Mitarbeiter*innen in Teilzeit	269	151	8	16	2	6	48	11	25	0	0	2	0	0
Anzahl der weiblichen Mitarbeiterinnen in Teilzeit	256	139	8	16	2	6	47	11	25	0	0	2	0	0
Anzahl der männlichen Mitarbeiter in Teilzeit	13	12	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
<b>Fluktuation</b>														
Anzahl der Neueinstellungen	119	36	4	6	1	4	37	1	16	8	0	1	1	4
Anzahl der ausgeschiedenen Mitarbeiter*innen	162	97	3	4	1	4	29	2	20	2	0	0	0	0



Dr. Babor GmbH & Co. KG

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

[www.babor-beauty-group.com](http://www.babor-beauty-group.com)  
[sustainability@babor.de](mailto:sustainability@babor.de)

**BABOR  
BEAUTY  
GROUP**