



baslerbeauty

*SCHÖNHEIT MIT
VERANTWORTUNG*

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2025

GJ 2023/2024



INHALT

1	Vorwort der Geschäftsführung	03
2	Über die baslerbeauty GmbH & Co. KG	04
3	Nachhaltigkeit bei baslerbeauty Unternehmerische Verantwortung Unsere bisherige Entwicklung Unsere Nachhaltigkeitsstrategie Unsere Nachhaltigkeitsziele	07
4	Über diesen Nachhaltigkeitsbericht	16
5	Umwelt Ziel Maßnahmen Kennzahlen	17 17 18 24
6	Sortiment Ziel Maßnahmen Kennzahlen	30 30 30 37
7	Mensch Ziel Maßnahmen Kennzahlen	38 38 38 43
8	Schlusswort	44

1

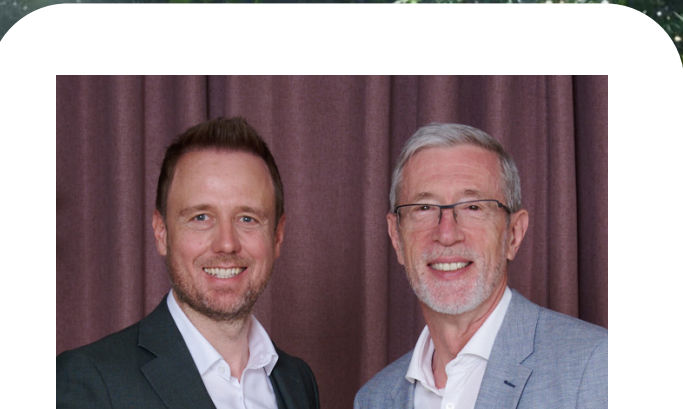
VORWORT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Liebe LeserInnen,

auch in der Beauty Branche ist Nachhaltigkeit längst kein Trendthema mehr, sondern ein essenzieller Bestandteil verantwortungsvollen unternehmerischen Handelns. KundInnen, LieferantInnen und MitarbeiterInnen erwarten, dass Unternehmen aktiv nachhaltige Lösungen entwickeln, die Schönheit und Verantwortung miteinander in Einklang bringen.

Als ein seit 1973 inhabergeführtes Familienunternehmen mit starker Verwurzelung am Standort Bietigheim-Bissingen und in der Region Stuttgart ist es unser Anliegen, Verantwortung für die Menschen in unserem Unternehmen und der Region zu übernehmen sowie verantwortungsvoll mit natürlichen Ressourcen umzugehen. Unternehmerische Nachhaltigkeit bedeutet für uns darüber hinaus, die Zukunft unseres Unternehmens für kommende Generationen zu sichern. Ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit sind daher ein fester Bestandteil unserer Unternehmensführung, insbesondere in einer Branche, die nah am Menschen arbeitet.

Wir setzen dabei auf eine zukunftsorientierte Nachhaltigkeitsstrategie, die umweltbezogene, soziale und wirtschaftliche Aspekte berücksichtigt. Die aktuell angespannten gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen, verbunden mit einer zunehmenden Planungsunsicherheit und sich wandelnden gesetzlichen Anforderungen, stellen Unternehmen vor neue Herausforderungen. Auch wir als mittelständisches Unternehmen stehen in diesen Zeiten



Geschäftsführer Timo Allert und Dr. Michael Allert

vor der Aufgabe, unsere nachhaltigen und wirtschaftlichen Ziele in Einklang zu bringen. Dennoch bleibt Nachhaltigkeit für uns ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Wir verfolgen eine vorausschauende Balance zwischen ökologischer und sozialer Verantwortung sowie wirtschaftlicher Stabilität, konform mit regulatorischen Anforderungen, um eine langfristige nachhaltige Entwicklung bei baslerbeauty zu realisieren.

Bei baslerbeauty sehen wir Nachhaltigkeit als einen fortlaufenden Prozess. In diesem Nachhaltigkeitsbericht zeigen wir auf, welche Maßnahmen wir für eine soziale und ökologische Entwicklung umsetzen, welche nachhaltigen Herausforderungen wir sehen und welche Ziele wir uns für die kommenden Jahre setzen. Dabei stehen wir in engem Austausch mit unseren StakeholderInnen und beziehen Sie, liebe GeschäftspartnerInnen, KundInnen und MitarbeiterInnen mit ein, um gemeinsam einen Beitrag zu einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung zu leisten.

Für uns ist nachhaltige Schönheit nicht nur ein Ziel, sondern ein kontinuierlicher Weg, den wir mit Ihnen gemeinsam gehen möchten – für eine nachhaltige Zukunft und eine Branche, die Verantwortung übernimmt.

Mit besten Grüßen

Timo Allert
Geschäftsführer

ÜBER DIE BASLERBEAUTY GMBH & CO. KG

HAARE & BEAUTY SEIT 1973

Die baslerbeauty GmbH & Co. KG mit Sitz im süddeutschen Bietigheim-Bissingen ist ein führender Multichannel-Einzelhändler im Premium-Beautysegment und Teil der haircare.group GmbH, die über 500 MitarbeiterInnen beschäftigt.

baslerbeauty ist ein 360 Grad Partner rund um das Thema Schönheit und Pflege. Mit rund 500 namenhaften Marken und über 35.000 Produkten, darunter Eigen- und Exklusivmarken, umfasst das Sortiment Haarpflege und Friseurbedarf, Dekorative Kosmetik, Gesichts- und Körperpflege, Düfte sowie Accessoires u. v. m., die über einen Onlineshop und in stationären Parfümerien vertrieben werden.

UNSERE VISION

Bei baslerbeauty streben wir danach, unseren KundInnen ein herausragendes Einkaufserlebnis zu bieten – geprägt von einem einmaligen Service, einer emotionalen Ansprache und einer großen Auswahl an Beautyprodukten. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unseren KundInnen die neuesten Trends und Innovationen aus den Bereichen Haarpflege und Styling, Pflege, Duft und Make Up verfügbar zu machen. Dabei stehen unsere KundInnen stets im Mittelpunkt. Wir sind überzeugt, dass jeder Mensch über eine einzigartige Schönheit verfügt. Mit unseren hochwertigen Produkten und unserer fundierten Beratung möchten wir die individuelle Schönheit jedes Einzelnen entfalten und erlebbar machen.

E-COMMERCE & RETAIL

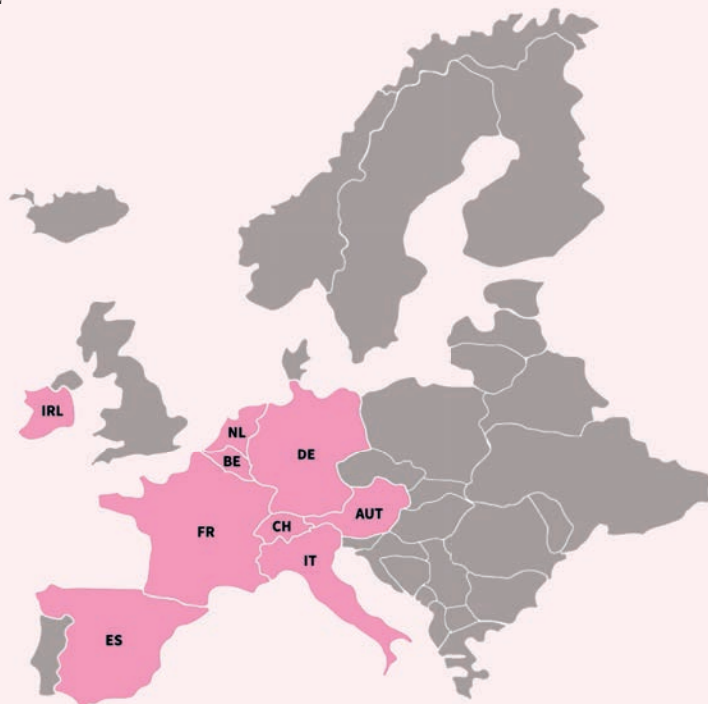
baslerbeauty

basler-beauty.de
 basler-beauty.at
 basler-beauty.ch
 basler-beauty.fr
 basler-beauty.nl
 basler-beauty.be
 basler-beauty.it
 basler-beauty.es
 basler-beauty.ie

UNIQUE

by baslerbeauty

unique-baslerbeauty.de



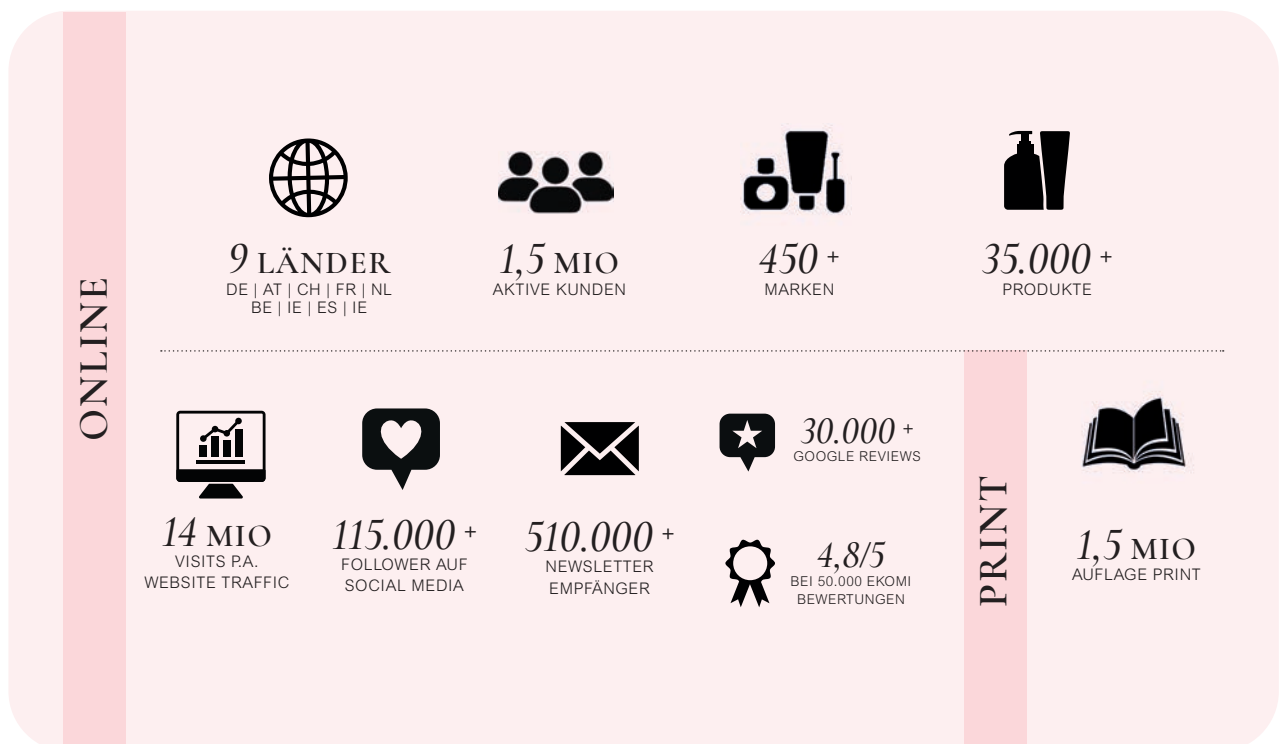
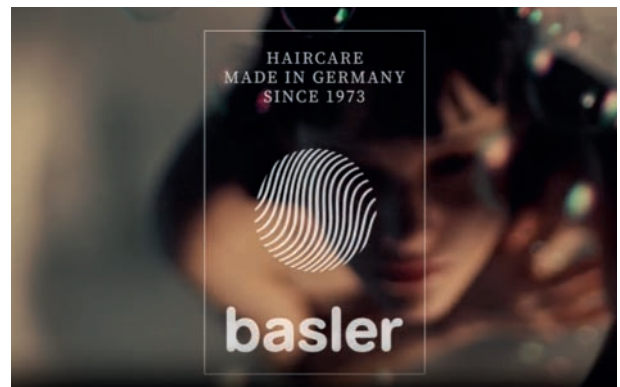
UNSER PREMIUM ONLINESHOP

Mit dem Premium Onlineshop, der sich durch eine intuitive Bedienung, ein modernes Design, eine digitale Beratung sowie einen zuverlässigen Versand auszeichnet, ist baslerbeauty in neun europäischen Ländern (Deutschland, Österreich, Schweiz, Niederlande, Belgien, Italien, Spanien, Irland, Frankreich) vertreten. Darüber hinaus versendet baslerbeauty in 21 weitere europäische Länder (Stand: Mai 2025). Ergänzt wird dieses Angebot durch die baslerbeauty App, einen Kundenservice, einen Bestellkatalog und Newsletter, einen Online Magazin-Blog sowie verschiedene Social Media Kanäle u. a. auf Instagram, Facebook und TikTok. Diese umfassende Multichannel-Strategie verbindet Online- und Offline-Touchpoints und schafft ein ganzheitliches Einkaufserlebnis für die baslerbeauty KundInnen – ein Ansatz, dessen Erfolg sich auch in der erneuten Auszeichnung von baslerbeauty als Deutschlands bester Onlineshop im Haircare-Bereich im Jahr 2024 zeigt – bereits das vierte Jahr in Folge.



DIE EIGENMARKE BASLER

Highlight des baslerbeauty Onlineshops und mit 16% Umsatzanteil die Marke No. 1 ist die Eigenmarke basler. Produziert von der ebenfalls zur haircare.group gehörenden Basler Haar-Kosmetik GmbH & Co. KG, hat sich die Eigenmarke basler mit ihrer jahrzehntelangen Erfahrung in dem Bereich der Haar-, Haut- und Körperpflege einen wiedererkennbaren Kultfaktor aufgebaut. Dies spiegelt sich auch in der besonders hohen Kundenbindungsrate der Marke von 97% wider. Als Partner des Friseurhandwerks bietet die Marke basler bis heute das ganze Spektrum professioneller Haar- und Kopfhautpflege für Professionals ebenso wie für Endkunden an. Jedes basler Produkt wird nach höchsten deutschen Qualitätsstandards hergestellt.



**UNSERE PARFÜMERIEN UND
DER BASLERBEAUTY STORE**

Die drei UNIQUE by baslerbeauty Parfümerien im Herzen von Stuttgart, die Teil der Beauty Alliance und der First in Beauty Parfümerie Kooperationen sind, ergänzen das Premium-Konzept des baslerbeauty Onlineshops durch ein luxuriöses stationäres Einkaufserlebnis. Neben einem kuratierten Sortiment an renommierten Luxusmarken und selektiv vertriebenen Nischenmarken setzen hier rund 50 erfahrene Beauty-ExpertInnen ein einzigartiges Beratungs- und Serviceangebot um, das von professionellen Schmink-, Hairstyling- und Pflegeschulen bis hin zu vielfältigen Kosmetik-Dienstleistungen reicht. Ergänzt wird dieses Angebot durch einen integrierten Keller Friseursalon und eine ärztliche Praxis für ästhetische Medizin. Ein besonderes Highlight der Parfümerien ist das Duftexperten-Team aus Maîtres des Parfums - Parfumexperten im Nischen- und Luxusparfumbereich. Strategische Kooperationen mit führenden PartnerInnen aus der Beauty Branche sowie exklusive Events vor Ort, runden das stationäre Angebot ab.

Der stationäre Handel wird zudem durch einen baslerbeauty Store in der Firmenzentrale in Bietigheim-Bissingen erweitert. Der Store ist eine etablierte Adresse für FriseurInnen und EndkundInnen in der Region und umfasst ein facettenreiches Sortiment an Haarfarben, professioneller Haarpflege, Stylingtools und hochwertigem Friseurbedarf sowie eine Auswahl an Pflege und dekorativer Kosmetik. Hier erhalten Professionals und EndkundInnen eine persönliche und fachkundige Haarberatung durch unsere Haircare-ExpertInnen. Ein integriertes Perückenstudio vor Ort erweitert den Rundumservice. Weitere dreizehn baslerbeauty Stores befinden sich in Österreich und der Schweiz¹.

**ein
zig
artig
wie
du**



Stuttgart Mitte



Stuttgart West



Stuttgart Nord



Bietigheim-Bissingen

¹ Die baslerbeauty Stores in Österreich und der Schweiz werden aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu anderen Firmierungen in diesem Nachhaltigkeitsbericht nicht berücksichtigt.



3

NACHHALTIGKEIT BEI BASLERBEAUTY

UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG

Als ein seit über 50 Jahren familiengeführtes Unternehmen legen wir großen Wert auf einen bewussten Umgang mit der Umwelt und ihren Ressourcen und übernehmen soziale Verantwortung für die Menschen im Unternehmen sowie der Region. Bei uns werden ökonomische und soziale Verantwortung und wirtschaftlicher Erfolg als Faktoren betrachtet, die Hand in Hand gehen.

Bei baslerbeauty möchten wir mit unserer nachhaltigen unternehmerischen Verantwortung nicht nur die eigenen Erwartungen an eine verantwortungsbewusste Unternehmensführung erfüllen, sondern ebenso den wachsenden Anforderungen unserer StakeholderInnen – insbesondere der KundInnen, GeschäftspartnerInnen und MitarbeiterInnen – gerecht werden. Wir verstehen, dass der Erfolg des Unternehmens nicht nur von einem emotionalen Einkaufserlebnis und einem vielfältigen Produktsortiment abhängig ist, sondern ebenso von den ethischen Grundsätzen, die wir in unserem täglichen Handeln berücksichtigen. Vor diesem Hintergrund setzen wir uns mit sozialen und ökologischen Themen auseinander und beziehen diese bei Entscheidungsprozessen sowie bei der Entwicklung und Umsetzung neuer Projekte mit ein. Dabei versuchen wir unterschiedliche StakeholderInnen-Perspektiven einzubeziehen und die verschiedenen Nachhaltigkeits-

dimensionen als gleichberechtigte Säulen in unserem Handeln zu berücksichtigen. Das Fundament unserer nachhaltigen unternehmerischen Verantwortung bildet dabei eine erfolgreiche und zukunftsfähige Unternehmensführung, die den Fortbestand des Unternehmens für die nachfolgenden Generationen sicherstellt.

Nachhaltigkeit wird bei baslerbeauty als eine Chance verstanden, langfristig positive Auswirkungen für die Umwelt, die Gesellschaft und das Unternehmen zu erzielen. Ein bewusster Umgang mit Ressourcen trägt zur Kostensenkung bei, ein vielfältiges und nachhaltiges Sortiment begeistert neue KundInnen und ein wertebasiertes Arbeitsumfeld stärkt die Motivation und Bindung der MitarbeiterInnen und macht das Unternehmen zu einem attraktiven Arbeitgeber, der auf eine jahrzehntelange Firmengeschichte zurückblicken kann. Langfristiges Ziel von baslerbeauty ist es, die eigene Verantwortung in ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Hinsicht so wahrzunehmen, dass ein Mehrwert für alle Beteiligten geschaffen wird.

Der nachfolgende Bericht gibt einen transparenten Einblick, wie wir unternehmerische Verantwortung wahrnehmen und welche Schritte unternommen werden, um eine nachhaltige Zukunft zu gestalten.

UNSERE BISHERIGE ENTWICKLUNG

baslerbeauty setzt sich seit **2020** strategisch mit dem Thema Nachhaltigkeit sowie den ESG²-Dimensionen auseinander. Gemeinsam mit einem externen Nachhaltigkeitsberater wurde zu Beginn eine umfassende Bestandsaufnahme bzw. **Status Quo Analyse** durchgeführt. Ein entscheidender Schritt, um die bis dato umgesetzten Nachhaltigkeitsaktivitäten zu analysieren und zu strukturieren sowie eine Grundlage für die Entwicklung einer fundierten Nachhaltigkeitsstrategie zu schaffen. Ziel war es ebenso, zentrale Herausforderungen, Chancen und Risiken entlang der Wertschöpfungskette zu identifizieren und darauf basierend Maßnahmen und Ziele abzuleiten. Auf Basis der Analyse wurde eine **Long-List** potenziell relevanter Themen erstellt, darunter faire Arbeitsbedingungen, die Reduktion von CO₂e-Emissionen und eine verantwortungsbewusste Gestaltung der Lieferkette. Die verschiedenen Bereiche entlang der Wertschöpfungskette, die identifiziert und analysiert wurden, sind in Grafik 1 dargestellt.

Da Nachhaltigkeit von dem Austausch mit den Menschen lebt, die unser Unternehmen prägen, bildet der **Dialog mit StakeholderInnen** eine tragende Säule der Nachhaltigkeitsstrategie von baslerbeauty. Bereits zu Beginn wurden daher zentrale Anspruchsgruppen – darunter die KundInnen, MitarbeiterInnen und GeschäftspartnerInnen – identifiziert und einbezogen, um ihre Erwartungen gezielt zu erfassen (siehe Grafik 2). Ihre Perspektiven flossen auch in die anschließend durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse mit ein. Das Feedback und die Erwartungen unserer StakeholderInnen liefern uns wertvolle Impulse,

beispielsweise für die Definition von Nachhaltigkeitszielen und die Ausrichtung von Maßnahmen.

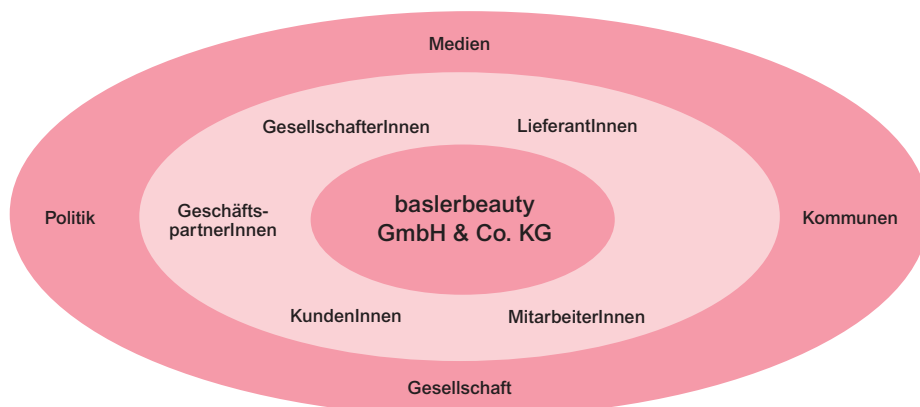
Ein zentraler Meilenstein in der Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie war die **Identifikation wesentlicher Handlungsfelder** – jener Bereiche, in denen unsere Geschäftstätigkeit sowohl positive als auch negative Auswirkungen hat. Denn genau hier möchten wir gezielt ansetzen, um zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen. Basierend auf einer umfassenden Analyse unter Berücksichtigung der Branche, in der wir agieren und unserer Geschäftstätigkeit, haben wir drei zentrale Handlungsfelder definiert: **Mensch, Umwelt und Sortiment**. Diese Schwerpunkte bilden den strategischen Rahmen, der es uns ermöglicht, unseren unternehmerischen Beitrag zu einer nachhaltigeren Zukunft klar auszurichten und messbare Fortschritte zu erzielen.

Um die Nachhaltigkeitsstrategie wirkungsvoll umzusetzen und ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit in der gesamten Organisation zu fördern und zu verankern, wurde 2020 eine **Nachhaltigkeitsprojektgruppe** ins Leben gerufen. Diese setzt sich aus MitarbeiterInnen verschiedener Fachbereiche im Unternehmen zusammen und verfolgt das Ziel, Nachhaltigkeit als festen Bestandteil in der Unternehmenskultur zu verankern. Durch bereichsübergreifende Zusammenarbeit und gezielte Maßnahmen trägt das Projektteam dazu bei, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein Konzept bleibt, sondern aktiv im Arbeitsalltag integriert wird und gemeinsam Ideen entwickelt und umgesetzt werden.

Grafik 1



Grafik 2



² Engl. Environmental, Social, Governance / dt. Umwelt, Soziales, Unternehmensführung.

2021 wurde eine erste **Roadmap** entwickelt – ein konkreter Fahrplan mit **Zielen und Maßnahmen** für die **mittelfristige** und **langfristige Nachhaltigkeits-transformation** entlang der Wertschöpfungskette.

Ein weiterer wichtiger Schritt folgte **2022** mit der Einführung des **baslerbeauty Nachhaltigkeitsleitbilds**, das die Unternehmensvision, das Verständnis von unternehmerischer Verantwortung sowie den Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung umfasst. Zudem definiert es spezifische Leitbilder für die drei Handlungsfelder (Mensch, Umwelt, Sortiment), die als Orientierung für umweltbewusstes und soziales Handeln im Unternehmen dienen. Dieses Leitbild wird seither regelmäßig überprüft, weiterentwickelt und über verschiedene Unternehmenskanäle kommuniziert.

2023 wurde eine doppelte **Wesentlichkeitsanalyse** (Materialitätsanalyse) nach der Inside-Out- und Outside-In-Perspektive durchgeführt. Dabei wurden zentrale Nachhaltigkeitsthemen systematisch bewertet, basierend auf ihren Auswirkungen, der Eintrittswahrscheinlichkeit. Diese Analyse berücksichtigte sowohl finanzielle als auch nicht-finanzielle Faktoren. Die folgende Übersicht veranschaulicht die Ergebnisse dieser Analyse.

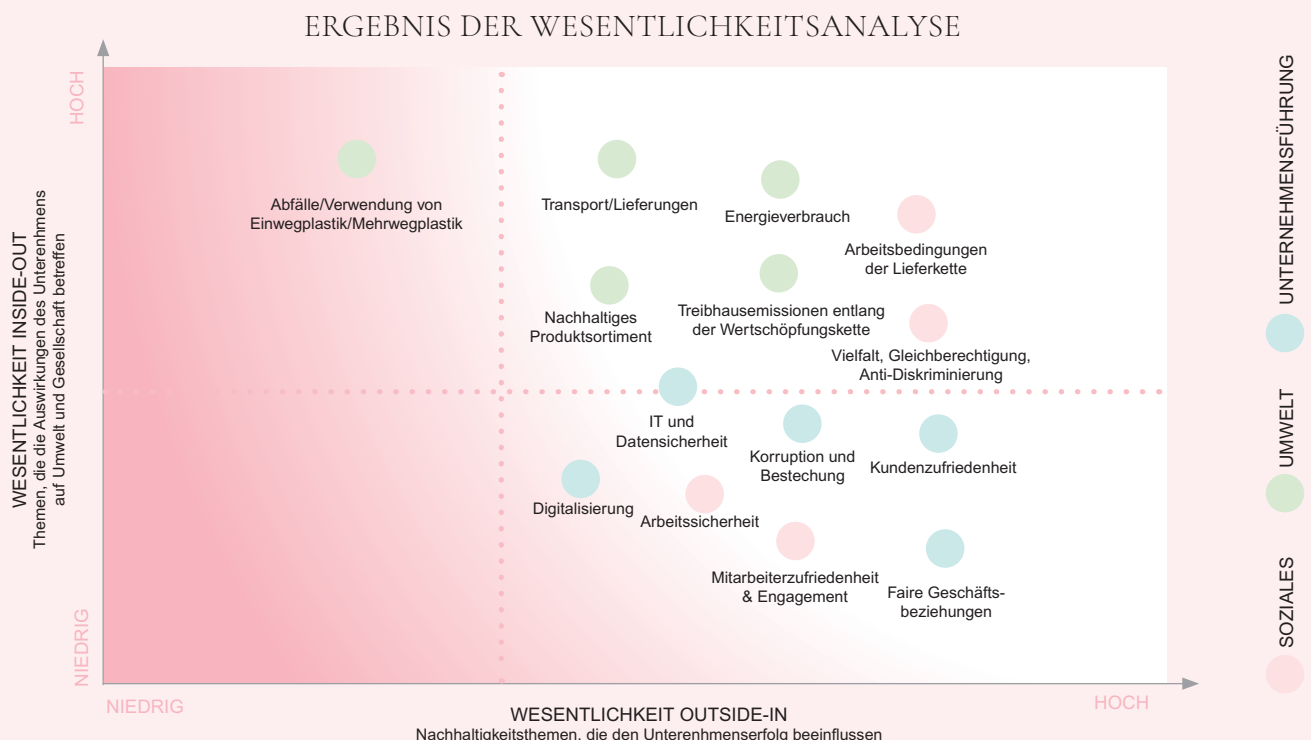
Auf Basis der Wesentlichkeitsanalyse konnten strategisch relevante **ESG-Themen und -Ziele** abgeleitet werden, die sowohl für baslerbeauty als auch für die StakeholderInnen des Unter-

nehmens von Bedeutung sind. Die **Short-List** an ESG-Themen bildet das Fundament der unternehmerischen Nachhaltigkeitsstrategie, die im nächsten Kapitel anhand der drei Handlungsfelder näher erläutert wird.

Parallel dazu hat baslerbeauty **2023** mit dem Aufbau einer Struktur zur Erfassung des **Corporate Carbon Footprints** begonnen, d. h. der CO₂-Bilanz des Unternehmens, die alle Treibhausgasemissionen umfasst, die durch die Geschäftstätigkeiten direkt als auch indirekt verursacht werden. Im Jahr **2024** konnten wir darauf aufbauend mit der Erhebung der Emissionsdaten für das Geschäftsjahr 2023/2024 starten, die in diesem Bericht vorgestellt werden.

Ein weiterer wichtiger Meilenstein war im Jahr **2024** die Veröffentlichung des ersten **Code of Conduct** (unter www.haircare-group.de/nachhaltigkeit), ein Verhaltenskodex, der MitarbeiterInnen und GeschäftspartnerInnen als Orientierung für ein rechtlich korrektes, soziales und ethisches Verhalten im Arbeitskontext dient.

Mit diesen strategischen Schritten hat baslerbeauty die Basis für eine fundierte und zukunftsorientierte Nachhaltigkeitsstrategie geschaffen. Im nächsten Kapitel werfen wir einen detaillierten Blick auf die **Nachhaltigkeitsstrategie** von baslerbeauty und die Maßnahmen, die wir für eine nachhaltige Entwicklung unseres Unternehmens ergreifen.





UNSERE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Die Nachhaltigkeitsstrategie der baslerbeauty GmbH & Co. KG basiert auf den drei zentralen Handlungsfeldern: Mensch, Umwelt und Sortiment. Diese Schwerpunkte ergeben sich sowohl aus unserer Zugehörigkeit zur Beautybranche als auch unserer Wertschöpfungskette. In den drei genannten Bereichen kann baslerbeauty gezielt Einfluss nehmen und aktiv zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen.

baslerbeauty hat für jedes der drei Handlungsfelder ein spezifisches Leitbild definiert. Die folgenden Abschnitte geben einen Überblick über die Leitbilder sowie die ihnen zugrunde liegenden Prinzipien.

MENSCH



UMWELT



SORTIMENT





MENSCH

Das Handlungsfeld **Mensch** bezeichnet die soziale Nachhaltigkeitsdimension von baslerbeauty und bezieht sich auf die MitarbeiterInnen, die KundInnen, die GeschäftspartnerInnen sowie die Gesellschaft.

Bei baslerbeauty steht der Mensch im Mittelpunkt. Wir unterstützen individuelle Entfaltung und Entwicklung, Vielfalt und ein respektvolles Miteinander im Unternehmen. In unserem Handeln beziehen wir die Bedürfnisse unserer KundInnen mit ein, während wir die Entwicklung unserer MitarbeiterInnen fördern, gesellschaftliche Verantwortung übernehmen und auf langfristige, vertrauensvolle Partnerschaften setzen.

• **KundInnen im Fokus:** Wir unterstützen unsere KundInnen durch individuelle Beratung und ein vielfältiges Produkt- und Dienstleistungsportfolio³ dabei, ihre einzigartige Schönheit und Persönlichkeit zu entfalten. Die Bedürfnisse unserer KundInnen spielen eine maßgebliche Rolle für uns.

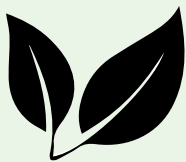
• **Vielfalt repräsentieren und fördern:** Wir lieben und leben Vielfalt. Sie ist für uns ein zentraler Wert, den wir in unserer Unternehmenskultur verankern und auch in unserem Marketing sichtbar machen.

• **Individuelle Entwicklung & Work-Live-Balance:** Wir bieten unseren MitarbeiterInnen die Chance, sich entsprechend ihrer individuellen Fähigkeiten zu entwickeln, und fördern die Balance von Beruf und Familie/Privatleben.

• **Gesellschaftliche Verantwortung:** Durch die Unterstützung sozialer Einrichtungen und Initiativen übernehmen wir gesellschaftliche Verantwortung für die Menschen in der Region.

• **Langfristige Partnerschaften:** Wir pflegen langjährige vertrauensvolle Beziehungen mit unseren GeschäftspartnerInnen.

³ Dieses umfasst das Dienstleistungsangebot unserer Filialen, darunter Services wie die Schminkschule, die Hairstylingschule, die Pflegeschule oder das Parfumdate sowie verschiedene Beautybehandlungen. Mehr zu unseren Services erfahren Sie unter: www.unique-baslerbeauty.de/services-behandlungen.



UMWELT

Das Handlungsfeld **Umwelt** bezeichnet unsere ökologische Nachhaltigkeitsdimension und bezieht sich auf die Verantwortung von baslerbeauty gegenüber der Umwelt und ihren Beitrag zu einer ökologischen Entwicklung.

Bei unserem täglichen Handeln achten wir auf einen verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt und ihren natürlichen Ressourcen. Wir vermeiden Verschwendung, versuchen den Verbrauch zu reduzieren und prüfen, ob es umweltfreundlichere Alternativen gibt. Durch die Umsetzung gezielter Maßnahmen in verschiedenen Geschäftsbereichen arbeiten wir daran, unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern.

- **Bewusster Ressourcenumgang:** Wir pflegen einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen, indem wir Verschwendung vermeiden, den Verbrauch reduzieren und umweltfreundlichere Alternativen prüfen.
- **Senkung der CO₂-Emissionen:** Wir möchten unseren CO₂-Fußabdruck und damit unsere Auswirkungen auf die Umwelt verringern und ergreifen Maßnahmen, um dies in den unterschiedlichsten Geschäftsbereichen umzusetzen.
- **Bewusstsein für Nachhaltigkeit stärken:** Wir fördern das Bewusstsein unserer MitarbeiterInnen und KundInnen für Nachhaltigkeit, durch Information und fundierte Beratung.



SORTIMENT

Das Handlungsfeld **Sortiment** bezieht sich auf das Produkt- und Markenangebot unseres Unternehmens und damit auf den Kern unserer Geschäftstätigkeit.

In unserem Sortiment bieten wir eine sorgfältig kuratierte Auswahl an Marken und Produkten. Wir entwickeln es laufend weiter und beziehen dabei soziale und ökologische Aspekte in unsere Entscheidungen mit ein. Bei der Sortimentsentwicklung priorisieren wir gerne nachhaltige, regionale, natürliche sowie cleane Marken und Produkte.

- **Priorisierung nachhaltiger, cleaner, regionaler, natürlicher Marken und Produkte:** Durch die Steigerung des Anteils nachhaltiger⁴, cleaner und natürlicher Marken und Produkte entwickeln wir unser Sortiment kontinuierlich weiter. Darüber hinaus fördern wir gerne Beautymarken aus der Region und präferieren Marken „Made in Germany“, da diese nicht nur besonders hohe Qualitäts- und Sozialstandards erfüllen, sondern durch die kürzeren Transportwege auch geringere CO₂-

Emissionen verursachen und wir damit lokale Wertschöpfungsketten stärken sowie innovative Konzepte vor Ort unterstützen

- **Retouren vermeiden:** Durch die gezielte Beratung der KundInnen durch unseren Kundenservice und die digitale E-Beratung sowie die persönliche Beratung in unseren Filialen durch unsere ExpertInnen minimieren wir Rücksendungen und tragen so zur Reduzierung von Emissionen und Vermeidung von Ressourcenverschwendung bei.

- **Kundenberatung:** Wir und unsere MarkenpartnerInnen vermitteln unseren MitarbeiterInnen Know-how über die Nachhaltigkeitsaspekte von Produkten und Marken. Damit verbessern wir nicht nur das Beratungsangebot, sondern helfen unseren KundInnen dabei, eine bewusste Kaufentscheidung zu treffen, und bieten Orientierung.

- **Kooperationen:** Gemeinsam mit PartnerInnen gehen wir Kooperationen ein, zur Umsetzung nachhaltiger Projekte und Aktionen.

⁴ Wir haben nachhaltige Marken für uns definiert. Diese Definition ist in Kapitel 6, Seite 31 ausgeführt. Nachhaltig setzen wir dabei nicht automatisch gleich mit natürlich, weshalb dieser Aspekt hier separat aufgeführt ist.



UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND ÖKONOMISCHE VERANTWORTUNG

Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung bildet das Fundament unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Sie vereint ökologische und soziale Verantwortung mit ökonomischer Nachhaltigkeit. Als mittelständisches Unternehmen verfolgen wir einen ganzheitlichen ESG-Ansatz, der sicherstellt, dass unsere Nachhaltigkeitsziele sowohl Umwelt- und Sozialaspekte als auch wirtschaftliche Tragfähigkeit berücksichtigen. Diese Balance schafft nicht nur die Grundlage für langfristigen Unternehmenserfolg und sichert die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens für kommende Generationen, sondern stützt auch eine langfristige nachhaltige Entwicklung.

Unsere ökonomische Nachhaltigkeit konzentriert sich vor allem auf wirtschaftliche Stabilität, Arbeitsplatzsicherheit und Wettbewerbsfähigkeit, insbesondere in herausfordernden wirtschaftlichen Zeiten. Durch effiziente Ressour-

cennutzung und langfristige Partnerschaften mit unseren GeschäftspartnerInnen schaffen wir die Grundlage für nachhaltiges Wachstum. Gleichzeitig stärken wir die Wirtschaft in unserer Region, indem wir Arbeitsplätze in den unterschiedlichsten Arbeitsbereichen schaffen.

Unsere ethischen Grundsätze für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung wurden in einem Code of Conduct der haircare.group verankert, der 2024 veröffentlicht wurde. In diesem werden verbindliche Prinzipien und Standards definiert, die wir als Selbstverpflichtung und zugleich als Maßstab für Integrität und Verantwortung zugrunde legen. Dieselben Mindeststandards erwarten wir auch von unseren GeschäftspartnerInnen – von ihnen wird von uns vorausgesetzt, dass sie in ihren Wirkungsbereichen soziale und ökologische Verantwortung übernehmen und ein ethisches Geschäftsverhalten praktizieren.

UNSERE NACHHALTIGKEITSZIELE

Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir basierend auf einer Wesentlichkeitsanalyse konkrete Ziele und Maßnahmen für die drei zentralen Handlungsfelder Mensch, Umwelt und Sortiment definiert. Diese Ziele bilden den strategischen Rahmen für die nachhaltige Entwicklung von baslerbeauty und konzentrieren sich auf die Umsetzung von Maßnahmen in den kommenden fünf Jahren, bis einschließlich 2030.

Unser Anspruch ist es, ökologische und soziale Verantwortung mit wirtschaftlichem Handeln

in Einklang zu bringen und so einen positiven Beitrag für alle Beteiligten, darunter unsere StakeholderInnen, zu leisten – von unseren MitarbeiterInnen und KundInnen bis hin zu unseren LieferantInnen und nicht zuletzt die Gesellschaft und Umwelt, in der wir agieren.

Die nachfolgende Tabelle gibt eine Übersicht über die strategischen Nachhaltigkeitsziele von baslerbeauty in den drei Handlungsfelder. Wie wir diese mittel- und langfristigen Ziele konkret umsetzen, wird in den folgenden Kapiteln genauer ausgeführt.

 MENSCH	 UMWELT	 SORTIMENT
		
<p>Weiterentwicklung der sozialen Unternehmenskultur</p>	<p>Senkung des CO₂-Fußabdrucks des Unternehmens</p>	<p>Entwicklung des Sortiments unter nachhaltigen⁵ Gesichtspunkten</p>
<p>Unser Ziel ist es, unsere von Vielfalt, individueller Entfaltung und Entwicklung, einem respektvollen Miteinander sowie vertrauensvollen Partnerschaften geprägte Unternehmenskultur weiterzuentwickeln.</p>	<p>Wir haben uns das Ziel gesetzt, bis 2030 unsere CO₂-Emissionen im Scope 1 & 2⁶ um - 50% zu senken sowie die Scope 3 Emissionen ebenfalls zu halbieren⁷.</p>	<p>Unser Ziel ist es, unser Sortiment kontinuierlich weiterzuentwickeln und insbesondere den Anteil der von uns als nachhaltig definierten Marken⁸ im Sortiment bis 2030 zu verdoppeln.</p>
<p>Weiterentwicklung des attraktiven Arbeitsumfelds und Stärkung der Mitarbeiterzufriedenheit</p> <p>Förderung der Aus- und Weiterbildung sowie Entwicklung unserer MitarbeiterInnen</p> <p>Einsatz für Vielfalt, Chancengleichheit und individuelle Entfaltung</p> <p>Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung durch die Unterstützung gemeinnütziger Einrichtungen und Initiativen</p>	<p>Senkung des Energieverbrauchs und Einsatz erneuerbarer Energien in der Firmenzentrale und den Filialen</p> <p>Verringerung der CO₂-Emissionen im Paketversand</p> <p>Ressourcenschonende Gestaltung und Optimierung unserer Marketingaktivitäten</p> <p>Unterstützung eines klimafreundlicheren Arbeitswegs unserer MitarbeiterInnen</p> <p>Weiterer Aufbau von Kompetenzen unserer MitarbeiterInnen und KundInnen in Bezug auf Nachhaltigkeit</p>	<p>Steigerung des Anteils nachhaltiger⁹, cleaner, regionaler, natürlicher Produkte und Marken im Sortiment</p> <p>Zusammenarbeit mit KooperationspartnerInnen zur Umsetzung von umweltbezogenen Projekten im Produkt- und Dienstleistungsportfolio</p> <p>Verbesserung der Kundenberatung zu Nachhaltigkeitsaspekten von Marken und Produkten</p> <p>Weiterhin Vermeidung von Retouren, u. a. durch individuelle Beratung</p> <p>Entwicklung eines Konzepts zur Förderung umweltfreundlicheren Recyclings von Kosmetikprodukten</p>

⁵ Soziale und ökologische Gesichtspunkte.

⁶ Die direkten Scope 1 Emissionen des Unternehmens (z. B. des Fuhrparks und der Gasheizung) sowie der indirekten Scope 2 Emissionen (z.B. aus eingekaufter Energie).

⁷ Im Vergleich zum GJ 2023/2024.

⁸ Wir haben nachhaltige Marken für uns definiert. Diese Definition ist in Kapitel 6, Seite 31 ausgeführt.

⁹ Siehe Anmerkung 8.

ÜBER DIESEN NACHHALTIGKEITSBERICHT

Der nachfolgende Bericht bezieht sich auf die baslerbeauty GmbH & Co. KG. Zu dieser gehören der baslerbeauty Onlineshop, die Verwaltung und der baslerbeauty Store am Standort Gansäcker 20 in Bietigheim-Bissingen¹⁰ sowie die stuttgarter UNIQUE by baslerbeauty Filialen. Der vorliegende Report betrachtet das zuletzt abgeschlossene Geschäftsjahr 2023/2024 (01. Juli 2023 bis 30. Juni 2024).

Die Gliederung des Nachhaltigkeitsberichts orientiert sich an den drei Handlungsfeldern Mensch, Umwelt und Sortiment. Diese Bereiche sind eng miteinander verknüpft – viele Nachhaltigkeitsprojekte wirken sich bereichsübergreifend aus und schaffen Synergien zwischen den Handlungsfeldern. Darüber hinaus beziehen wir uns in diesem Nachhaltigkeits-

bericht auf Sustainable Development Goals, um darzulegen, wie wir mit unserem Handeln versuchen, einen positiven Einfluss auf unsere unmittelbare Umgebung auszuüben und darüber hinaus auch zu einer globalen nachhaltigen Entwicklung beizutragen. Die 17 Sustainable Development Goals, globale Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen, bieten einen universell anerkannten Referenzrahmen, der Unternehmen dazu anregt, Verantwortung für eine nachhaltigere Zukunft zu übernehmen. Sie besitzen zudem einen hohen Wiedererkennungswert und sind für uns eine wertvolle Orientierung. Wir haben sechs SDGs identifiziert, bei denen wir einen positiven Beitrag leisten können. In den folgenden Kapiteln wird erläutert, wie baslerbeauty diese SDGs aktiv fördert und in die Unternehmensführung integriert.



¹⁰ Die österreichischen und schweizer baslerbeauty Stores sind anderen Firmierungen zugehörig und werden deshalb nicht in der CO₂-Bilanz sowie den Kennzahlen dieses Berichts berücksichtigt.



5 UMWELT

Bei baslerbeauty vereinen wir unsere Expertise, um gemeinsam die Beautywelt nachhaltiger zu gestalten. Als Teil der Beautybranche sind wir uns unserer Verantwortung bewusst und setzen uns aktiv dafür ein, unsere Geschäftspraktiken umweltfreundlicher zu gestalten und unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren.

Unser Fokus liegt dabei besonders auf einem bewussten Umgang mit natürlichen Ressourcen, der Minimierung von Emissionen und der Optimierung unserer Prozesse entlang der Wertschöpfungskette. Dabei prüfen wir umweltfreundliche Alternativen und setzen gezielt Maßnahmen um, die sowohl ökologische als auch wirtschaftliche Aspekte in Einklang bringen.

Wir sind überzeugt, dass eine nachhaltige Entwicklung nur durch langfristiges Engagement und stetige Verbesserungen möglich ist. Deshalb arbeiten wir daran, umweltfreundlichere Lösungen in unsere täglichen Abläufe zu integrieren und gemeinsam mit unseren GeschäftspartnerInnen und StakeholderInnen weitere Fortschritte zu erzielen.

In den folgenden Abschnitten wird erläutert, wie wir diese Verantwortung bei baslerbeauty konkret umsetzen und welche Schritte wir unternehmen, um unsere umweltbezogenen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

ZIEL

Wir haben uns das Ziel gesetzt, bis 2030 die Scope 1 & 2 Treibhausgasemissionen¹¹ der baslerbeauty GmbH & Co. KG um -50% zu senken und ebenso die Scope 3 Emissionen zu halbieren, gemessen in Tonnen CO₂e im Vergleich zum Geschäftsjahr 2023/2024.

Um konkrete Ziele zur Reduktion des Corporate Carbon Footprints ableiten und den Erfolg von Maßnahmen messen zu können, wurde 2023 mit der Erfassung der direkten und indirekten CO₂e-Treibhausgasemissionen des Unternehmens nach dem Greenhouse Gas Protocol in den Scope 1 und 2 sowie in Teilen der vor- und nachgelagerten Scope 3 Emissionen begonnen.

¹¹ Nach den Dimensionen des Greenhouse Gas Protocols.



MASSNAHMEN

Senkung des Energieverbrauchs und Einsatz erneuerbarer Energien in der Firmenzentrale und den Filialen

Wir sehen in der Senkung unseres Energieverbrauchs und dem zunehmenden Einsatz erneuerbarer Energien ein großes Potenzial, um unseren CO₂-Fußabdruck schrittweise zu reduzieren. Vor diesem Hintergrund arbeiten wir an Reduktionsmaßnahmen, um unseren Energieverbrauch zu senken und prüfen den Einsatz von Energie aus erneuerbaren Quellen.

Durch die **Reduzierung unseres Energieverbrauchs und den schrittweisen Einsatz erneuerbarer Energien** senken wir langfristig nicht nur unseren CO₂-Fußabdruck, sondern auch unsere Kosten und unsere Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen. Gleichzeitig stehen wir vor Herausforderungen wie steigenden Energiepreisen, wachsenden regulatorischen Anforderungen und dem notwendigen Investitionsaufwand, der berücksichtigt werden muss. Hinzu kommen bestehende, z. T. langjährige Vertragsbindungen am Standort unserer Firmenzentrale, die nicht nur die baslerbeauty GmbH & Co. KG betreffen, sondern ebenso weitere Unternehmen der haircare.group. Die begrenzte Verfügbarkeit nachhaltiger Energie aus erneuerbaren Quellen für Unternehmen erschwert zusätzlich die Umsetzung von Maßnahmen, da uns aufgrund der benötigten Mengen im B2B Bereich vor allem durch Offsetting klimakompensierte Lösungen angeboten werden, die zwar Emissionen ausgleichen, jedoch keine tatsächliche Vermeidung von CO₂-Emissionen bewirken.

In den vergangenen Jahren, insbesondere zum Start der Energiekrise 2021, wurden Maßnahmen getroffen, um den **Strom- und Gasverbrauch des Unternehmens zu senken**, u. a. durch den Einsatz von LEDs, Bewegungsmeldern und Standby-Stoppfern sowie durch die Optimierung der Heizungsanlage

in der Unternehmenszentrale und die Sensibilisierung der MitarbeiterInnen in Bezug auf Energiesparmaßnahmen. Dadurch konnte der Gasverbrauch in der Firmenzentrale von 2021 auf 2022 um -16% und der Stromverbrauch trotz gesteigener Betriebstätigkeit um -7% gesenkt werden. Ebenso wurde der Energiebedarf in den UNIQUE by baslerbeauty Parfümerien optimiert, u. a. durch den Einsatz von LEDs.

Eine weitere Maßnahme zur Senkung der Scope 1 und 2 Emissionen ist die **schrittweise Umstellung auf regenerative Energiequellen** an allen baslerbeauty Standorten. Im Jahr 2021 wurde in zwei der UNIQUE by baslerbeauty Filialen auf Ökostrom umgestellt, um den Umstieg der Filialen auf erneuerbare Energien zu starten. Aufgrund der Energiekrise und der damit verbundenen gestiegenen Kosten mussten wir diese Maßnahme jedoch vorübergehend zurücknehmen. Zum Geschäftsjahr 2023/2024 haben wir nun einen entscheidenden Schritt getan und den **Strom in allen Parfümerien auf Ökostrom umgestellt**. Ein wesentlicher Baustein in der Reduktionsstrategie unserer Emissionen ist der Umstieg auf regenerative Energien an weiteren Standorten. Dazu zählen die Umstellung auf Ökostrom sowie der Einsatz von Biogas oder CO₂-kompensiertem Erdgas in der Firmenzentrale und der Parfümerie Wernlinstraße, die ebenfalls mit Erdgas beheizt wird. In den kommenden Jahren müssen dabei bestehende vertragliche Verpflichtungen innerhalb der haircare.group sowie externe Faktoren wie steigende Energiepreise berücksichtigt werden. Ein flächendeckender Einsatz von 100% erneuerbaren Energien ist aktuell nicht möglich, da sich unsere Filialen in gemieteten Objekten befinden, deren Energieversorgung wir nicht direkt beeinflussen können. Gerade an diesen Standorten setzen wir deshalb gezielt auf Energiesparmaßnahmen, um den Energieverbrauch weiter zu reduzieren.



Verringerung der CO₂-Emissionen im Paketversand & Transport

Durch den Einsatz **klimafreundlicherer Versandoptionen** möchten wir die Emissionen des nachgelagerten Transports der baslerbeauty Pakete bis 2030 im Vergleich zum GJ 2023/2024 halbieren. Durch diese Maßnahme können wir voraussichtlich über 160 Tonnen CO₂e-Emissionen jährlich einsparen. Als Online-Versandhändler stellen insbesondere die Scope 3 Emissionen, die durch den nationalen und internationalen Versand der Onlineshop-Pakete entstehen, einen wesentlichen Teil der CO₂-Bilanz dar, da diese für 90% der Scope 3 Emissionen und ca. 82% der gesamten CO₂-Bilanz ursächlich sind. Daher ist es von besonderer Relevanz, nicht nur in Hinblick auf die Internationalisierung von baslerbeauty und die damit jährlich zunehmende Zahl an Sendungen, diese Emissionen zu reduzieren, um den CO₂-Fußabdruck von baslerbeauty zu verringern und einen Schritt Richtung Corporate Net Zero zu gehen.

Bei der **Reduktion von CO₂-Emissionen im nachgelagerten Versand und Transport** müssen verschiedene Herausforderungen berücksichtigt werden. Dazu zählen bestehende Verträge mit Versanddienstleistern sowie ein, abgesehen von CO₂-Kompensationsangeboten¹², nach wie vor begrenztes Angebot an klimafreundlichen Versandoptionen z. B. durch E-Fahrzeuge, insbesondere im internationalen Versand. Zudem sind nachhaltige Alternativen meist mit höheren Kosten verbunden, was sich in Kombination mit den in den letzten Jahren gestiegenen Versandkosten direkt auf die Versandkosten pro Paket für unsere KundInnen auswirkt. Dennoch birgt dieser Bereich großes Potenzial zur Senkung unserer Scope 3 Emissionen und kann einen Wettbewerbsvorteil darstellen. Unsere Flexibilität bei der Wahl von VersandpartnerInnen sowie die zunehmende nachhaltige Entwicklung in der Logistikbranche eröffnen uns die Möglich-

keit, schrittweise emissionsärmere Transportlösungen zu integrieren und Paketsendungen klimafreundlicher zu gestalten – sei es durch CO₂-Kompensation oder emissionsärmere Zustellungsmethoden.

Die Maßnahmen zur Senkung der CO₂-Emissionen im nachgelagerten Transport betreffen ebenso den **Versand unserer Printmaterialien**, wie den unseres jährlich erscheinenden Katalogs und den unserer Printmailings. Diese versenden wir seit 2022 **CO₂e-kompensiert über den GoGreen und GoGreen Plus Versand der Deutschen Post**. Damit konnten wir im GJ 2023/2024 zertifiziert¹³ 17,45 t CO₂e-Emissionen und seit der Einführung summiert 57,36 t CO₂e-Emissionen kompensieren¹⁴. Zusätzlich konnten wir summiert 418,8 kg CO₂e-Emissionen mit Insetting-Maßnahmen durch GoGreen Plus Versendung¹⁵ vermeiden.



Durch den **Einsatz von wiederverwendbaren Transportboxen** aus Kunststoff und Eurobehältern für den innerbetrieblichen Warenfluss, reduzieren wir nicht nur den Einsatz von Einwegplastik, sondern tragen auch aktiv zur Abfallvermeidung in unserer Firmenzentrale, dem Zentrallager und den Parfümerien bei. Mit diesen Lösungen optimieren wir nicht nur unseren Transportprozess, sondern fördern zudem eine ressourcenschonende Logistik, was uns langfristig nicht nur ökologische, sondern auch ökonomische Vorteile bietet.

¹² Carbon Offsetting Maßnahmen: Maßnahmen, um nicht vermeidbare CO₂-Emissionen durch Investitionen in Klimaschutzprojekte auszugleichen.

¹³ Jeweils zur Hälfte anteilig an den Jahren 2023 und 2024, nachgewiesen durch ausgestellt GoGreen Zertifikate der Deutschen Post.

¹⁴ Die DHL Group hat die durch Transport und Logistik entstandenen Treibhausgasemissionen berechnet und durch Ausgaben in weltweite, registrierte Klimaschutzprojekte ausgeglichen (s.u.: <https://group.dhl.com/klimaschutzprojekte>). SGS (Société Générale de Surveillance) hat die berechneten Treibhausgasemissionen und deren Kompensation für diese Zeiträume entsprechend dem Carbon Management System und gemäß dem „Greenhouse Gas Protocol – Product Life Cycle Accounting und Reporting Standard“ verifiziert.

¹⁵ Post & Paket Deutschland hat die Treibhausgasemissionen durch folgende Insetting-Maßnahmen für Nutzer der GoGreen Plus-Produkte und -Services reduziert: Einsatz von Biogas- und Elektro-LKW, Einsatz von hydriertem Pflanzenöl als Kraftstoff, Einspeisung von Biogas als Energieträger ins deutsche Erdgasnetz, Einsatz von Wärmepumpen in betriebseigenen Gebäuden, Einsatz von elektrisch angetriebenen Zustellfahrzeugen.



Ressourcenschonende Gestaltung und Optimierung unserer Marketingaktivitäten

Ein weiterer Aspekt unserer Nachhaltigkeitsstrategie betrifft die Gestaltung unserer Marketingaktivitäten unter ökologischen Gesichtspunkten, insbesondere hinsichtlich der Ressourcenschonung. Hier arbeiten wir an der Optimierung der Prozesse und versuchen, wo immer möglich, nachhaltige Alternativen zu implementieren.

Maßnahmen betreffen u. a. die **Printkommunikation** mit unseren KundInnen, die trotz zunehmender digitaler Kundenansprache und Priorisierung digitaler Newsletter für einige KundInnen weiterhin von großer Bedeutung ist. Insbesondere Teile unsere älteren Zielgruppen erreichen wir ausschließlich über unseren baslerbeauty Katalog und unsere Printnewsletter. Eine ausschließlich digitale Kommunikation mit unseren baslerbeauty KundInnen würde Teile unserer Kundengruppe ausschließen, was sowohl unter ökonomischen als auch unter sozialen Gesichtspunkten von Nachteil wäre.

Neben dem bereits erwähnten **nachhaltigeren Versand der Printkommunikation, kompensieren wir daher seit 2025 den Druck des jährlich erscheinenden Katalogs** mit dem Wiederaufforstungsprojekt **Evers ReForest**. Mit der Erstaufforstung von Laubmischwäldern in Deutschland konnte baslerbeauty zertifiziert 82.325 kg CO₂ des Katalogdrucks mit ReForest kompensieren.



Darüber hinaus werden Maßnahmen getroffen, um den allgemeinen **Papierverbrauch im Unternehmen zu senken**. Zum Beispiel mit der deutlichen Reduzierung des baslerbeauty Katalogs in 2024, wodurch schätzungsweise 230.000 Kilo-

gramm CO₂ jährlich eingespart werden können. Zudem wurden in diesem Jahr die Rechnungen und Lieferscheine auf ein kleineres A5 Format umgestellt, womit ca. 2/3 des bisher benötigten Papiers eingespart werden können. Dies entspricht etwa 4,6 Tonnen Papier pro Jahr. Durch diese und ähnliche Anpassungen können nicht nur der Papierverbrauch, sondern ebenso die Betriebskosten gesenkt werden.

Ein zentraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist die **ressourcenschonendere Gestaltung und Optimierung unserer Marketingaktivitäten am Point of Sale**. Dies umfasst unter anderem den gezielten und bedarfsgerechten Einsatz von Kampagnenplakaten in enger Abstimmung mit unseren MarkenpartnerInnen sowie die sukzessive Integration umweltfreundlicherer Alternativen wie **digitaler Werbeelemente** (z. B. Bildschirme, digitale Stelen) und des innovativen MAGNWALL-Systems. Das modulare **MAGNWALL-Schaufensterkonzept** ermöglicht eine flexible und wiederverwendbare Präsentation von Marken- und Produktkampagnen. Die Stoffplakate werden magnetisch befestigt und können mehrfach eingesetzt werden – dies reduziert nicht nur den Materialeinsatz und den Abfall, sondern senkt auch langfristig die Kosten und kann durch ein Vermietungskonzept refinanziert werden. Für dieses nachhaltige Konzept wurde MAGNWALL zusammen mit UNIQUE by baslerbeauty im Jahr 2021 mit dem German Innovation Award in der Kategorie Excellence in Business to Business – Retail & Trade Solutions ausgezeichnet. Damit vereint das MAGNWALL-Schaufensterkonzept ökologische Verantwortung mit ökonomischer Effizienz und war ein essentieller Schritt in der nachhaltigen Transformation unserer Werbemaßnahmen.





Um Abfall zu vermeiden und Ressourcen zu schonen, haben wir 2023 in unseren UNI-QUE by baslerbeauty Parfümerien und dem baslerbeauty Store den **digitalen Kassenbon mit anybill** eingeführt. Diese umweltfreundlichere Alternative ersetzt herkömmliche Bons aus schlecht recycelbarem Thermopapier und trägt damit zur Reduktion des Papierverbrauchs, von CO₂-Emissionen sowie des mit der Produktion und Entsorgung verbundenen Ressourcenaufwands bei. Unsere KundInnen werden gezielt auf diese digitale Option hingewiesen, um das Bewusstsein für nachhaltige Alternativen zu stärken und gemeinsam mit unseren KundInnen einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz zu leisten.



Wenn KundInnen dennoch einen physischen Kassenbon wünschen, stellen wir diesen ausschließlich auf sogenannten „**blauen Kassenzetteln**“ von **Blue4est®** aus. Das blaue Thermopapier aus dem Schwarzwald stammt aus nachhaltiger Forstwirtschaft (FSC-zertifiziert), ist frei von Bisphenol-A und anderen chemischen Entwicklern und kann über das Altpapier entsorgt und damit einfacher recycelt werden.

Unterstützung eines klimafreundlicheren Arbeitswegs unserer MitarbeiterInnen

Wir unterstützen unsere MitarbeiterInnen dabei, klimafreundlicher zur Arbeit zu kommen. Im GJ 2023/2024 haben rund 56% unserer MitarbeiterInnen den öffentlichen Nahverkehr genutzt, um zur Arbeit zu gelangen. Insgesamt werden 64% der von unseren MitarbeiterInnen zurückgelegten Pendelkilometer mit dem ÖPNV zurückgelegt. Unser Ziel ist es, nachhaltige Mobilität für unsere MitarbeiterInnen noch attraktiver zu machen und den Anteil der MitarbeiterInnen, die klimafreundlich zur Arbeit kommen, bis 2030 auf 70% zu steigern.

Hier sehen wir eine besondere Chance im aktuellen gesellschaftlichen Umdenken bezüglich nachhaltiger Mobilität und dem wachsenden Bewusstsein für Nachhaltigkeit. Eine besondere Stärke dieses Ziels ist darüber hinaus die positive Wirkung auf die Mitarbeitergewinnung und -bindung sowie die Gesundheitsförderung durch Programme, wie das Jobrad. Eine potenzielle Herausforderung bei der Umsetzung dieses Nachhaltigkeitsziels könnte die Akzeptanz oder Bereitschaft der MitarbeiterInnen sein, auf klimafreundliche Mobilitätsalternativen umzusteigen, insbesondere wenn diese mit persönlichem Aufwand oder längeren Pendelzeiten verbunden sind. Eine weitere Herausforderung besteht hier u. a. aufgrund der zum Teil begrenzten ÖPNV-Anbindung, insbesondere an unserer Firmenzentrale in Bietigheim-Bissingen.

Maßnahmen zur **Unterstützung eines klimafreundlicheren Arbeitswegs**, die wir derzeit bereits umsetzen, sind u. a. die Bereitstellung des Deutschlandtickets für unsere Parfümerie-MitarbeiterInnen. Zusätzlich unterstützen wir aktiv das Jobrad-Leasing, um nachhaltige Mobilität noch attraktiver zu machen. Darüber hinaus prüfen wir den Ausbau der E-Ladefranchise an unserem Firmenstandort. Derzeit stehen unseren MitarbeiterInnen zwei Lademöglichkeiten für E-Autos zur Verfügung. Insbesondere vor dem Hintergrund der eingeschränkten ÖPNV-Anbindung des Standorts sehen wir hier je nach Investitionsaufwand und technischer Umsetzung eine Möglichkeit, den nachhaltigen Arbeitsweg unserer MitarbeiterInnen zu fördern.

Mit diesen Mobilitätsmaßnahmen für unsere MitarbeiterInnen möchten wir sowohl einen ökologischen als auch sozialen Mehrwert schaffen, der gleichzeitig unsere Arbeitgeberattraktivität erhöht und der Umwelt zugutekommt.



Weiterer Aufbau von Kompetenzen unserer MitarbeiterInnen und KundInnen in Bezug auf Nachhaltigkeit

Über unseren Onlineshop, unsere Parfümerien und viele verschiedene Kommunikationskanäle besitzen wir eine große Reichweite. Diese möchten wir gezielt nutzen, um nachhaltiges Handeln und Verantwortung zu fördern – intern wie extern.

Daher möchten wir unser bisheriges Nachhaltigkeitsziel, den **Aufbau von Kompetenzen unserer MitarbeiterInnen und KundInnen in Bezug auf Nachhaltigkeit und ihres Nachhaltigkeitsbewusstseins**, auch in den kommenden Jahren weiter fortführen.

Unsere Maßnahmen umfassen unter anderem: die **Entwicklung digitaler Inhalte** (z. B. Blogbeiträge, Newsletter, Social Media Kampagnen) für unsere KundInnen, die transparent über nachhaltige Produkte und Marken, Inhaltsstoffe, Recyclingmöglichkeiten und bewussten Konsum informieren. Dies umfasst zudem die **Förderung bewusster Kaufentscheidungen**

durch eine transparente Kommunikation der Nachhaltigkeitsaspekte von Produkten und Marken im Onlineshop und die Beratung in den Filialen (mehr dazu im nachfolgenden Kapitel).

Darüber hinaus haben wir eine unternehmensinterne bereichsübergreifende **Nachhaltigkeitsgruppe**, in der Ideen ausgetauscht und gemeinsam praxisnahe Lösungsansätze und Maßnahmen erarbeitet werden, um Unternehmensprozesse ökologischer zu gestalten und Nachhaltigkeit weiter im Arbeitsalltag zu integrieren. Über interne Kommunikationskanäle sensibilisieren wir unsere MitarbeiterInnen für Themen wie verantwortungsvollen Ressourcenumgang und umweltbewusstes Handeln im Arbeitsalltag. Auf diese Weise entsteht eine informierte und bewusste Unternehmenskultur, die nachhaltigen Konsum nicht nur extern kommuniziert, sondern auch intern integriert.

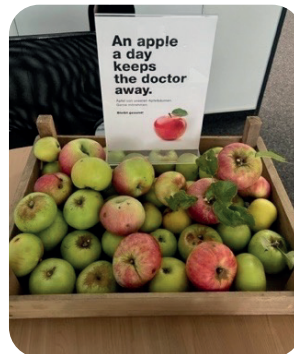
Durch die transparente Information, den Wissenstransfer und Wissensaustausch sowie durch die Sensibilisierung möchten wir umweltbewusstes Verhalten fördern – bei uns im Unternehmen und unseren Kundinnen.



WEITERE MASSNAHMEN

Im Rahmen unseres Engagements für Nachhaltigkeit haben wir am Firmenstandort eine **bienenfreundliche Blumenwiese angelegt sowie 11 weitere Apfelbäume gepflanzt**. Mit diesen grünen Flächen möchten wir nicht nur einen wertvollen Lebensraum für Bienen und andere Insekten schaffen, sondern auch einen Beitrag zur lokalen Artenvielfalt und zu einem gesunden Ökosystem bei uns am Standort in Bietigheim-Bissingen leisten. Die Bäume speichern über ihre Wurzeln Wasser und schützen so die Böden vor Dürre und Austrocknung, während sie gleichzeitig CO₂ binden und das lokale Mikroklima unterstützen, indem sie an heißen Tagen Tieren Schatten spenden und die Umgebungstemperatur regulieren. Die bienenfreundliche Blumenwiese bietet nicht nur Nektar und Pollen als Nahrungsquelle, sondern unterstützt auch das natürliche Gleichgewicht durch die Ansiedlung vielfältiger Insektenarten. Wir legen großen Wert auf eine nachhaltige Pflege dieser Grünflächen, etwa durch den Verzicht auf chemische Pestizide und eine angepasste Mahd, um die Blühphasen optimal zu erhalten.

Zudem unterstützt baslerbeauty **nachhaltige Projekte zum Schutz der Umwelt**. Als regionaler Produzent und Anbieter von Haarpflege- und Kosmetikprodukten sind wir uns unserer Verantwortung gegenüber der Umwelt bewusst und fördern vor diesem Hintergrund Projekte, die zum Umweltschutz beitragen. Darunter z. B. die Initiative **„Hair Help the Oceans“**, die baslerbeauty seit 2023 im Rahmen einer Media Kooperation unterstützt. Hair Help the Oceans macht sich die besonderen Eigenschaften von Haaren zunutze, um aus abgeschnittenen Haaren von Friseursalons, die andernfalls entsorgt werden, Haarfilter zur Reinigung von durch Öl, Benzin und Sonnenmilch verschmutzten Gewässern herzustellen. baslerbeauty hat hier die enorme Reichweite unter Friseursalons und Onlineshop-Kunden genutzt, um auf die Initiative aufmerksam zu machen und so einen Beitrag gegen Umweltverschmutzung von Gewässern und den Schutz des Lebensraums von Fischen und anderen Meeresbewohnern zu unterstützen.



wir sind partner



Gemeinsam das Meer retten!
Mit abgeschnittenen Haaren Meere, Seen und Flüsse reinigen.





UMWELT – KENNZAHLEN

Im Zuge der Erstellung dieses Nachhaltigkeitsberichts wurde zum ersten Mal der **Corporate Carbon Footprint (CCF)** d. h. die Treibhausgasemissionen im Scope 1 bis 3 der baslerbeauty GmbH & Co. KG berechnet. Diese Berechnungen werden in den kommenden Jahren die Vergleichsbasis für die Entwicklungen und Erfolgsmessung der Nachhaltigkeitsziele bilden. Die CO₂e-Emissionen wurden auf Basis des **Greenhouse Gas (GHG) Protocol** berechnet, weltweit anerkannte Standards und Leitlinien zur Bilanzierung von Treibhausgasemissionen. Dieses Protokoll unterteilt die direkten und indirekten Emissionen nach ihrem Ursprung in drei Kategorien, so genannte Scopes:

Scope 1 umfasst alle direkten Emissionen der baslerbeauty GmbH & Co. KG aus unternehmenseigenen oder kontrollierten Quellen, z. B. den Verbrauch von Erdgas oder Heizöl für die Beheizung der Firmenzentrale sowie die Verbrennung von fossilen Brennstoffen des unternehmenseigenen Fuhrparks.

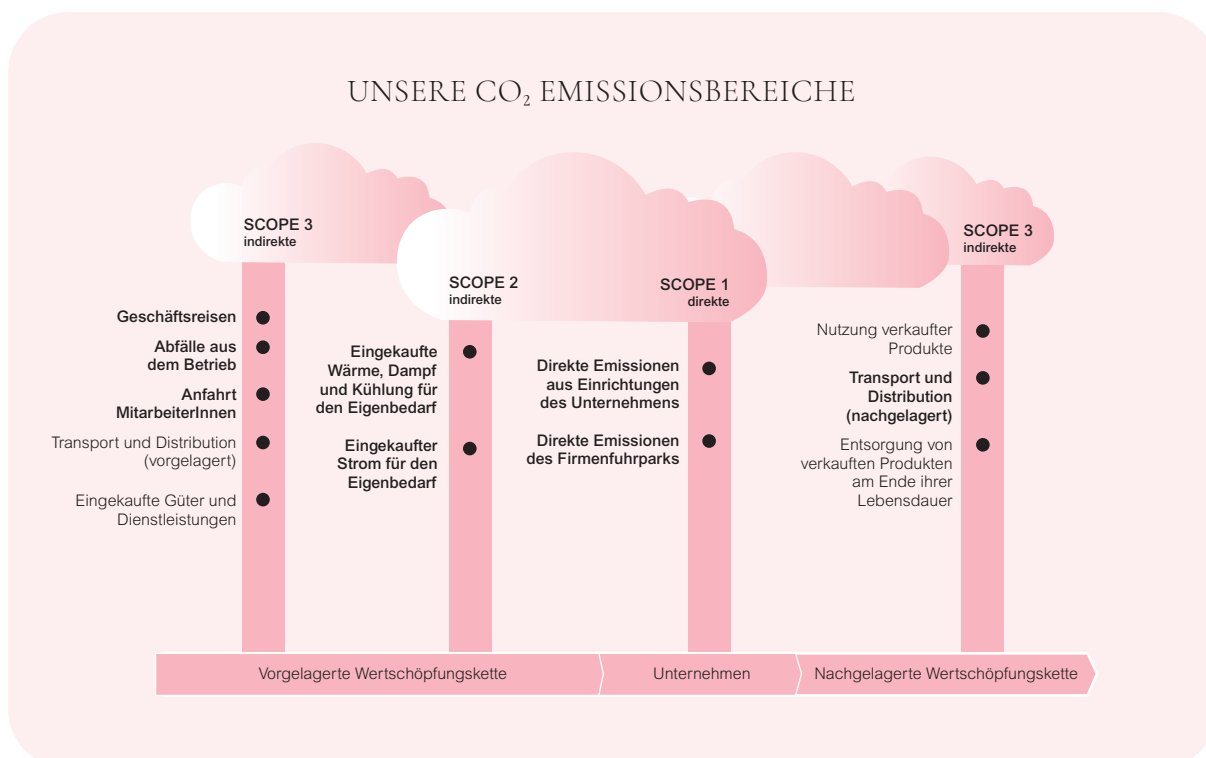
Scope 2 beinhaltet alle indirekten Emissionen aus eingekaufter Energie. Etwa Strom, Wärme oder Kühlung, sowohl für die UNIQUE by baslerbeauty-Parfümerien als auch für die Zentrale.

Scope 3 erfasst alle weiteren indirekten Emissionen entlang der Wertschöpfungskette, sowohl in der

vorgelagerten Wertschöpfungskette („upstream“ z. B. aus der Herstellung eingekaufter Produkte) als auch in der nachgelagerten Wertschöpfungskette („downstream“ z. B. durch den Transport, die Nutzung und Entsorgung verkaufter Produkte).

Die transparente Bilanzierung dieser Emissionen ermöglicht eine fundierte Ermittlung von Reduktionsmöglichkeiten und die Ableitung entsprechender Maßnahmen. Durch die Berechnung unseres Corporate Carbon Footprints wird für unser Unternehmen sichtbar, in welchem Bereich die meisten Emissionen verursacht werden sowie die Stell-schrauben, um diese effektiv zu reduzieren.

Die folgenden Emissionsberechnungen wurden auf Basis des **Market-Based-Approach** durchgeführt, sofern entsprechende Daten verfügbar waren. Andernfalls erfolgte die Kalkulation nach dem **Location-Based-Approach**. Wo immer unternehmensspezifische Emissionsfaktoren vorlagen, wurden diese als Grundlage der CO₂e-Berechnungen herangezogen. In allen anderen Fällen wurden Durchschnittswerte aus anerkannten Datenquellen wie GEMIS, ProBas, dem Umweltbundesamt sowie dem Informationsblatt des Bundesamtes für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle zur Berechnung verwendet. Die Ergebnisse der Emissionsberechnungen werden nachfolgend in Tonnen CO₂-Äquivalent¹⁶ (CO₂ equivalents) ausgewiesen.

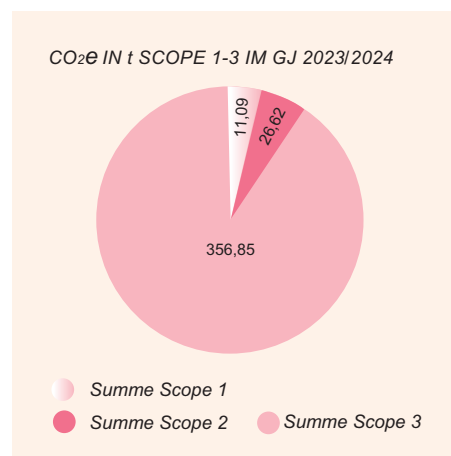
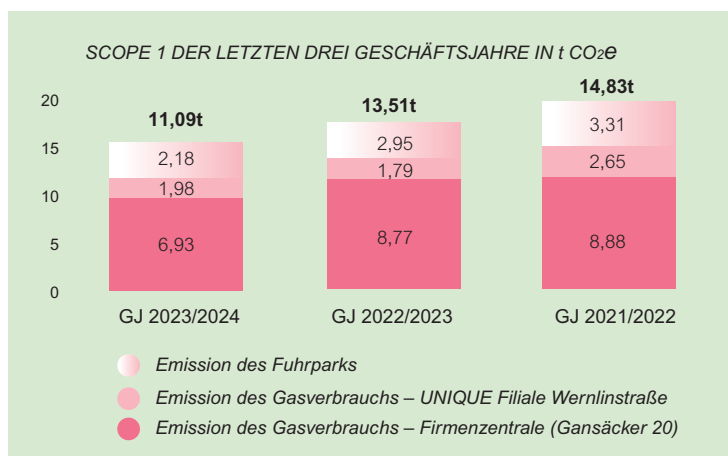




Der **Scope 1** der baslerbeauty GmbH & Co. KG umfasst die anteiligen Emissionen aus der Erdgasverbrennung der Gasheizung in der Firmenzentrale¹⁷ Bietigheim-Bissingen und der Gasheizung der UNIQUE by baslerbeauty Filiale Wernlinstraße sowie Emissionen des Fuhrparks. Diese Emissionen betragen im GJ 2023/2024 11,09 t CO₂e. Durch Energiesparmaßnahmen und Verbrauchs-

optimierungen konnte im vergangenen Geschäftsjahr eine Senkung der CO₂e-Emissionen von -17,9% zum vorherigen Geschäftsjahr erreicht werden. Durch weitere Maßnahmen sollen diese Emissionen in Summe mit den Scope 2 Emissionen des Unternehmens in den nächsten 5 Jahren um die Hälfte gesenkt werden im Vergleich zum GJ 2023/2024.

Emissionen baslerbeauty in t CO ₂ e	GJ2023/2024	GJ2022/2023	GJ2021/2022
FIRMENZENTRALE (GAS) ¹⁸	6,93	8,77	8,88
WERNLINSTRASSE (GAS) ¹⁹	1,98	1,79	2,65
FUHRPARK	2,18	2,95	3,31
SUMME SCOPE 1	11,09 t CO₂e -17,9%	13,51 t CO₂e -8,95%	14,83 t CO₂e



¹⁶ Die Einheit CO₂ Äquivalente / Equivalents (CO₂e) umfasst verschiedene Arten von Treibhausgasen, die zur besseren Vergleichbarkeit gemäß ihres globalen Erwärmungspotenzials in äquivalente Menge an Kohlendioxid umgerechnet werden.

¹⁷ Inklusive der Verwaltung und des baslerbeauty Stores Bietigheim-Bissingen. Die Emissionen wurden auf Basis des anteiligen Verbrauchs der baslerbeauty GmbH & Co.KG am Standort Gansäcker 20 in Bietigheim-Bissingen berechnet.

¹⁸ Berechnet auf Basis der Durchschnittswerte aus den jeweiligen Kalender-Jahreshälften Halbjahr 2 Vorjahr + Halbjahr 1.

¹⁹ Leicht abweichender Abrechnungszeitraum (August-Juli) zum Geschäftsjahr (Juli-Juni).



Der **Scope 2** des Corporate Carbon Footprints der baslerbeauty GmbH & Co. KG umfasst die anteiligen indirekten Emissionen, verursacht durch den eingekauften Strom in der Zentrale Gansäcker 20 der haircare.group am Standort Bietigheim-Bissingen sowie den bezogenen Strom der drei UNIQUE by baslerbeauty Filialen. Hinzu kommen die Emissionen aus der bezogenen Fernwärme & Kälte der gemieteten Räumlichkeiten der Filialen. Die Scope 2 Emissionen der baslerbeauty GmbH & Co. KG betragen im

GJ 2023/2024 26,61 t CO₂e. Dies entspricht einer Senkung der Emissionen im Vergleich zum vorherigen GJ 2022/2023 um -35,47%. Diese signifikante Senkung der Emissionen ist vor allem auf die Umstellung der Filialen in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahrs auf Ökostrom zurückzuführen. Die Schwankung in GJ 2022/2023 ist bedingt durch die kurzzeitige Umstellung von Grünstrom in 2021/2022 auf nicht erneuerbare Energie in 2022/2023 aufgrund der gestiegenen Kosten während der Energiekrise.

Emissionen baslerbeauty in t CO ₂ e	GJ2023/2024	GJ2022/2023	GJ2021/2022
STROM			
FIRMENZENTRALE*	11,24	11,37	12,51
FILIALE H (HIRSCHSTRASSE)	5,28	10,35	8,92
FILIALE W (WERNLINSTRASSE)	1,40	3,71	1,76
FILIALE K (KILLESBERGHÖHE)	2,16	8,37	4,03
EMISSIONEN AUS ENERGIEVERBRAUCH GEMIETETE RÄUMLICHKEITEN			
FERNWÄRME FILIALE H	1,10 ²⁰	1,18 ²¹	1,57
KÄLTE FILIALE K ²²	1,86 ²³	2,07 ²⁴	1,95
WÄRME FILIALE K	3,57 ²⁵	4,19	4,68
SUMME SCOPE 2	26,61 t CO₂e	41,24 t CO₂e	35,42 t CO₂e

*Inklusive des baslerbeauty Stores Bietigheim-Bissingen

²⁰ Da zum Zeitpunkt der Berechnungen noch keine Zahlen zum Stromverbrauch der Jahre 2023 und 2024 für die Filiale Hirschstraße vorlagen, wurde für das GJ 2022/2023 sowie GJ 2023/2024 mit dem Jahreswert aus 2022 als Annahmewert gerechnet.

²¹ S.o.

²² Das Gebäude, in dem sich die Filiale Killesberg befindet, wird mit einem Blockheizkraftwerk (BHKW) beheizt und mit diesem Strom für die Klimaanlage erzeugt.

Hier wird mit der Annahme gerechnet, dass dieses mit Erdgas betrieben wird. Die Energiequelle können wir als Mieter nicht beeinflussen, weshalb sie dem Scope 2 zugeordnet wird.

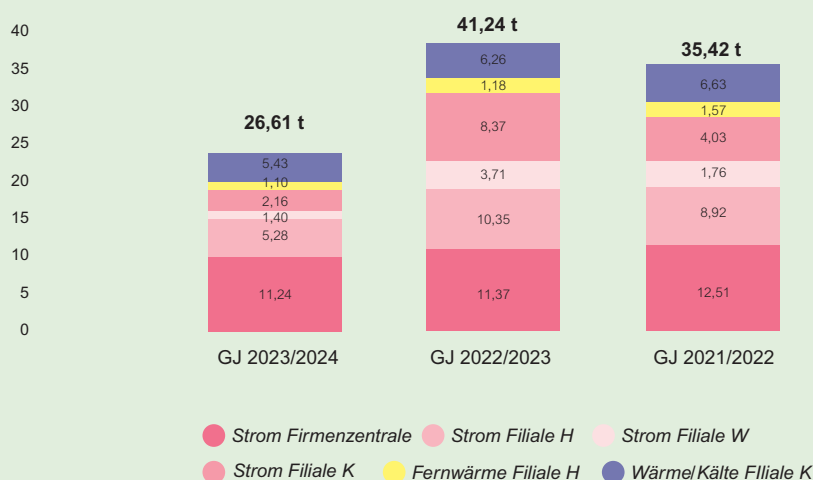
²³ Kalenderjahr 2023 (Verbrauchsdaten für 2024 lagen zum Zeitpunkt der Berechnung noch nicht vor)

²⁴ Kalenderjahr 2022 (Verbrauchsdaten für 2023 lagen zum Zeitpunkt der Berechnung noch nicht vor)

²⁵ Siehe Anmerkung 23



SCOPE 2 DER LETZEN DREI GESCHÄFTSJAHRE IN t CO₂e



Die nachfolgende Übersicht gibt einen Einblick in den Energieverbrauch des Unternehmens der letzten drei Geschäftsjahre sowie den Anteil verschiedener Energiequellen des Scope 1 und 2. Da zum Zeitpunkt der Berechnungen

noch nicht alle Verbrauchsdaten vorlagen, wurde z. T. mit Annahmewerten aus den Vorjahren gerechnet. Diese werden bei Vorlage der Daten rückberechnet und in nachfolgenden Berichten veröffentlicht.

Energiequelle	GJ2023/2024			GJ2022/2023	GJ2021/2022
	FIRMENZENTRALE (kWh)	FILIALEN (kWh)	GESAMT (kWh)	GESAMT (kWh)	GESAMT (kWh)
STROMMIX	20.148	24.987	45.135	80.474	66.210
ÖKOSTROM		26.454	26.454		12.740
STROM SUMMIERT			71.589	80.474	78.950
ERDGAS	34.482	10.892	45.374	52.514	57.347
FERNWÄRME			7.211 ²⁶	7.211	8.695
BHKW (K)			29.973 ²⁷	31.110	32.948
WÄRME/KÄLTE SUMMIERT			82.558	90.835	98.991
GESAMTENERGIE-VERBRAUCH IN KWH			154.147	171.308	177.940
			-10,02%	-3,73%	+4,07%

²⁶ Da zum Zeitpunkt der Berechnungen noch keine Zahlen zum Stromverbrauch der Jahre 2023 und 2024 für die Filiale Hirschstraße vorlagen, wurde für das GJ 2022/2023 sowie GJ 2023/2024 mit dem Jahreswert aus 2022 als Annahmewert gerechnet.

²⁷ Da zum Zeitpunkt der Berechnungen noch keine Informationen für Wärme/Kälte am Killesberg vorlagen, wurde für das GJ 2022/2023 sowie GJ 2023/2024 mit dem Vorjahreswert aus dem Kalenderjahr 2022 gerechnet.



Der **Scope 3** umfasst alle sonstigen indirekten Emissionen der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette. In den Scope 3 Berechnungen der baslerbeauty GmbH & Co. KG fließen derzeit die Emissionen des Abfalls (anteilig) der Zentrale²⁸, die Geschäftsreisen per Flugzeug²⁹, die Anfahrt der MitarbeiterInnen sowie des nachgelagerten Transports der baslerbeauty Paketsendungen deutschlandweit und international, inklusive der Retouren, ein.

Aufgrund fehlender Daten Dritter können zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts nicht alle Scope 3 Emissionen der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette nach Greenhouse Gas Protocol berechnet werden (darunter u. a. Nutzung und Entsorgung verkaufter Produkte am End of Life, vorgelagerter Transport und eingekaufte Güter und Dienstleistungen – siehe Grafik Seite 24). Angesichts der stetigen Verbesserung der Datenlage werden in den nachfolgenden Nachhaltigkeitsberichten unter Abwägung von Aufwand und Nutzen weitere Dimensionen der Treibhausgasbilanz in die CCF-Berechnungen integriert. Unser Ziel ist es, die Berichterstattung der Scope 3 Emissionen sukzessive zu erweitern und um zusätzliche Bereiche zu ergänzen.

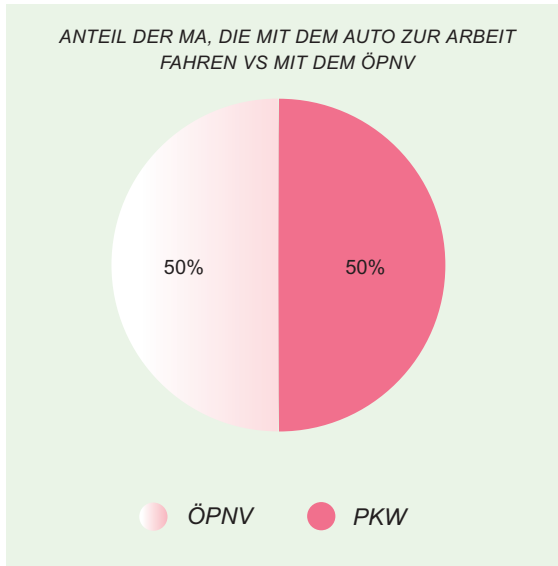
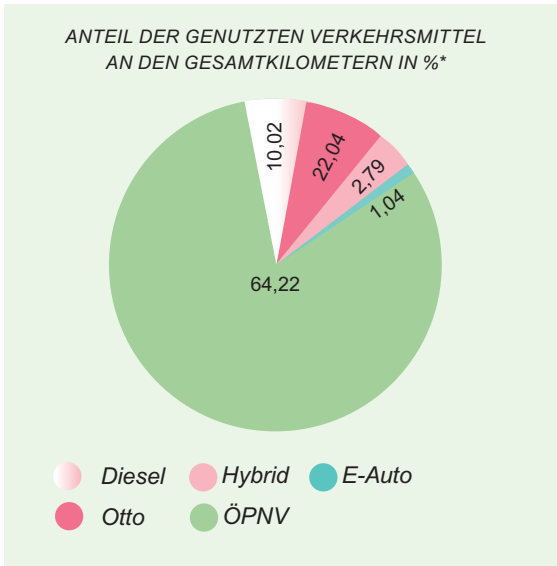
Der Scope 3 der baslerbeauty GmbH & Co. KG umfasste im vergangenen GJ 2023/2024 356,85 t CO₂e-Emissionen. Mit 321,71 t besitzen die Emissionen des nachgelagerten Transports der baslerbeauty Onlineshop-Pakete den größten Anteil am Scope 3. Die Pakete werden von der Zentrale in Bietigheim-Bissingen aus deutschlandweit und in weitere 29 europäische Länder versendet. Bedingt ist der gestiegene Scope 3

im Vergleich zum vorherigen GJ 2022/2023 (290, 88 t CO₂e ≈ ca. +23%) vor allem durch die wachsende Anzahl an Paketsendungen, national und international, aufgrund der gestiegenen Verkäufe in Deutschland und im Ausland. In Hinblick auf die zunehmende Internationalisierung von baslerbeauty wird die Anzahl der Pakete, insbesondere der internationalen, in den kommenden Jahren weiter zunehmen. Vor diesem Hintergrund ist die Verringerung der durch die Paketsendungen verursachten CO₂e-Emissionen von wesentlicher Bedeutung in der Nachhaltigkeitsstrategie von baslerbeauty.

Die zweitgrößte Scope 3 CO₂-Quelle stellt die Anfahrt der MitarbeiterInnen dar, mit 18,44 t CO₂-Emissionen im GJ 2023/2024. Aufgrund der zentralen Lage der UNIQUE by baslerbeauty Filialen in Stuttgart fährt die Mehrheit der Parfümerie-MitarbeiterInnen mit dem ÖPNV zur Arbeit, während die Mehrheit der MitarbeiterInnen in der Zentrale aufgrund der Verkehrsanbindung mit dem Auto zur Arbeit gelangt. Insgesamt kommt die Hälfte der MitarbeiterInnen mit dem ÖPNV und die andere Hälfte mit dem Auto zur Arbeit. Aufgeteilt nach gefahrenen Kilometern werden jedoch ca. 64% der Pendelstrecke der MitarbeiterInnen mit dem ÖPNV zurückgelegt. Aufgrund des bereits hohen Anteils an MitarbeiterInnen, die den klimafreundlicheren ÖPNV zur Arbeit nehmen, ist der Gestaltungsspielraum bei der Senkung dieser Emissionen begrenzt. Durch die Förderung des öffentlichen Nahverkehrs und des Jobrads sollen dennoch weitere Anreize geschaffen werden, damit in den nächsten fünf Jahren 70% der MitarbeiterInnen klimafreundlich zur Arbeit kommen.

²⁸ Zum Zeitpunkt der Berechnung liegen keine validen Abfalldaten der Filialen vor, da sich diese in gemieteten Räumlichkeiten befinden.

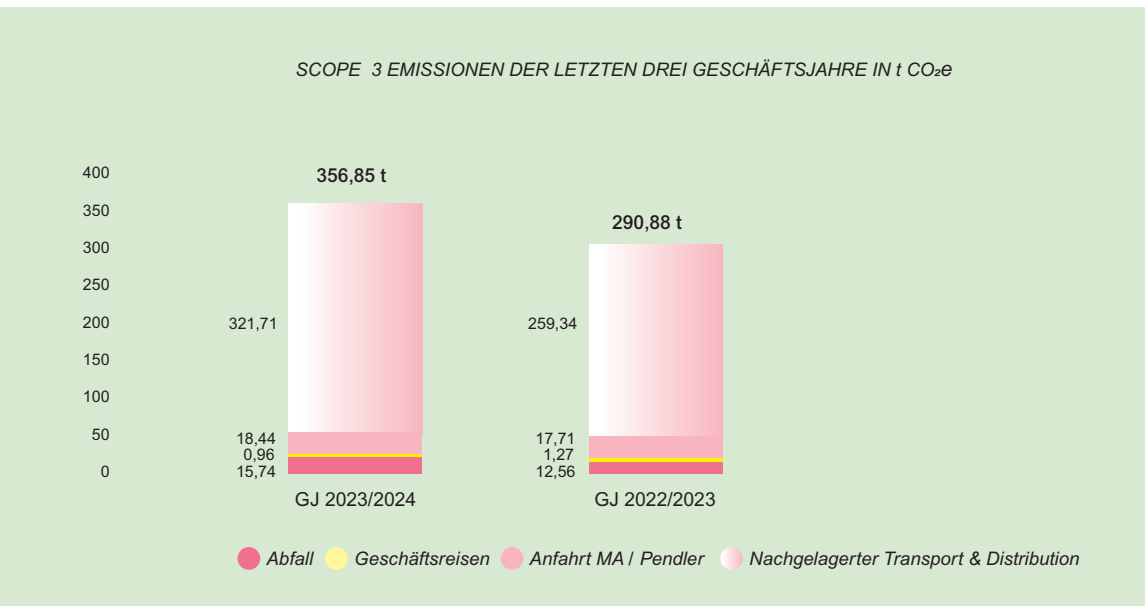
²⁹ Da Geschäftsreisen mit der Bahn <1 g CO₂e pro km verursachen, werden diese aufgrund des Aufwand-Nutzen-Verhältnisses nicht in der CO₂ Bilanz aufgeführt. Geschäftsreisen erfolgen i.d.R. nicht via PKW.



*PKW Anteile nach bundesdeutschem Durchschnitt

Emissionen baslerbeauty in t CO ₂ e	GJ 2023/2024	GJ 2022/2023
ABFALL	15,74	12,56 ³⁰
GESCHÄFTSREISEN (FLÜGE)	0,96	1,27
ANFAHRT MITARBEITER/INNEN*	18,44	17,71
NACHGELAGERTER TRANSPORT ³¹	321,71	259,34
SUMME SCOPE 3	356,85 t CO₂e	290,88 t CO₂e

*Exklusive der baslerbeauty Store Bietigheim-Bissingen MitarbeiterInnen, da diese zum Zeitpunkt der Berichterstattung einer anderen Firmierung angehört haben. Diese werden ab dem GJ 2024/25 in der baslerbeauty CO₂-Bilanz mit einbezogen.



³⁰ Aufgrund der nicht zur Verfügung stehenden Daten der Restmüll- und Papiermengen in diesem Geschäftsjahr 2022/2023 sind die CO₂e-Emissionen des Abfalls im betroffenen Jahr geringer als im nachfolgenden.

³¹ baslerbeauty GmbH & Co. KG Paketsendungen in Deutschland und EU/international. Die CO₂e-Emissionen der Inlandssendungen basieren auf den im DHL Versandmonitor des Unternehmens ausgewiesenen EF von ca. 400 bis 500 CO₂e pro Paket, sowie einem Durchschnitt von 500 g für sonstige Inlandspakete. Für internationale Pakete (mit einer maximalen Reichweite von 1300 km und einem Transportmix aus Flugzeug, LKW und Bahn) wird ein Annahmewert von 1000 g CO₂e pro Paket kalkuliert.



6

SORTIMENT

Wir fördern den nachhaltigen Konsum unserer KundInnen durch die strategische Entwicklung des baslerbeauty Sortiments nach ökologischen und sozialen Gesichtspunkten. Dazu gehören die Erweiterung mit umweltfreundlicheren und sozial engagierten Marken und Produkten sowie die bewusste Gestaltung unseres Dienstleistungsangebots.

Des Weiteren unterstützen wir unsere KundInnen dabei, eine bewusste Kaufentscheidung zu treffen. Unter anderem durch eine fundierte Kundenberatung zu den Nachhaltigkeitsaspekten von Marken und Produkten entlang der Customer Journey in unseren Parfümerien und dem Onlineshop.

Nicht zuletzt treffen wir Nachhaltigkeitsvereinbarungen mit unseren LieferantInnen und gehen Partnerschaften zur Umsetzung von Kooperationen ein.

ZIEL

Wir arbeiten an der nachhaltigen Entwicklung unseres Produkt- und Dienstleistungsportfolios. Unser Ziel ist es, unser Sortiment kontinuierlich weiterzuentwickeln und insbesondere den Anteil der von uns als nachhaltig definierten Marken³² im Sortiment bis 2030 zu verdoppeln.

MASSNAHMEN

Steigerung des Anteils nachhaltiger sowie cleaner, regionaler und natürlicher Marken im Sortiment.

Zur nachhaltigen Entwicklung unseres Sortiments priorisieren wir bei der Auswahl neuer LieferantInnen nachhaltige, regionale, natürliche und cleane Marken und Produkte.

Eine besondere Chance der **nachhaltigen Sortimentsentwicklung** sehen wir in der zunehmenden sozial- und umweltbewussten Ausrichtung vieler Marken, dem wachsenden Angebot nachhaltiger Produkte und der steigenden Nachfrage seitens der KundInnen nach diesen. Eine potenzielle Herausforderung ergibt sich aus der möglichen Ablehnung nachhaltiger Marken und Produkte seitens der Kunden, insbesondere wenn diese als teuer oder nicht authentisch wahrgenommen werden. Gleichzeitig sehen wir eine Stärke in unseren langjährigen, vertrauensvollen Partnerschaften, die wir mit unseren LieferantInnen pflegen sowie in der Flexibilität, unser Sortiment dynamisch an die sich wandelnden Kundenbedürfnisse anzupassen.

³² Wir haben nachhaltige Marken für uns definiert. Diese Definition ist in Kapitel 6, Seite 31 ausgeführt.



Wir priorisieren Marken, die Nachhaltigkeit fest in ihre Unternehmenskultur und Markenidentität verankert haben und sich durch umweltfreundliche sowie ethische Praktiken entlang ihrer Wertschöpfungskette auszeichnen. Wir definieren jene **Marke** als nachhaltig:

- die primär **natürliche, gut biologisch abbaubare, umweltschonend gewonnene und zertifizierte Inhaltsstoffe** (z. B. Bio, Fairtrade, Ecocert etc.) verwenden
- die ihre Produkte nachweislich **ohne Tierversuche entwickeln und vegan** zertifiziert sind
- deren **Produktverpackungen aus besonders umweltfreundlichem Material** sind, besonders **ressourcenschonend hergestellt und gut recycelbar** sind
- Marken, die darüber hinaus **soziale und ökologische Verantwortung** übernehmen (z. B. eine B Corporation oder 1% for the Planet Organisation sind)

- die nachweislich faire Arbeitsbedingungen fördern sowie auf Transparenz in der Produktion achten

- und zudem Maßnahmen für eine **umweltfreundlichere Produktion und Klimaneutralität ergreifen**

Nach diesen Grundsätzen haben wir die Marken im Sortiment des baslerbeauty Onlineshops bewertet und 59 Marken identifiziert, die wir anhand bestimmter Kriterien (darunter u. a. Umweltzertifizierung, umweltfreundliche Produktion, soziales und ökologisches Engagement) als nachweislich nachhaltig einstufen können. Hinzu kommt eine große Auswahl umweltfreundlicherer **Produkte³³** und **Produktserien** von sonstigen Marken. Wir bevorzugen neben nachhaltigen Marken jene Produkte, die unter Berücksichtigung nachhaltiger Aspekte entwickelt wurden – d. h. frei von bedenklichen Inhaltsstoffen, aus umweltfreundlichen und zertifizierten Rohstoffen sowie ressourcenschonend hergestellt sind.

Siegel, die wir bei der Analyse unseres Sortiments zu nachhaltigen Marken unter anderem berücksichtigt haben, sind:

³³ Hier wird betrachtet, ob das einzelne Produkt die Kriterien erfüllt, nicht die Marke.



NATURKOSMETIKSIEGEL



© COSMOS / BDIH



© Gesellschaft für angewandte Wirtschaftsethik (GfaW)



© NATRUE



© ECOCERT

BIOSIEGEL



© BMEL



© ec.europa.eu



© Associazione Italiana L'Agricoltura Biologica



© USDA

VEGAN & TIERVERSUCHSFREI SIEGEL



© PETA



© V-Label



© Vegan Society

SONSTIGE SIEGEL



© B LAB



© 1% for the Planet



© EMAS



© FAIRTRADE

Mit der Priorisierung dieser Marken und Produkte erfüllen wir nicht nur unseren eigenen Anspruch an eine **ökologische Entwicklung unseres Kerngeschäfts**, sondern auch die steigende Nachfrage unserer KundInnen nach Produkten, die umweltfreundlicher hergestellt, sozial verträglich produziert und gleichzeitig qualitativ hochwertig sind. Mit der Erfüllung dieser Kundenbedürfnisse tragen wir ebenso zur ökonomischen Nachhaltigkeit des Unternehmens bei.

Darüber hinaus bieten wir ein breites **Serviceangebot** an kosmetischen Behandlungen mit nachhaltigen Marken an. Zum GJ 2023/2024 haben 58% unserer Kosmetikerinnen Behandlungen mit Naturkosmetik oder Clean Beauty Marken angeboten und kommen auch damit der steigenden Nachfrage von KundInnen nach cleaner und ökologischer Kosmetik nach.

Zusammenarbeit mit KooperationspartnerInnen zur Umsetzung von nachhaltigen Projekten im Produkt- und Dienstleistungsportfolio

Wir möchten nicht nur unser Sortiment unter ökologischen Gesichtspunkten weiterentwickeln, sondern auch aktiv zur Förderung einer verantwortungsvollen und ressourcenschonenden Wirtschaft beitragen. Deshalb arbeiten wir mit PartnerInnen zusammen, die unsere Werte teilen und transparente Lieferketten sowie faire Arbeitsbedingungen gewährleisten. Neben der **Priorisierung nachhaltiger MarkenpartnerInnen haben wir Nachhaltigkeitsvereinbarungen** mit unseren LieferantInnen getroffen und gehen **Partnerschaften** zur Umsetzung nachhaltiger Produkt- und Dienstleistungskooperationen ein.



Die **Zusammenarbeit mit PartnerInnen zur Umsetzung nachhaltiger Kooperationen** bietet uns die Chance, gemeinsam an der ökologischen Entwicklung der Beautybranche sowie der stetigen Erweiterung unseres Produkt- und Dienstleistungsportfolios zu arbeiten. Eine potenzielle Herausforderung besteht bei der Wahl authentischer und verlässlicher NachhaltigkeitspartnerInnen. Eine Stärke dieser Kooperationen sehen wir insbesondere in der Expertise und Reichweite unserer PartnerInnen.

Ein Beispiel hierfür ist **unsere Kooperation mit samplistic™**. Das 2021 gegründete Start-up ermöglicht es, die unendlich große Vielfalt von Produkten in der Beautywelt nachhaltiger zu testen. In einem speziell designten Stick, der zu 100% aus Altplastik besteht und nach Gebrauch vollständig recyclebar ist, können sich die KundInnen eine individuelle Probe des Wunschprodukts abfüllen lassen und zum Ausprobieren mit nach Hause nehmen. Ziel des Konzepts ist die Schaffung eines nachhaltigeren Samplings und damit die Vermeidung von schwer recycelbaren

und z. T. unerwünschten Standard-Pröbchen. Die Innovation schafft eine Win-win-Situation für alle Beteiligten und einen ökonomischen, sozialen und ökologischen Mehrwert. KundInnen können persönlicher und vielfältiger bedient werden und erfahren ein besseres Einkaufserlebnis, wir als Partner profitieren von einer Stärkung der Kundenbindung und können zudem Produktretouren und Abfall durch die erweiterten Testmöglichkeiten vermeiden. Bisher wurden so ca. 6000 nachhaltige Samples an Parfümeriekunden ausgegeben. Als erster samplistic™ Pilotprojektpartner in Deutschland wurden wir vom baden-württembergischen Wirtschaftsministerium im Rahmen des Ideenwettbewerbs „Einkaufserlebnisse im stationären Einzelhandel – Best Practices für Baden-Württemberg“ ausgezeichnet.

Gemeinsam mit unseren PartnerInnen möchten wir innovative Lösungen entwickeln, die einen Mehrwert für Mensch und Umwelt schaffen und zugleich unser Produkt- und Dienstleistungsportfolio zukunftsfähig gestalten.

samplistic

Probieren, was das (Beauty) Herz begehrt!

Gibt es ein Wunschprodukt, das Sie schon immer testen wollten, von dem es aber nie ein Pröbchen gab?

samplistic™ hat die Lösung: Hier scannen, App herunterladen und dem Probieren sind keine Grenzen gesetzt!

GET IT ON
Google Play

www.samplistic.de/app

Download on the
App Store

Folgende Produktgruppen sind von der Abgabe mit samplistic™ per se ausgeschlossen:
2- oder mehrstufige Produkte • Nagellack • Mascara • Applikationsbündelnde Produkte, z. B. Augenpads • Säuberer für Wimpern und künstliche Nägel • Produkte mit speziellen Lagerbedingungen und/oder spezieller Anwendung • individueller Kosmetikverpackungen bzw. Warenverpackungen, z. B. Fachbehälter für Flüssigkeiten oder Gelbehälter • leichtentzündliche Produkte • Produkte mit geringer Flexibilität





Stärkung der Kundenberatung zu Nachhaltigkeitsaspekten von Marken und Produkten

Um unsere KundInnen bei ihrer bewussten Kaufentscheidung bestmöglich zu unterstützen, fördern wir gezielt die **beratungsbezogenen Nachhaltigkeitskompetenzen** unserer MitarbeiterInnen. Durch Informationen zu nachhaltigen Themen im Beautybereich sowie durch die Schulung von Marken über die Nachhaltigkeitsaspekte deren Produkte und Produktgruppen, stärken wir die Beratungskompetenz unseres Teams. So können sie individueller auf die Bedürfnisse der KundInnen eingehen, etwa bei der Auswahl von veganen, Fairtrade zertifizierten oder Clean Beauty Produkten und so den KundInnen bei ihrer **Entscheidungsfindung** helfen. Gleichzeitig schaffen wir Vertrauen und Orientierung im wachsenden Angebot nachhaltiger Kosmetik.

Neben der persönlichen Beratung zu den Nachhaltigkeitseigenschaften unserer Produkte fördern wir den bewussten Konsum unserer KundInnen durch **transparente Kommunikation** entlang der gesamten Wertschöpfungskette –

sowohl online als auch offline. Am Point of Sale in unseren UNIQUE by baslerbeauty Filialen bieten wir neben individueller Beratung zusätzlich Informationsmaterialien wie Flyer und Magazine an, die relevante Nachhaltigkeitsthemen verständlich aufbereiten.

Auch digital unterstützen wir **bewusste Kaufentscheidungen**: Unser Onlineshop kennzeichnet Produkte mit anerkannten Siegeln wie z. B. Bio zertifizierte und vegan zertifizierte Produkte oder Produkte „Made in Germany“. Zudem bieten wir je Produkt umfassende Informationen zu den jeweiligen Natural & Clean Beauty Eigenschaften, wie z. B. paraffinfrei, PEG-frei, silikonfrei oder vegan. Unter der Rubrik „Natur“ finden unsere KundInnen zudem eine kuratierte Auswahl an natürlichen und cleanen Beautyprodukten, die sie individuell nach Nachhaltigkeitskriterien filtern können.

Darüber hinaus greifen wir im **baslerbeauty Magazin-Blog** regelmäßig aktuelle Themen wie vegane Kosmetik, Naturkosmetik oder Clean Beauty auf, um das Bewusstsein für nachhaltigen Konsum zu stärken und zu vertiefen.



Vermeidung von Retouren durch individuelle Beratung

Wir ergreifen gezielt Maßnahmen, um **Retouren**, d. h. Rücksendungen von Produkten und das Umtauschen in den Filialen, zu minimieren. Eine große Rolle spielt hier die **individuelle Beratung** unserer KundInnen durch unsere ExpertInnen. Diese können mit ihrer jeweiligen Fachexpertise markenunabhängig auf die besonderen Bedürfnisse der KundInnen gezielt eingehen und Wünsche oder Unverträglichkeiten, die zu Retouren führen könnten, berücksichtigen.

Dies bietet uns die Möglichkeit, sowohl die Umwelt zu entlasten als auch die **Kundenzufriedenheit zu fördern**. Uns ist jedoch bewusst, dass nicht alle KundInnen Beratung in Anspruch nehmen möchten oder sich unsicher fühlen, sie zu nutzen. Um dem entgegenzuwirken, gestalten wir den Zugang zu unseren Beratungsangeboten so einfach und einladend wie möglich – sowohl online als auch in unseren Filialen. Unsere Stärke liegt in der hohen fachlichen Kompetenz unserer Teams, während wir gleichzeitig den Herausforderungen mit einer großen Produktvielfalt entgegenwirken können, mit der wir unterschiedlichen Bedürfnissen der KundInnen entgegenkommen können.

Um eine **geringe Retourenquote** sicherzustellen, setzen wir entlang der Customer Journey

auf ausführliche Produktbeschreibungen und eine **maßgeschneiderte Beratung**. Damit fördern wir nicht nur unsere Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, sondern setzen uns auch gleichzeitig dafür ein, Retouren zu reduzieren und so aktiv Ressourcen zu schonen und Verschwendung zu vermeiden. Wir sind ExpertInnen in Sachen Schönheit – das spiegelt sich sowohl in unserer fachkundigen Beratung durch unsere ExpertInnen in unseren Parfümerien als auch in unserem Onlineshop wider, wo wir ein facettenreiches digitales Beratungsangebot anbieten. Unser Kundenservice mit über 20 MitarbeiterInnen steht unseren KundInnen zuverlässig zur Seite und trägt dazu bei, dass ihre Wünsche und Bedürfnisse optimal erfüllt werden.

Der Erfolg der persönlichen Beratung und ausführlichen Information spiegelt sich in unserer **niedrigen Retourenquote** wider (GJ 2023/2024 Inland: 2,15% / Ausland: 1,4%). Vor dem Hintergrund der steigenden Internationalisierung möchten wir unsere Retourenquote weiterhin so gering wie möglich halten, um damit den CO₂ intensiven Rückversand sowie die Entsorgung von Produkten zu vermeiden. Da Kosmetikprodukte aus hygienischen Gründen nur bei einwandfreier Unversehrtheit erneut verkauft werden können, führt jede vermiedene Retoure zu weniger Verschwendung und schont wertvolle Ressourcen.



Förderung einer nachhaltigen Entsorgung von Kosmetikverpackungen

Die **fachgerechte Entsorgung von Kosmetikverpackungen** am Ende ihres Produktlebenszyklus stellt eine bedeutende Herausforderung für die gesamte Beauty Branche dar – insbesondere im Hinblick auf Recyclingfähigkeit, Materialtrennung und Rückführung in den Wertstoffkreislauf am Produktlebensende/End of Life. Auch wir haben uns bereits mit diesem Thema auseinandergesetzt und mit **Terracycle** einen Versuch gestartet. Derzeit existiert jedoch noch keine branchenweite Lösung, die eine flächendeckende Rücknahme oder ein vollständiges Recycling von Kosmetikverpackungen ermöglichen würde. Bis tragfähige und praktikable Konzepte zur Verfügung stehen, verfolgen wir einen aufklärungsorientierten Ansatz.

Eine besondere Chance sehen wir hier im wachsenden Interesse der KundInnen am Thema Recycling. Eine Herausforderung liegt in der begrenzten Verfügbarkeit nachhaltiger ProjektpartnerInnen in dem Bereich, der Recyclingfähigkeit von Kosmetikverpackungen und der Fachkenntnisse der KundInnen in Bezug auf das korrekte Recycling verschiedenster Verpackungen. Dank unserer reichweitenstarken Plattformen können wir jedoch **gezielt informieren und zur richtigen Entsorgung motivieren**.

Im Jahr 2023 haben wir in Zusammenarbeit mit dem Recyclingunternehmen Terracycle in unseren stationären Parfümerien und im baslerbeauty Store Bietigheim-Bissingen die Recyclingboxen **Zero Waste Box™** aufgestellt, in denen KundInnen kostenlos ihre Kosmetikprodukte und Ver-

packungen zurückgeben konnten und dafür als Anreiz einen 5€ Gutschein erhalten haben. Trotz umfassender Kommunikation über unsere Kanäle wurde das Angebot nur sehr verhalten von den KundInnen angenommen, weshalb wir den Testversuch nach einem Jahr beendet haben. Da uns das Thema dennoch weiterhin am Herzen liegt, evaluieren wir derzeit das Projekt und arbeiten an weiteren Möglichkeiten, das korrekte Recycling von Kosmetikprodukten zu fördern.



Derzeit verfolgen wir eine **aufklärungsorientierte Strategie** in diesem Themenfeld. Wir möchten unsere KundInnen aktiv für eine umweltgerechte Entsorgung ihrer Kosmetik sensibilisieren und konkrete Tipps und Hinweise zur Trennung und Wiederverwertung von Verpackungsbestandteilen geben. Durch die Nutzung verschiedenster Kommunikationskanäle haben wir eine große Reichweite und können unsere KundInnen zum bewussten Recycling ihrer Kosmetikverpackungen motivieren.



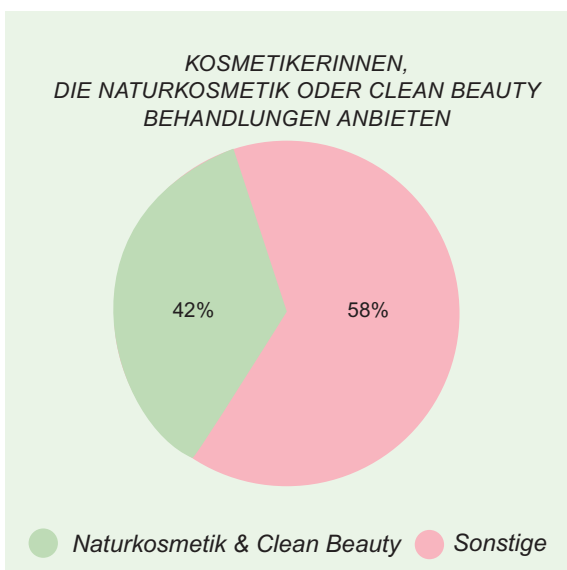
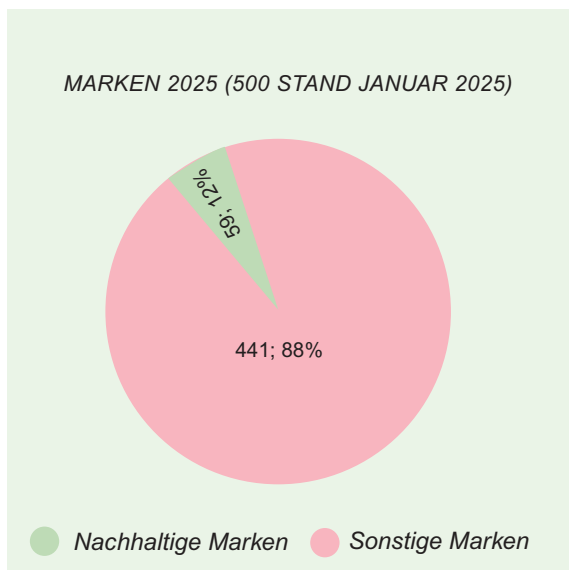
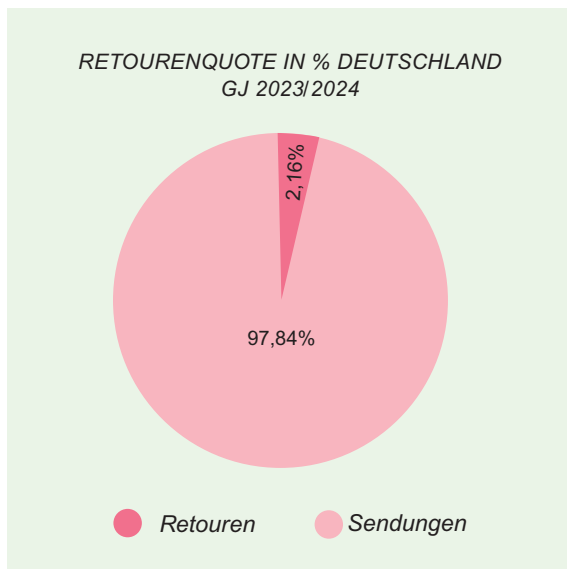
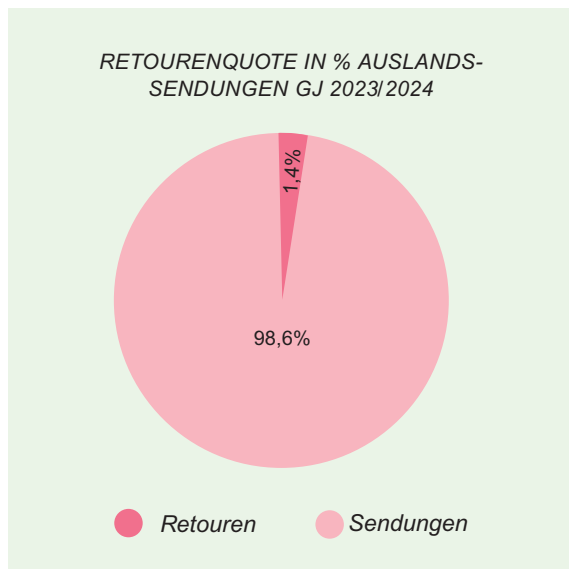
SORTIMENT – KENNZAHLEN

Die nachfolgenden Diagramme geben eine Übersicht über den aktuellen Stand unseres Sortiments im Hinblick auf nachhaltige **Marken und das Dienstleistungsangebot** sowie über relevante Kennzahlen zur Retourenquote. Mit einer Retourenquote von 2,15% im Inland und 1,4% im Ausland lagen wir im vergangenen GJ 2023/2024 deutlich unter dem geschätzten Branchendurchschnitt von 5% bis 15%.

Unser **Sortiment** umfasst aktuell 500 Marken. Davon haben wir 59 Marken als nachhaltig

identifiziert, da diese Nachhaltigkeit im Kern ihrer Markenidentität verankert haben. Dies entspricht einem Anteil von 12%. Bis 2030 streben wir an, diesen Anteil auf 24% zu erhöhen.

Darüber hinaus setzen auch unsere Kosmetikerinnen auf nachhaltige und cleane Marken. Derzeit arbeiten rund 58% mit Produkten aus dem Bereich Naturkosmetik oder Clean Beauty. Dies zeigt, dass nachhaltige und cleane Marken auch im Bereich professioneller Kosmetikanwendung zunehmend an Bedeutung gewinnen.





7

MENSCH

Als Unternehmen in der Beautybranche arbeiten wir besonders nah am Menschen. Daher steht der Mensch bei baslerbeauty im Mittelpunkt. Vielfalt, individuelle Entfaltung und ein respektvoller Umgang sind grundlegende Werte, die unser tägliches Miteinander und unsere soziale Unternehmenskultur prägen. Das Vertrauen unserer KundInnen sowie das Verständnis für ihre Bedürfnisse bilden das Fundament unseres Erfolgs. Gleichzeitig fördern wir die fachliche Entwicklung unserer MitarbeiterInnen und pflegen mit unseren LieferantInnen langfristige und vertrauensvolle Partnerschaften. Mit unserer tiefen Verwurzelung in Bietigheim-Bissingen und der Region Stuttgart engagieren wir uns zudem für die Menschen vor Ort.

ZIEL

Unser Ziel ist es, unsere von Vielfalt, individueller Entfaltung und Entwicklung, einem respektvollen Miteinander sowie vertrauensvollen Partnerschaften geprägte Unternehmenskultur stetig weiterzuentwickeln.

MASSNAHMEN

Weiterentwicklung des Arbeitsumfelds und Stärkung der Mitarbeiterzufriedenheit

Unser Anliegen ist es, ein attraktives Arbeitsumfeld zu schaffen, das von Chancengleichheit und Fairness geprägt ist. Wir betrachten die Bindung und Entwicklung unserer MitarbeiterInnen

als wesentlichen Erfolgsfaktor unseres Unternehmens. Vor diesem Hintergrund fördern wir die individuelle Weiterentwicklung der baslerbeauty MitarbeiterInnen in Übereinstimmung mit ihren Fähigkeiten und ergreifen Maßnahmen zur Stärkung der Mitarbeiterzufriedenheit.

Die **Schaffung eines attraktiven Arbeitsumfelds** bietet uns die Chance, qualifizierte MitarbeiterInnen zu gewinnen und langfristig zu binden – ein entscheidender Wettbewerbsfaktor angesichts des Fachkräftemangels. Unser Unternehmen zeichnet sich durch flache Hierarchien, eine wertschätzende Unternehmenskultur und kurze Kommunikationswege aus. Aufgrund unserer Branchenzugehörigkeit und des großen Anteils an weiblichen Mitarbeiterinnen in allen Unternehmensbereichen ist Chancengleichheit für uns nicht nur ein gesellschaftlicher Auftrag, sondern ein integraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Wir setzen auf ein inklusives Arbeitsumfeld, das allen Geschlechtern und Identitäten den gleichen Zugang zu Karrierechancen und Unterstützung bietet.

Die **Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf** ist für uns als inhabergeführtes Familienunternehmen eine Selbstverständlichkeit. Je nach Arbeitsbereich bieten wir unseren baslerbeauty MitarbeiterInnen flexible Arbeitszeiten, Homeoffice-Möglichkeiten und Teilzeit an. Dadurch gestalten wir ein attraktives Arbeitsumfeld für Mütter und Väter. Insbesondere in unseren stationären Geschäften haben wir einen hohen Anteil an Teilzeitkräften.



Die **Gesundheit** unserer MitarbeiterInnen ist uns ein zentrales Anliegen. Daher setzen wir auf gezielte Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz. Hierzu gehört die enge Zusammenarbeit mit einem Betriebsarzt, der regelmäßige Gesundheitschecks und Beratungen anbietet. Darüber hinaus organisieren wir regelmäßig Gesundheitstage, die in Kooperation mit Krankenkassen stattfinden. Diese bieten unseren MitarbeiterInnen die Möglichkeit, sich über präventive Gesundheitsmaßnahmen zu informieren und von verschiedenen Angeboten zur Förderung ihrer Gesundheit zu profitieren.

Wir fördern eine **langfristige Bindung und Zufriedenheit unserer MitarbeiterInnen**. Dies spiegelt sich unter anderem in einer geringen Fluktuationsrate wider. Diese betrug im GJ 2023/2024 lediglich 6,56%³⁴, wobei genauso viele Personen das Unternehmen verlassen haben, wie neue hinzugekommen sind. Damit liegt die Fluktuationsrate des Unternehmens deutlich unter dem deutschen Bundesdurchschnitt von 33,2%³⁵ und dem Branchendurchschnitt von 32,9%³⁶ im Einzelhandel. Darüber hinaus spiegelt sich die **Mitarbeiterzufriedenheit** in einer **langen Beschäftigungsdauer** wider. Mit 35% ist der größte Anteil an MitarbeiterInnen bereits seit über 10 Jahren im Unternehmen beschäftigt, wobei die maximale Beschäftigungsdauer im GJ 2023/2024 bei über 25 Jahren lag. Hinzu kommt, dass MitarbeiterInnen, die sich zum/zur KosmetikerIn weiterbilden und damit ihr Stellenverhältnis bei uns verlassen, in der Regel im Unternehmensumfeld als selbständige KosmetikerInnen in den UNIQUE by baslerbeauty Parfümerien bleiben.

Ein Arbeitsumfeld, das **Flexibilität, Entwicklungsmöglichkeiten und eine soziale und moderne Unternehmenskultur** in den Mittelpunkt stellt, wird mehr denn je zu einem zentralen Faktor für Wettbewerbsfähigkeit und Innovationsfähigkeit. Nicht nur vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und sich verändernder Erwartungen der Arbeitswelt, sondern auch im Sinne einer ganzheitlichen, zukunftsorientierten Unternehmensausrichtung. In diesem Kontext wurden wir vom **Deutschen Innovationsinstitut für Nachhaltigkeit und Digitalisierung (DIND)** in einem mehrstufigen Prüfverfahren auf unsere **Zukunftsfähigkeit** bewertet und für unsere Aktivitäten mit dem renommierten Titel „**Arbeitgeber der Zukunft 2023**“ ausgezeichnet. Diese Auszeichnung würdigt Unternehmen, die eine **klare Digitalisierungsstrategie und Nachhaltigkeitsziele verfolgen sowie attraktive Arbeitsbedingungen bieten**. Wir sehen in der **Weiterentwicklung unseres Arbeitsumfelds** einen wesentlichen Bestandteil unserer langfristigen Strategie, eine Unternehmenskultur zu gestalten, die sowohl den Menschen im Unternehmen als auch den Anforderungen von morgen gerecht wird.

Aus- und Weiterbildung sowie Entwicklung unserer MitarbeiterInnen

Wir bieten unseren MitarbeiterInnen die Chance, sich entsprechend ihrer individuellen Fähigkeiten weiterzuentwickeln und beruflich zu entfalten. Bei baslerbeauty setzen wir uns für eine inklusive, chancengerechte und ganzheitliche Aus- und Weiterbildung sowie Entwicklung ein.

³⁴ Arithmetische Fluktuationsrate (netto): Abgänge/durchschnittliche Mitarbeiterzahl * 100.

³⁵ Quelle: iwD – Der Informationsdienst des Instituts der Deutschen Wirtschaft (Stand 2022).

³⁶ Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz und Brennstoffen, Apotheken)
Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2021.



Die gezielte Aus- und Weiterbildung sowie Entwicklung unserer MitarbeiterInnen stärkt nicht nur ihre **fachlichen Kompetenzen** und sichert die **hohe Qualität unseres Service- und Dienstleistungsangebots**, sondern fördert auch die **langfristige Mitarbeiterbindung**. Um das volle Wirkungspotenzial dieser Maßnahmen zu entfalten, kombinieren wir sie mit attraktiven Karriereperspektiven und einer wertschätzenden Unternehmenskultur. Unsere engen Bildungs-kooperationen mit lokalen PartnerInnen ermöglichen uns eine bedarfsgerechte und praxisnahe Gestaltung von Weiterbildungsangeboten. Um Qualifizierungsmaßnahmen umsetzen zu können, schaffen wir dafür entsprechend zeitliche und personelle Rahmenbedingungen.

Neben **verschiedenen Ausbildungsprogrammen und dualen Studiengängen** fördern wir die stetige Weiterentwicklung unserer MitarbeiterInnen durch ein breites Spektrum an Maßnahmen. Dazu zählen **praxisorientierte Weiterbildungen, Gruppenschulungen, Coaching** sowie regelmäßige, **dialogorientierte Feedbackgespräche**. Diese Angebote sind integraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur und werden aktiv in den Arbeitsalltag eingebunden. Darüber hinaus begleiten wir gezielt die **Entwicklung von Nachwuchstalenten zu Führungspersönlichkeiten** – mit dem Ziel, **langfristige Karrierewege** aufzuzeigen, Eigenverantwortung zu stärken und eine langfristige Bindung an unser Unternehmen zu fördern.

Zudem gehen wir gezielt **Bildungspartnerschaften** mit lokalen Bildungseinrichtungen ein, um jungen Talenten praxisnahe Einblicke in die Berufswelt zu ermöglichen. Zu unseren PartnerInnen zählen unter anderem die Kosmetikschule Lehmann und die BEAST Beauty Academy in Stuttgart. Durch diese Kooperationen schaffen wir frühzeitig Berührungspunkte zwischen Ausbildung und Unternehmenspraxis, stärken die **berufliche Orientierung** junger Menschen und leisten gleichzeitig einen aktiven Beitrag zur **Fachkräfteausbildung in der Region**. Die Zu-

sammenarbeit bietet uns darüber hinaus wertvolle Gelegenheiten, potenzielle **Nachwuchstalente** kennenzulernen, langfristige Beziehungen aufzubauen und unsere Teams mit aktuellem Fachwissen und neuen Perspektiven weiterzuentwickeln.

VIELFALT UND INDIVIDUELLE ENTFALTUNG

Wir lieben und leben Vielfalt. Diese ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmenskultur und spiegelt sich nicht nur in unserem Arbeitsumfeld wider, sondern auch in unserer **Unternehmenskommunikation und unserem breiten Produkt- und Dienstleistungsportfolio**, mit dem wir unsere KundInnen dabei unterstützen, ihre **individuelle Schönheit** zu entfalten und zu zelebrieren.

Wir möchten unser Unternehmen klar für **Diversität positionieren und damit eine vielfältige Zielgruppe** auf authentische und wertschätzende Weise ansprechen, im Einklang mit den wachsenden gesellschaftlichen Erwartungen an inklusive Kommunikation. Dafür nutzen wir unsere verschiedenen Kommunikationskanäle – online und offline – sowie unsere große Reichweite. In der Zusammenarbeit mit unseren MarkenpartnerInnen, bei denen das Thema Diversität ebenfalls immer präsenter wird, sehen wir eine besondere Chance, Vielfalt über unsere Kanäle sichtbar zu machen. Dabei ist es unser Anspruch, dass sich möglichst alle Menschen in unserer **Bild- und Sprachwelt wiederfinden und repräsentiert** fühlen. Wir achten bewusst auf eine inklusive, **genderneutrale Ansprache in unserer Kommunikation**, um sicherzustellen, dass sich jede Person in ihrer Vielfalt willkommen und respektiert fühlt. Die Ansprache unserer KundInnen spiegelt diese breite Diversität wider und fördert eine Vielzahl von Schönheitsidealen. Wir sind überzeugt, dass wahre Schönheit in der Vielfalt liegt und möchten, dass sich jeder Mensch in unseren Botschaften und Angeboten wiederfindet.



Wir unterstützen unsere KundInnen dabei, ihre **individuelle Schönheit zu entfalten** und ihre persönliche Einzigartigkeit zu entdecken und auszuleben. Dabei legen wir großen Wert darauf, dass sich jede Kundin und jeder Kunde in ihrem oder seinem ganz eigenen Stil und Selbstverständnis authentisch ausdrücken kann. Dies setzen wir um durch individuelle Beratungen, ein vielfältiges Dienstleistungsportfolio sowie ein facettenreiches Produktsortiment, das gezielt auf die persönlichen Bedürfnisse, Ansprüche und Wünsche unserer KundInnen eingeht. Unsere Angebote richten sich dabei **nicht nur an die äußere Schönheit, unserer KundInnen, sondern auch an das Wohlbefinden und das Vertrauen in die eigene Identität.**

Dieser Anspruch zieht sich durch alle Bereiche unserer **Kommunikation** und findet sowohl Ausdruck in unserem **baslerbeauty Onlineshop** und weiteren **digitalen Kommunikationskanälen** als auch an unseren **Point of Sales**. Um ein **Zeichen für Diversität** und unsere Unterstützung der lokalen LGBTQIA+ Community zu setzen, haben wir beispielsweise im Rahmen der Stuttgarter Pride Parade im wahrsten Sinne des Wortes Flagge gezeigt und die Schaufensterfront unserer UNIQUE by baslerbeauty Filiale in der stuttgarter Innenstadt mit einer XL-Pride-Flagge dekoriert. Darüber hinaus setzen wir uns aktiv dafür ein, Diversität nicht nur zu feiern, sondern in unserem täglichen Handeln sichtbar zu machen und eine **inklusive, respektvolle Atmosphäre** für alle KundInnen und MitarbeiterInnen zu schaffen.

ÜBERNAHME GESELLSCHAFTLICHER VERANTWORTUNG

Als familiengeführtes Unternehmen mit tiefen Wurzeln in Bietigheim-Bissingen und der Region Stuttgart ist es uns ein besonderes Anliegen, die Gemeinschaft vor Ort aktiv zu unterstützen. Ge-

sellschaftliche Verantwortung ist für uns Teil unserer Unternehmensidentität und fest in unserer Unternehmenskultur verankert. Wir streben langfristige Partnerschaften an, um die Menschen vor Ort zu unterstützen und **fördern gezielt soziale sowie ökologische Projekte in unserer Umgebung**. Unsere Aktivitäten im Bereich gesellschaftlicher Verantwortung folgen klaren Grundsätzen: Wir engagieren uns vor allem regional, stärken dort die soziale Teilhabe und unterstützen zudem Umweltschutzprojekte. Zuständig für die Auswahl und Betreuung unserer Projekte ist ein internes Team. Ziel ist es, Initiativen zu unterstützen, die nachhaltige Wirkung entfalten und einen spürbaren positiven Einfluss auf das Leben von Menschen in unserer Region und unsere Umwelt haben.

Um unsere Zusammenarbeit mit gemeinnützigen PartnerInnen zu vertiefen und unser Engagement zu bündeln, haben wir das „**Herzensprojekt**“ ins Leben gerufen. Unter dem Motto „**Miteinander**“ wählen wir jedes Jahr eine/n ProjektpartnerIn aus, den/die wir mit verschiedenen Aktionen unterstützen. Zusätzlich nutzen wir unsere weitreichenden Kommunikationskanäle und damit den Zugang zu unseren KundInnen als potenzielle SpenderInnen, um unseren PartnerInnen eine Plattform zu bieten und Aufmerksamkeit auf relevante soziale und ökologische Themen zu lenken.

**Herzensprojekte
unter dem Motto
„Miteinander“**





Die Auswahl des Herzensprojekts erfolgt anhand transparenter Kriterien: regionaler Bezug, soziale und ökologische Relevanz sowie Potenzial zur Stärkung der Gemeinschaft. Unser aktuelles Herzensprojekt ist beispielsweise die Nikolauspflege in Stuttgart, die seit 1856 sehbehinderte und mehrfachbehinderte Menschen unterstützt und berät. Gemeinsam mit dieser haben wir in unseren UNIQUE by baslerbeauty Filialen Hirschstraße und Killesberg Schminkschulen organisiert für Menschen mit Sehbeeinträchtigung. Ziel war es, den TeilnehmerInnen ein besonderes Erlebnis zu bieten, das über Make Up und Schminktipps hinausgeht. Es ging vor allem darum, Selbstbewusstsein zu stärken, Erfolgserlebnisse zu schaffen und Wohlbefinden zu fördern.

In den vergangenen Jahren haben wir zahlreiche weitere **Organisationen im Rahmen des Herzensprojekts** unterstützt, darunter:

- HAIR HELP the Oceans UG
- Trott-war e.V.
- Schwäbische Tafel Stuttgart e.V.
- Hospiz Bietigheim-Bissingen e.V.
- Kobra e.V.

Diese **vielfältigen Kooperationen** zeigen, wie wichtig es ist, gemeinsam gesellschaftliche und ökologische Verantwortung zu übernehmen – und wie viel bewegt werden kann, wenn Engagement auf Partnerschaft trifft.

Zusätzlich pflegen wir neben dem Herzensprojekt enge Kooperationen mit regionalen PartnerInnen und leisten durch Sachspenden einen Beitrag für gemeinnützige Einrichtungen. Mit unserem sozialen Engagement möchten wir Verantwortung für unsere Mitmenschen übernehmen und insbesondere sozial benachteiligte Menschen in der Region unterstützen.

Mehr zu unserem Herzensprojekt unter www.unique-baslerbeauty.de/nachhaltigkeit/





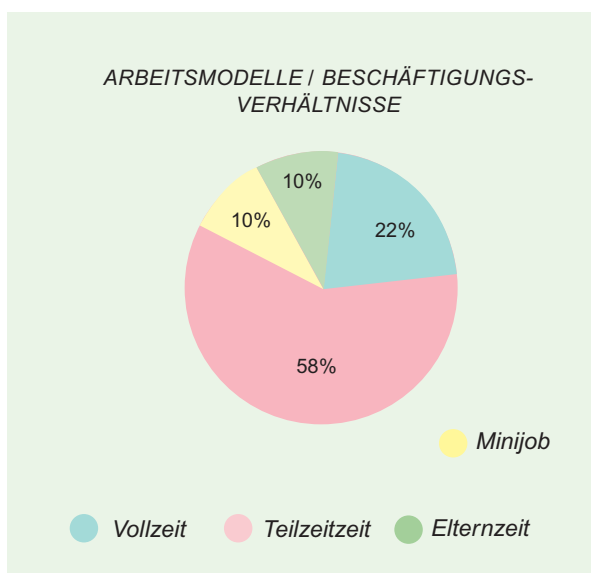
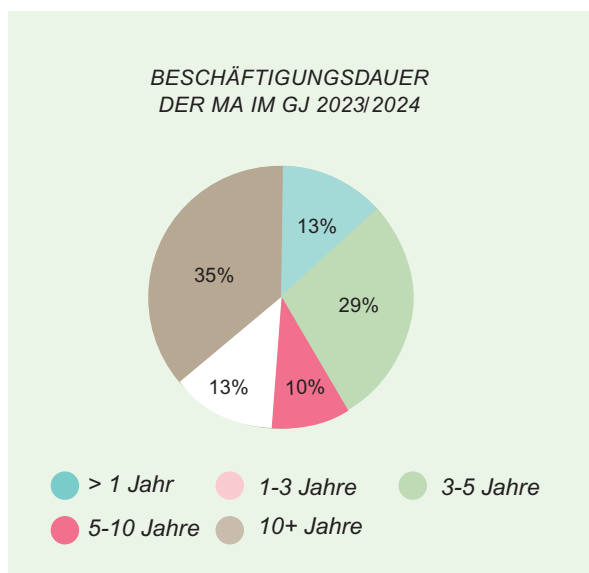
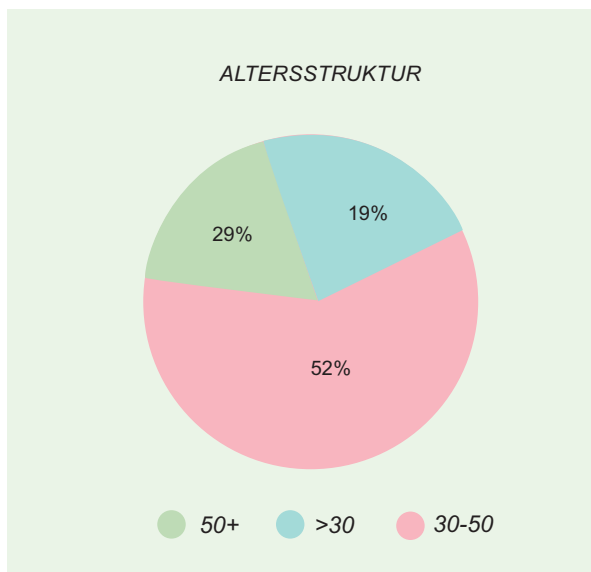
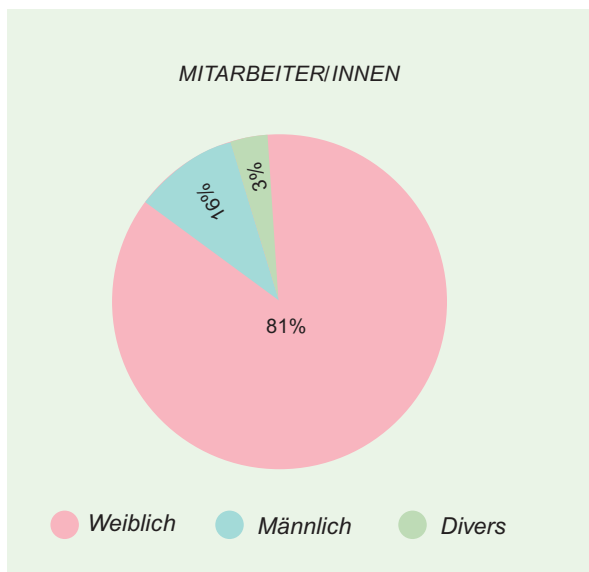
MENSCH – KENNZAHLEN

Nachfolgende Grafiken geben eine Übersicht über die Personalstruktur der baslerbeauty GmbH & Co. KG im Geschäftsjahr 2023/2024³⁷. Grafik 1 bis 3 veranschaulichen den Anteil weiblicher, männlicher und diverser MitarbeiterInnen, die Aufteilung nach Arbeitszeitmodell sowie die Altersstruktur. Hier wird insbesondere deutlich, dass wir in allen Unternehmensbereichen in einer sehr weiblich geprägten Branche agieren, was sich wiederum in der hohen Quote

an weiblichen Führungskräften widerspiegelt sowie dem großen Anteil an Teilzeitkräften (58%), insbesondere im stationären Bereich.

Die Bindung unserer MitarbeiterInnen spiegelt sich ebenso in der langen Beschäftigungsdauer wider, die bei 35% der MitarbeiterInnen bei über 10 Jahren und 13% bei 5 bis 10 Jahren liegt. Die Altersstruktur der MitarbeiterInnen umfasst eine Mehrheit (52%), die zwischen 30 und 50 Jahren alt ist, gefolgt von ca. 1/3 (29%) an MitarbeiterInnen, die über 50 Jahre alt sind und 19% die unter 30 Jahren sind.

Führungsposition	weiblich	männlich
POINT OF SALE	100%	
BÜRO	50%	50%



³⁷ Den Statistiken liegt der Stand des Geschäftsendes am 31.06.24 zugrunde. Exklusive der baslerbeauty Store Bietigheim-Bissingen MitarbeiterInnen, da diese zum Zeitpunkt der Berichterstattung einer anderen Firmierung angehört haben. Diese werden ab dem GJ 2024/25 mit einbezogen.



8

SCHLUSSWORT

VIELEN DANK

Wir bedanken uns bei Ihnen, dass Sie sich Zeit genommen haben, unseren Nachhaltigkeitsbericht zu lesen. Mit diesem Bericht möchten wir transparent machen, wo wir heute stehen, welche Fortschritte wir erzielen konnten und welche Herausforderungen wir für die Zukunft sehen. Nachhaltigkeit verstehen wir als einen kontinuierlichen Prozess, der ständige Weiterentwicklung und kritische Reflexion erfordert. Dabei setzen wir auf Transparenz, Dialog und Partnerschaft. Wir freuen uns daher über Ihre Rückmeldungen und Anregungen.

Unter nachhaltigkeit@basler-beauty.de können Sie mit unserem Nachhaltigkeitsteam in Kontakt treten.

baslerbeauty

part of **haircare.group**

HERAUSGEBER

baslerbeauty GmbH & Co. KG,
Gansäcker 20,
74321 Bietigheim-Bissingen.
www.basler-beauty.de

KONZEPTION & ERSTELLUNG

Stephanie Zippelius (Corporate Social Responsibility & Corporate Communication), Annesophie Cleve (Leitung Category Management) mit Unterstützung von Michael Werner (www.sustainability-advisor.de)

BILDNACHWEISE

baslerbeauty und AdobeStock

Veröffentlicht im Juni 2025.