

COSNOVA
BEAUTY

NACHHALTIGKEITS HIGHLIGHTS 2025



AGENDA

WER WIR SIND

- 03 Vorwort
- 04 Unsere Fakten und Werte
- 05 Unsere Mission und Versprechen

WIE WIR STEUERN

- 07 So bestimmen wir was zählt –
Doppelte Wesentlichkeitsanalyse
- 08 Strategie und Ziele
- 11 Partnerschaften

WO WIR WIRKEN

- 13 Best Case Projekte der Tochtergesellschaften
- 16 Klimaschutz
- 20 Abfallvermeidung
- 22 Unbedenklichkeit unserer Produkte
- 24 Menschenrechte bei unseren Geschäftspartnern
- 26 Soziale Initiativen
- 31 Inklusion und Diversität
- 32 Stakeholder Dialog
- 34 Digital Responsibility

TRANSPARENZ

- 35 Kennzahlen 2025

VORWORT

Liebe Leser*innen,

unsere Mission „Make everyone feel more beautiful“, die Demokratisierung der Schönheit, begleitet uns seit der Gründung von cosnova vor 25 Jahren.

Gleichzeitig war es uns von Anfang an wichtig, Verantwortung als Unternehmen zu übernehmen: für unsere Konsumenten und unsere Mitarbeitenden, für unser Umfeld und die Umwelt.

Unsere Produkte sollen nicht nur qualitativ hochwertig, innovativ und erschwinglich sein, sondern auch unbedenklich. An dieser Dualität liegt das Geheimnis unseres Erfolges.

Heute gehört cosnova zu den weltweit führenden Unternehmen im Bereich dekorative Kosmetik mit Präsenz in rund 90 Ländern weltweit.

Die Produkte unserer Marken essence und Catrice erreichen täglich Millionen Menschen weltweit. Diese globale Reichweite hat uns vor über zehn Jahren veranlasst, unserer Verantwortung noch mehr Gewicht einzuräumen, und den Bereich Corporate Responsibility dauerhaft im Unternehmen zu etablieren. Für uns heißt das, dass wir die Auswirkungen unseres Handelns analysieren und uns Ziele in den Bereichen setzen, auf die wir einen direkten Einfluss haben.

Wir haben im Bereich Corporate Responsibility bereits viel erreicht: wir haben eine klare Nachhaltigkeitsstrategie aufgebaut, unsere Produkte schon vor der gesetzlichen Frist auf mikroplastikpartikelfrei umgestellt und den Einsatz von Rezyklat vorangetrieben. Gemeinsam mit *Climate Partner* haben wir eine Strategie zur Reduzierung von CO₂ entwickelt und messen mithilfe von Künstlicher Intelligenz den CO₂-Fußabdruck unserer Produkte. Mit unserer Spendenstrategie verfolgen wir das Ziel, nachhaltige gesellschaftliche Wirkung zu erzielen und Menschen sowie Projekte gezielt zu unterstützen. Dabei setzen wir auf drei zentrale Säulen: Geldspenden, Sachspenden und Corporate Volunteering.

Diese und weitere Beispiele stellen wir in unserem Report vor. Wir zeigen außerdem, wie sich unsere Arbeit entwickelt hat und auf welche Themen wir uns künftig fokussieren werden.

Viel Spaß beim Lesen!

Javier González
Co-Gründer & Präsident von cosnova



UNSERE FAKTEN

Mit Innovation, Professionalität und Leidenschaft prägt das 2001 von Christina Oster-Daum und Javier González gegründete Familienunternehmen cosnova den internationalen Markt für dekorative Kosmetik.

Geschäftszahlen 2025:

- **991 Mio. € Umsatz**
- **Rund 1.000 Mitarbeitende weltweit**
- **In rund 90 Ländern weltweit aktiv**

CATRICE


essence

UNSERE WERTE

Mit unseren Werten Leidenschaft, Mut, Vertrauen, Zuverlässigkeit, Offenheit, Verantwortung und Loyalität stehen wir für ein modernes und offenes Unternehmen, in dem jegliche Form von Diskriminierung keinen Platz hat. Wir schätzen den Beitrag unserer Mitarbeitenden zum Unternehmenserfolg und legen großen Wert auf Chancengleichheit. Unsere Unternehmenskultur ist von großer Vielfalt geprägt.

Weltweite Standorte/Büros

Deutschland (Sulzbach, Butzbach)
USA (New York)
Italien (Mailand)
Irland (Dublin)
Frankreich (Paris)
Brasilien (Sao Paulo City)
Spanien (Barcelona)
Südafrika (Kapstadt)
Kroatien (Zagreb)

Unsere Mission und unser Versprechen

OUR HEART BEATS FOR EVERYONE



And with every heartbeat we try harder

- ... to have a positive impact on other people's life in our company, our neighbourhood & at our partners along our value chain.
- ... to constantly challenge ourselves to perform even better and to lead our way to long-term and sustainable success.
- ... to be a responsible company treating our planet with respect.

Das ist unser Versprechen – an unsere Kund*innen, Mitarbeiter*innen, Partner*innen, Lieferanten und alle anderen Menschen, mit denen wir zusammenarbeiten.

Wir sind davon überzeugt, dass wir nur als nachhaltig agierendes Unternehmen langfristig erfolgreich sein können und arbeiten deshalb fortwährend daran, einen positiven Einfluss auf das Leben unserer Mitmenschen zu haben. Dabei sind das Wohl der Menschen, die nachhaltige Herstellung hochwertiger Kosmetikprodukte und der Schutz unserer Umwelt für uns die wichtigsten Faktoren für eine nachhaltige Firmenphilosophie.

NACHHALTIGKEIT: UNSER FUNDAMENT

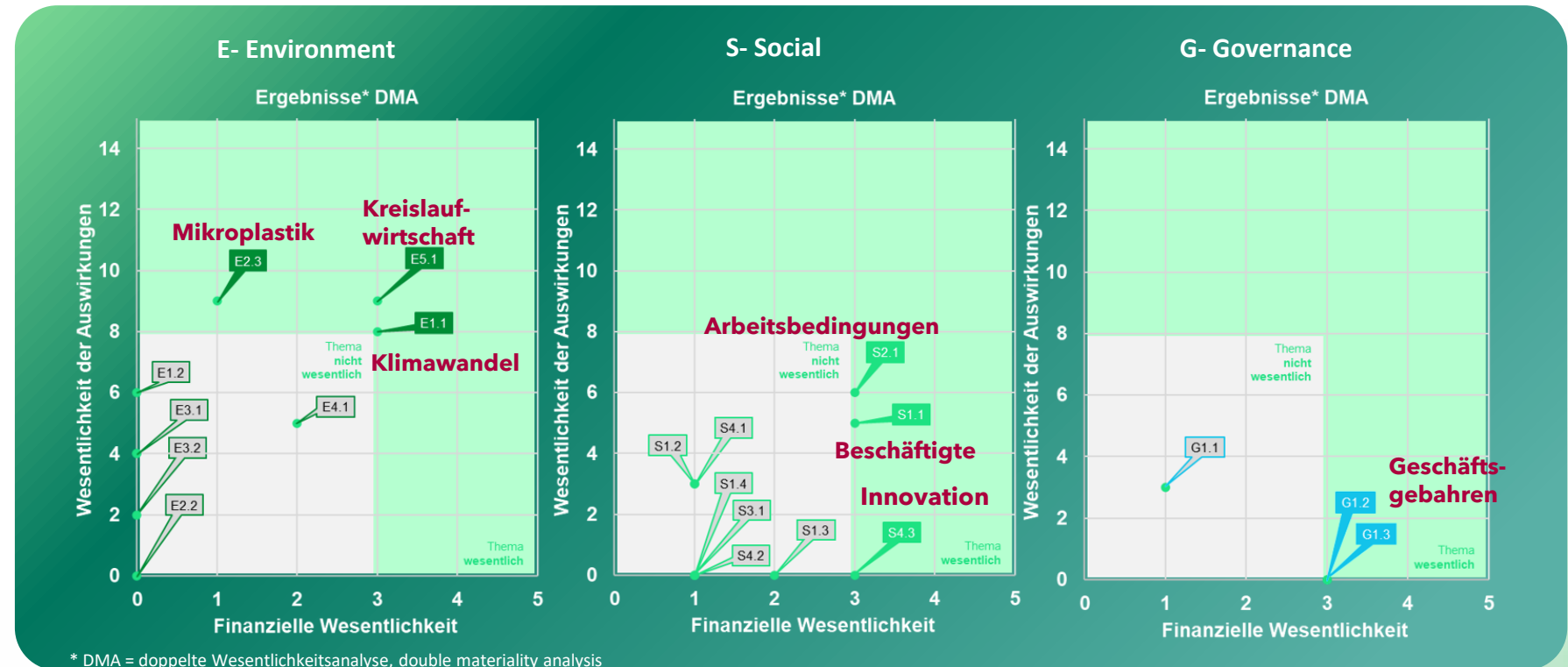
Meilensteine der letzten 10 Jahre



SO BESTIMMEN WIR WAS ZÄHLT-

Unsere doppelte Wesentlichkeitsanalyse nach CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive)

Die neue EU-Richtlinie verpflichtet Unternehmen ab einer bestimmten Größe dazu, nachhaltigkeitsrelevante Informationen genauso verbindlich wie Finanzdaten zu berichten. Dabei geht es um Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung (ESG). Auch wenn wir aktuell nicht berichtspflichtig sind, gestalten wir unsere Kommunikation schon heute so transparent und wirkungsorientiert wie möglich.



Die abgebildeten, rot markierten Themen wurden mit Hilfe der doppelten Wesentlichkeitsanalyse identifiziert und bilden die Grundlage für unsere strategischen Maßnahmen, Ziele und die zukünftige Berichterstattung nach CSRD. Themen die als nicht wesentlich bewertet wurden, werden weiterhin beobachtet und bei Bedarf neu eingeordnet.

UNSERE STRATEGIE FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

Einordnung unserer Strategie anhand der UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs)



Unbedenklichkeit unserer Produkte

Wir wollen unsere Produkte Schritt für Schritt in den drei Bereichen Gesundheit, Umwelt und Soziales unbedenklich entwickeln.

Abfallvermeidung

Wir streben eine generelle Abfallreduktion an, die Verwendung von recyclebaren und recycelten Materialien sowie die sinnvolle Nutzung von verbleibenden Abfällen, zum Beispiel durch Re- oder Upcycling.



Klimaschutz

Wir streben danach, unseren Treibhausgasausstoß stetig zu reduzieren. Auf Basis der SBTi-Kriterien und wissenschaftlich basierter Ziele haben wir eine ganzheitliche Klimastrategie entwickelt. Zur Kontrolle der Maßnahmen, wird jährlich der CO2-Fußabdruck berechnet.



Menschenrechte bei Geschäftspartnern

Wir wollen die Einhaltung der ILO - Kernarbeitsnormen sowie die Einhaltung der lokalen gesetzlichen Vorgaben bei unseren Geschäftspartnern sicherstellen. Unsere diesbezüglichen Erwartungen werden durch unseren Verhaltenskodex transparent kommuniziert.



Soziale Initiativen

Wir möchten einen positiven Effekt auf das Leben anderer Menschen haben: in unserem Unternehmen, unserer Nachbarschaft, bei den Partnern entlang unserer Wertschöpfungskette und weltweit gemeinsam mit Hilfsorganisationen.



UNSERE ZIELE

Unbedenklichkeit unserer Produkte

- 100% Verzicht** auf Mikroplastikpartikel bis 03/2023 ✓
- 100% Verzicht** auf D5 & D6 (flüchtige Silikone) bis 2025 ✓
- 100% Kompensation** des eingesetzten Palmöls und seiner Derivate seit 2018 und fortfolgend ✓
- 100% Lieferketten Transparenz** für natürliches Mica aus Indien bis 2023 ✓

Abfallvermeidung

- Reduktion** aller eingesetzten Materialien entlang der gesamten Wertschöpfungskette
- Erhöhung** der Recyclingfähigkeit
- Einsatz** von recycelten Materialien für Primärverpackungen, Transportverpackungen sowie bei POS-Materialien.

Klimaschutz

- Reduktion unserer CO2-Emissionen um **42% bis 2032**
- Reduktion unserer logistikbezogenen Emissionen um **25% bis 2032**
- Selbstverpflichtung unserer strategischen Lieferanten zu wissenschaftlichen Reduktionszielen **bis 2027**
- Verlagerung von innerdeutschen Dienstreisen auf die Schiene
- Elektrifizierung unserer Dienstwagenflotte
- Finanzielle Unterstützung von Carbon Capture und Biodiversitätsprojekten in Afrika und Südostasien **als Teil unserer Climate Contribution** durch WWF und Wild Asia

Menschenrechte bei Geschäftspartnern

Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen und der lokalen gesetzlichen Anforderungen, durch unsere Geschäftspartner.

1. Alle Lieferanten müssen den cosnova Verhaltenskodex unterzeichnen ✓
2. Direktlieferanten müssen sich einer EcoVadis-Nachhaltigkeitsbewertung unterziehen. ✓
3. Implementierung eines Vor-Ort-Audit-Systems für die sogenannten Risikolieferanten gemeinsam mit unserem Partner LROA ✓

Soziale Initiativen

Weltweite Investitionen in soziale und nachhaltige Projekte und Unterstützung vor allem von Frauen und Kindern. Dabei ist Hilfe zur Selbsthilfe vor Ort ein wichtiges Stichwort und bildet die Basis zahlreicher Programme v. a. mit Fokus auf die Themen Bildung und Förderung von Selbstverantwortung.

Ein großer Teil unseres Spendenbudgets fließt an Hilfsorganisationen im Rahmen von akuter Hilfe und Prävention bei Naturkatastrophen und kriegsrischen Auseinandersetzungen.

OUR HEART BEATS FOR PARTNERSHIP

10 Jahre Partnerschaft mit
der Andheri Hilfe
und Holy Family Hospital



**Gemeinsam können
wir Dinge erreichen,
die anfangs noch
unmöglich schienen**

ANDHERI HILFE
Mit den Ärmsten in Indien und Bangladesch

COSNOVA
BEAUTY

PROJECT VOICES

**Sr. Leela Jose, Projektkoordinatorin,
Holy Family Hospital - Seva Sadan Unit**

Wenn ich auf unseren Weg zurückblicke, bin ich voller Dankbarkeit und Freude. Was einst unvorstellbar schien – die Kinder aus den Mica-Minen zu befreien und ihnen eine Bildung zu ermöglichen –, ist zur Realität geworden.

Heute lernen 1.698 Kinder in 26 Lernzentren, 225 Kinder besuchen klassische Internate, und zwei junge Mädchen absolvieren sogar eine Ausbildung zur Krankenschwester in unserem eigenen Holy Family Hospital. Es ist die größte Belohnung zu sehen, wie Kinder, die einst in den Minen schufteten, nun Bücher in den Händen halten und Träume hegen.

Ebenso bewegend sind die Fortschritte in den Familien. Mit 54 Ziegen, die an 18 Haushalte verteilt wurden, 101 Fahrrädern, die den Schulweg der Kinder erleichtern, sechs Teichen und drei Gewächshäusern zur Förderung der Landwirtschaft sowie vielen Familien, die Gemüsegärten anlegen, erleben wir echte Zeichen von Würde und Unabhängigkeit. Männer und Frauen, die einst keine andere Perspektive als die Arbeit im Mica-Bergbau sahen, wenden sich nun der Bildung, der Landwirtschaft und kleinen Unternehmen zu, um ihre Zukunft zu gestalten. Diese Veränderungen haben Leben verwandelt.

Ich danke cosnova, der ANDHERI HILFE, unseren engagierten Mitarbeitern und der Gemeinde von ganzem Herzen dafür, dass sie diesen Weg gemeinsam mit uns gegangen sind. Mit Gottes Segen werden wir weiterhin an einer besseren Zukunft für unsere Kinder und Familien arbeiten.

COSNOVA
BEAUTY
VOICES

Isabelle Tambue
Chief Brand Officer

„Wir gestalten unsere Verpackungen nachhaltiger – ohne Kompromisse beim Look & Feel. Bestseller für Bestseller. Weniger Plastik, mehr Produkt – wie z.B. bei unserem Camouflage Concealer. Mit dem Anspruch, Verantwortung zu übernehmen – für die Umwelt, für die Zukunft. Genau dafür steht essence.“

OUR HEART BEATS FOR PARTNERSHIP

Maximaler Positiver Impact dank starker Partnerschaften

**Wir setzen auf gebündelte Kräfte, um positive Veränderungen zu schaffen.
Denn nur gemeinsam können wir den vielfältigen Herausforderungen unserer
Zeit begegnen und maximalen positiven Impact erreichen.**

NEU
seit 2022

November 2022 – Mülltrennung wirkt

Damit leere Kosmetikverpackungen auch wirklich recycelt werden können, braucht es das richtige Wissen zur Mülltrennung. Gemeinsam mit der Initiative „Mülltrennung wirkt“ informiert cosnova Verbraucher*innen darüber, wie Verpackungen korrekt getrennt und entsorgt werden.

April 2024 – WWF Unganisha

Gemeinsam mit dem WWF unterstützt cosnova das Naturschutzprogramm Unganisha in Kenia und Tansania. Ziel ist es, wertvolle Ökosysteme zu schützen und zu restaurieren sowie langfristig CO₂-Emissionen zu vermeiden und zu binden. Gleichzeitig schafft das Projekt nachhaltige Einkommensmöglichkeiten für lokale Gemeinschaften und stärkt den Naturschutz vor Ort.

Mai 2024 – Wild Asia

cosnova engagiert sich als einer der Hauptförderer mit der NGO Wild Asia und deren WAGS BIO Programm für einen praxisnahen Ansatz für regenerative und biodiversitätsfördernde Palmölproduktion.

Januar 2025 – IRC Initiative Responsible Carnauba

Mit dem Beitritt zur Initiative Responsible Carnauba möchte cosnova die sozialen Bedingungen und die Artenvielfalt in den Anbaugebieten für Carnauba-Wachs verbessern



COSNOVA GANZHEITLICH AUF DEM NACHHALTIGKEITSWEG

Best Case Projekte der Tochtergesellschaften

cosnova South Africa



Jeder Schritt zählt - cosnova Südafrika macht's vor

Auch fernab der großen Lieferketten zeigt sich, was Nachhaltigkeit im Alltag bedeutet: Das Team von cosnova Südafrika setzt auf einfache, aber wirkungsvolle Maßnahmen, um Ressourcen zu schonen und CO₂ zu vermeiden.

- **Druck statt Transport:** Marketingmaterialien der Catrice Trend Editions werden inzwischen direkt vor Ort gedruckt – das reduziert den ökologischen Fußabdruck durch kürzere Wege.
- **Verpackung clever weitergedacht:** Kartons und Füllmaterialien aus Deutschland werden weiterverwendet – so kann der Bedarf an neuen Materialien um bis zu 15 % reduziert werden.
- **Gemeinsam zur Arbeit - gemeinsam fürs Klima:** Mitfahrgelegenheiten werden aktiv gefördert, um CO₂-Emissionen im Pendelverkehr zu senken. Auch im Büro wurde umgedacht, ein zentraler Drucker ersetzt viele Einzelgeräte – für weniger Energieverbrauch und mehr Effizienz.

Nachhaltigkeit beginnt dort, wo wir täglich entscheiden - cosnova Südafrika zeigt, wie es geht.

cosnova USA



Optimierung unseres Transportmix

Im Berichtszeitraum wurde der Transportmix der cosnova Inc. weiter zugunsten der Seefracht angepasst.

Der Anteil der Luftfracht an den Inbound-Frachten sank von 30 % (2023) auf etwa 9 % (2025 YTD). Da Luftfracht deutlich emissionsintensiver ist als Seefracht, trägt diese Umstellung zur Reduzierung unserer Scope-3-Emissionen im Bereich der vorgelegten Transporte unseres Corporate Carbon Footprints bei.

Community Engagement- USA

Mit unseren Marken engagieren wir uns in den USA für gesellschaftliche Initiativen, die Menschen in herausfordernden Lebenssituationen unterstützen. Dazu zählen unter anderem Projekte zur Förderung der Brustkrebsforschung sowie Hilfsmaßnahmen bei Naturkatastrophen wie Überschwemmungen und Waldbränden. Im Rahmen des „Cruelty Free Month“ setzten wir zudem ein Zeichen für Tierschutz und unterstützten Initiativen, die sich für gerettete Tiere einsetzen.

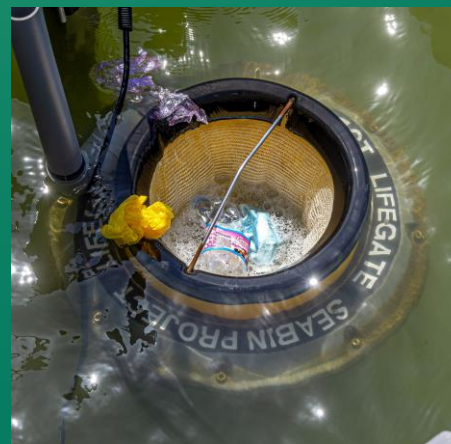
cosnova Italia

Ein Zeichen gegen Gewalt - cosnova Italia und Il Petalo Bianco

Mit „Il Petalo Bianco“ wurde eine kostenlose Anlaufstelle für Mädchen und Frauen initiiert, die Diskriminierung, Gewalt oder Missbrauch erleben. Catrice bietet gemeinsam mit FARE X BENE und dm Italia im Rahmen dieser Initiative vertrauliche, professionelle Beratung an - online und in ausgewählten dm-Filialen. Die symbolische Botschafterin Valentina Pitzalis, Überlebende eines Femizidversuchs, steht für Resilienz und neue Stärke. Seit dem Start haben über 220 Frauen und Mädchen das Angebot genutzt, viele von ihnen auch mehrfach. Sogar Männer, die Unterstützung im Umgang mit ihren Beziehungen suchten, haben sich gemeldet - ein wichtiges Signal für einen Bewusstseinswandel.



CATRICE



Gemeinsam für den Schutz unserer Gewässer

Gemeinsam mit der Water Defenders Alliance setzt cosnova Italia ein sichtbares Zeichen gegen Meeresverschmutzung. An drei Standorten in Italien - Porto Antico Genua, Marina Genova und beim Segelclub Fraglia Vela in Riva del Garda - wurden spezielle Seabin-Filter installiert, die täglich bis zu 1,5 kg Plastik und Mikroplastik aus dem Wasser holen und gleichzeitig bis zu 100 % von Ölresten binden können.

Seit Projektstart konnten so bereits 909 kg Müll aus dem Wasser gefiltert werden - das entspricht über 89.000 eingesammelten Plastikflaschen. Klimaschutz beginnt vor unserer Haustür - und manchmal direkt am Hafenbecken.



cosnova Brazil

Unterstützung der nationalen Kreislaufwirtschaft

„In Brasilien arbeiten wir im Bereich des Abfallrecyclings mit der Organisation Eureciclo zusammen. Da sich das Abfallrecyclingsystem in den meisten Teilen des Landes noch in der Entwicklungsphase befindet, ist eine Unterstützung in diesem Bereich besonders notwendig. Eurociclo sorgt über lokale Partnerschaften in jedem Bundesstaat Brasiliens dafür, dass Abfälle korrekt sortiert und nach Möglichkeit recycelt werden.“

cosnova Brazil meldet jedes Jahr die genauen Materialmengen für die Produkte, die wir in jedem Bundesstaat des Landes vermarkten. Anschließend kompensieren wir diese Mengen mit einem von Eurociclo erhobenen Betrag, für den im Gegenzug entsprechende Abfallmengen korrekt sortiert und recycelt werden.“



Seit Projektbeginn 2022
kompensierte Verpackungsabfälle

> 70 TONNEN

Klimaschutz

BECAUSE THERE IS NO PLANET B

“ Wir treiben Klimaschutz dort voran,
wo wir wirksam sein können –
und arbeiten kontinuierlich daran,
schon heute das morgen
mitzugestalten. ”



MAXIMILIAN PETERS

Unit Expert Corporate Responsibility, *Human rights & Climate action*

SCHRITT FÜR SCHRITT ZUR KLIMAWIRKUNG –

Vermeiden. Reduzieren. Beitragen

Seit 2022 verfolgt cosnova eine wissenschaftsbasierte Klimastrategie – validiert von der **Science Based Targets initiative (SBTi)**. Ziel ist es, unseren Beitrag zur Begrenzung der globalen Erwärmung auf 1,5 °C zu leisten. Dafür setzen wir auf ein klares Prinzip: **Vermeiden, Reduzieren, Beitragen**. Unsere Strategie ist ambitioniert, messbar – und Teil unserer Verantwortung.

SBTi - ZIELE

Unser definierter Reduktionspfad

Bis 2032 senken wir:

- 55 % **Scope 1 & 2** (Energie, Strom, Fuhrpark)
- 33 % **Scope 3** bei Transport & Geschäftsreisen

Was wir dafür konkret tun:

- Umstellung auf erneuerbare Energien
- Elektrifizierung und Effizienzsteigerung im Fuhrpark
- 100% Einsatz von HVO 100 Diesel bei unserem Hauptspediteur in Deutschland
- Klare Klimaanforderungen an Lieferanten und Logistikpartner

Unser Hebel in der Lieferkette:

67 % unserer Lieferanten mit eigenen Klimazielen bis 2027
90 % unserer Logistikpartner bis 2032

REDUZIEREN

Über die SBTi-Ziele hinaus reduziert cosnova Emissionen in den Bereichen:

- **Verpackungen:** bessere Recyclingfähigkeit, mehr Rezyklate, weniger Material,
- **POS & Trade Marketing:** Einsatz von Rezyklaten & weniger Material
- **Kantine & Events:** klimafreundliche Menüs, lokale Zutaten, CO₂-arme Planung

KLIMA-BEITRAG

cosnova handelt nach dem Prinzip „Vermeiden vor Reduzieren vor Beitragen“. Unser Fokus liegt klar auf der konsequenten Senkung unserer Emissionen entlang der Wertschöpfungskette. Für derzeit nicht vermeidbare Emissionen übernehmen wir Verantwortung durch gezielte Klimabeiträge mit **WWF Unganisha** und **Wild Asia** – für messbare CO₂-Minderungen, starken Waldschutz und soziale Wirkung vor Ort.

KLIMASCHUTZBEITRAG

Wenn die Erde wieder lächelt

Spürbare Wirkung für Mensch, Klima und Tier

Gemeinsam mit dem WWF unterstützt cosnova das groß angelegte Uganisha-Programm in Kenia und Tansania – eines der ambitioniertesten Naturschutzvorhaben Ostafrikas. Mit unserer Förderung konnten im Zeitraum von April 2024 bis Mai 2025 über **30.000 Bäume** gepflanzt und geschützt werden, fast **2.000 Hektar** wertvolle Naturflächen gesichert und restauriert werden, sowie **850 Tonnen CO₂-Emissionen** vermieden werden. Auf Basis konservativer Modellierungen wird erwartet, dass dadurch insgesamt rund **3.750 Tonnen CO₂** über etwa 15 Jahre gebunden werden. Darüber hinaus konnten durch cosnovas Engagement weitere Investitionen in den Waldschutz mobilisiert werden, die eine **zusätzliche Emissionsvermeidung von rund 5.600 Tonnen CO₂** ermöglichen.

Besonders wichtig: Mehr als **1.000 Familien** profitieren direkt von Einkommen aus Baumschulen, Rangerarbeit oder nachhaltiger Landwirtschaft.

Uganisha heißt auf Swahili „verbunden“ – genau das ist unser Ansatz: Natur, Klima und lokale Entwicklung als Einheit zu denken.

In der kargen Landschaft rund um Amboseli und den Kilimanjaro hauchen mutige Frauen dem trockenen Boden neues Leben ein. Mit dem **Projekt Earth Smiles** graben sie halbmondförmige Mulden, um bei Regen Wassermassen einzufangen und Erosion zu stoppen – kleine Lächeln in der Erde. Was danach folgt, ist beeindruckend: Die Böden werden wieder grün, Wildtiere bleiben in den Wäldern, statt Felder zu durchqueren, und Familien sichern sich ein neues Auskommen durch Landwirtschaft und Naturschutz. Für die Gemeinden, für die Natur, für eine Zukunft, in der die Erde nicht mehr leblos, sondern lebendig lächelt.



COSNOVA
BEAUTY

PROJEKT VIDEO



KLIMASCHUTZBEITRAG

Wenn Klimaschutz Wurzeln trägt

Palmöl verantwortungsvoll produzieren

Gemeinsam mit Wild Asia unterstützen wir im Rahmen des SPIRAL-Programms eine neue Form des Palmölanbaus: regenerativ, transparent und kleinbäuerlich organisiert. In Malaysia und Thailand begleiten wir über 230 Kleinbäuerinnen und -bauern auf dem Weg zu ökologischeren Anbaumethoden, darunter Kompostierung, Zwischenfruchtbau und Pflanzenkohle-Einsatz. Ziel ist es, Monokulturen in artenreiche, resiliente Agrarlandschaften zu verwandeln – und gleichzeitig CO₂ zu binden, Bodenfruchtbarkeit zu steigern und langfristig bessere Ernten zu sichern. Besonders wichtig: In Ost-Malaysia stammen über 88 % der Projektteilnehmenden aus indigenen Gemeinschaften, fast ein Drittel der Beteiligten sind Frauen. Mit unserer Unterstützung konnten im Jahr 2024 u. a. folgende Ergebnisse erreicht werden: Aufbau von 12 Mini-Kompoststationen, Produktion von über 24.000 L Kompost, Einführung von Pflanzenkohle aus Palmabfällen als CO₂-Speicher im Boden, Umsetzung von Workshops, Study Tours & Farm-Demos für über 1.000 Teilnehmende. SPIRAL steht für Small Producer Inclusivity and Resilience Alliance – und genau das machen wir gemeinsam möglich.



CO₂ speichern statt emittieren

Klimaschutz beginnt im Boden: Durch Kompostierung, Biochar-Einsatz und den Verzicht auf synthetische Düngemittel konnten jährlich auf den unterstützten Farmen rund **1.230 t CO₂e** eingespart oder gebunden werden. Das entspricht den Emissionen von ca. 775 Autos – oder 88.000 Bäume über einen Zeitraum von zehn Jahren.

Mehr Leben im Boden

Biodiversität unter unseren Füßen: Regenwürmer gelten als Indikatoren für Bodenleben und ihre Zahl steigt: Auf WAGS-BIO-Flächen wurde bis **zu 75 % mehr Regenwurm-Biomasse gemessen**.

Gleichzeitig verbessert sich die Wasserspeicherung deutlich. Einige Böden nehmen heute bis zu 484 Zoll Wasser pro Stunde auf – ein echter Fortschritt in Zeiten zunehmender Trockenphasen.

Abfallvermeidung

MÜLL IST ROHSTOFF AM FALSCHEN ORT

“ Zero Waste mag schwer erreichbar sein – Zero Action dagegen ist keine Option. ”



DANIELA SOUKUP

Expert Corporate Responsibility, *Zero Waste*

ABFALLVERMEIDUNG

Auf dem Weg zu echter Kreislaufwirtschaft

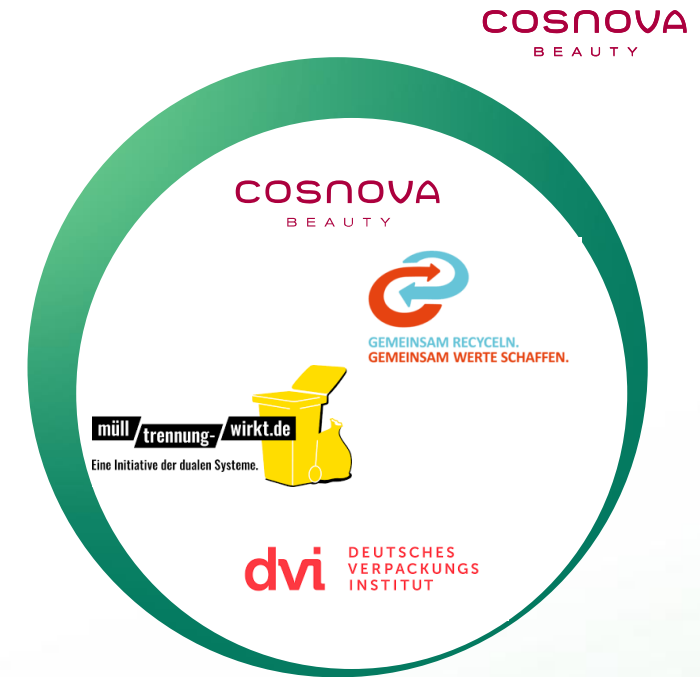
Verpackungen zirkulär gestalten

Ein wichtiger Hebel auf dem Weg zur Kreislaufwirtschaft ist die Gestaltung recyclingfähiger Verpackungen. Deshalb überprüfen wir unsere Materialien konsequent im Hinblick auf ihre Wiederverwertbarkeit und passen unsere Designs schrittweise an. Aktuell erfüllen 34 % unserer Produktfamilien die Kriterien für Recyclingfähigkeit. Parallel dazu erhöhen wir den Einsatz von recycelten Rohstoffen: 6 % unseres gesamten Primärverpackungsgewichts bestehen bereits aus Post-Consumer-Rezyklat (PCR). Beide Werte wollen wir in den kommenden Jahren weiter ausbauen, um die Lebensdauer unserer Verpackungsmaterialien deutlich zu verlängern.

Partnerschaften als Schlüssel zur Kreislaufwirtschaft

Kreislaufwirtschaft entsteht nicht im Alleingang. Deshalb engagieren wir uns in branchenweiten Initiativen und bündeln Expertise über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg. Als aktives Mitglied im Forum Rezyklat arbeiten wir seit 2018 an Lösungen für recyclingfähige Verpackungen und gestalten das Arbeitspaket **„Design for Recycling in der dekorativen Kosmetik“** als Co-Lead maßgeblich mit. Hier bringen wir erstmals alle relevanten Akteur*innen zusammen – vom Kunststoffhersteller bis zum Handel.

Seit 2022 unterstützen wir zudem die Initiative „Mülltrennung wirkt“, die Verbraucher*innen über die richtige Abfalltrennung informiert und damit entscheidend zur tatsächlichen Recyclingquote beiträgt. Und als neues Mitglied im dvi (Deutsches Verpackungsinstitut) seit 2025 wirken wir an weiteren branchenweiten Standards und Innovationen für nachhaltige Verpackungen mit.



Neue Regeln, neue Chancen für die Kreislaufwirtschaft

Um unsere Verpackungen Schritt für Schritt zirkulärer zu gestalten, arbeiten wir entlang des gesamten Lebenszyklus unserer Produkte – vom Design über die Materialien bis hin zum Transport und POS. Die im Rahmen der neuen EU-Verpackungsverordnung (PPWR) definierten Anforderungen bilden dabei einen wichtigen regulatorischen Rahmen. Auf Basis dieser Vorgaben haben wir unsere interne Roadmap bis 2030 weiter geschärft und treiben die Umstellung unseres Sortiments konsequent voran.

Gemäß den Vorgaben der PPWR sollen unsere Produkte bis 2030 zu mind. 70% recyclingfähig sein und mindestens 10% recycelte Materialien enthalten.

UNBEDENKLICHKEIT UNSERER PRODUKTE

High-Performance-Produkte mit
kleinstmöglichem negativen Fußabdruck

„ Ich arbeite für Produkte,
die uns heute gut tun –
und morgen für die
Umwelt kein Problem
darstellen. „

**KATRIN STEINBACH**Technical Unit Expert Corporate Responsibility, *Harmlessness*

UNBEDENKLICHKEIT – FÜR GESUNDHEIT, UMWELT UND SOZIALE ASPEKTE

Mikroplastikpartikel, gone for good!

Was 2020 mit einem klaren Schritt begann, ist heute Realität: Seit dem internen Verbot von Mikroplastikpartikeln in der Neuproduktentwicklung im Januar 2020 vergingen nur knapp drei Jahre bis zur vollständigen Umstellung. Und wir haben unser Ziel erreicht. Seit März 2023 ist unser gesamtes Produktsortiment auf mikroplastikpartikelfrei umgestellt. Damit gilt bei cosnova ab jetzt und in Zukunft: 100 % mikroplastikpartikelfrei, dauerhaft und markenübergreifend.



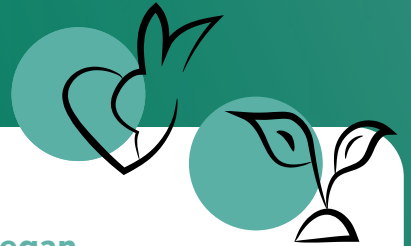
clean beauty für anspruchsvolle Verbraucher:innen

Die erste cosnova Clean Beauty Richtlinie wurde 2019 entwickelt und seither vier Mal durch Überarbeitungen verschärft und ausgeweitet. Für uns bedeutet Clean Beauty, Produkte zu entwickeln, die einerseits die Produktversprechen erfüllen, die sich unsere Verbraucher:innen wünschen, die aber andererseits auch frei von Inhaltsstoffen sind, die problematisch für die Gesundheit und Umwelt sein können. **Über 60%** des gesamten Produktportfolios sind aktuell schon konform mit unserem internen Clean Beauty Standard.

Unser Weg zu 100% vegan

Tierwohl ist für cosnova nicht nur ein Thema, sondern Teil unserer Haltung. Deshalb war es nur eine Frage der Zeit, bis neben dem Verzicht auf Tierversuche, der nächste Schritt in Richtung Tierwohl, in Form von veganen Produkten, gegangen wird. Deshalb haben wir uns auf den Weg gemacht, alle unsere Produkte auf vegane Inhaltsstoffe umzustellen. Ein Weg, den wir Schritt für Schritt gegangen sind – bis zum Ziel: Seit 2023 sind sämtliche Produkte unserer Marken essence und Catrice vollständig vegan.

Eine kurzfristige Ausnahme wurde notwendig, als wir aufgrund von klimabedingten Lieferengpässen ein Produkt vorübergehend auf Bienenwachs umstellen mussten – ein Schritt, der uns nicht leicht fiel. Umso erfreulicher: Seit Januar 2025 ist unser gesamtes Sortiment wieder vollständig vegan. Und das soll auch so bleiben.



MENSCHENRECHTE BEI UNSEREN GESCHÄFTSPARTNERN

„ Hinter jedem Produkt stehen Menschen. Ihre Arbeitsbedingungen bestimmen, wie nachhaltig unser Handeln wirklich ist. “

**MAXIMILIAN PETERS**Unit Expert Corporate Responsibility, *Human rights & Climate action*

VERANTWORTUNGSVOLLE BESCHAFFUNG

Lieferketten zukunftsfähig gestalten

Vorausschauend handeln. Risiken verstehen

Um potenzielle Menschenrechts- und Umweltrisiken entlang unserer Lieferkette sowie an unseren eigenen Standorten frühzeitig zu erkennen, haben wir in Übereinstimmung mit den Anforderungen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) eine umfassende Risikoanalyse durchgeführt.

An unseren eigenen Standorten zeigen sich insgesamt geringe Risiken. Erhöhte Risiken bestehen vor allem in der Herstellung von Beauty Produkten & Accessoires, etwa im Hinblick auf Arbeitsbedingungen, Gesundheitsschutz oder Diskriminierung. Die größten Herausforderungen liegen in den vorgelagerten Lieferketten, insbesondere bei bestimmten Rohstoffen wie Mica, Palmöl, Talc oder pflanzlichen Wachsen.

Mit Blick auf besonders sensible Rohstoffe wie Mica und Palmöl engagieren wir uns bereits seit 2018 für mehr Transparenz und verbesserte Standards in den jeweiligen Lieferketten. Aufbauend auf diesen Erfahrungen war es für uns der nächste konsequente Schritt, auch natürliche Wachse stärker in den Fokus zu nehmen. Als Ergebnis der Risikoanalyse sind wir der Initiative for Responsible Carnauba (IRC) beigetreten und haben uns das Ziel gesetzt, bis 2027 ausschließlich nachhaltig zertifiziertes Carnaubawachs einzusetzen. So entwickeln wir unser Engagement entlang priorisierter Risikobereiche kontinuierlich weiter.

Verlässliche Standards für verantwortungsvolle Lieferketten

Wir erwarten von all unseren nationalen und internationalen Geschäftspartnern – ebenso wie von ihren Subunternehmen – die uneingeschränkte Einhaltung aller geltenden Gesetze und Vorschriften. Darüber hinaus verpflichten sich alle direkten Lieferanten mit ihrer Unterschrift unter unseren Code of Conduct (CoC) zu unseren Anforderungen an Umwelt-, Sozial- und Unternehmensverantwortung. Zur Bewertung und Weiterentwicklung führen unsere Partner ein Nachhaltigkeitsrating über EcoVadis durch – dem weltweit größten Anbieter für CSR-Bewertungen.

Um potenzielle Risiken frühzeitig zu erkennen, definieren wir sogenannte Risikolieferant*innen, beispielsweise anhand der Produktionsstandorte in Asien oder Osteuropa. In diesen Fällen führen wir gemeinsam mit unserem Auditpartner LRQA regelmäßige Überprüfungen der Sozialstandards durch – und können so bei Bedarf direkt reagieren und Verbesserungen anstoßen.



SOZIALE INITIATIVEN

“ Verantwortung ist bei uns kein Add-on, sondern Teil dessen, wofür wir stehen. ”

**ASTRID HAURY**

Senior Manager Corporate Responsibility; *Social Engagement, CR Communication & Trash2Treasure*

DIE SÄULEN UNSERES SOZIALEN BEITRAGS*

Produktspenden

Europaweit profitieren bedürftige Menschen von unseren Spenden an die Tafeln in Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Malta, Ungarn, Dänemark, Slowenien und Ukraine.

Geldspenden u.a.

- Soforthilfe bei Naturkatastrophen und in Krisensituationen
- cosnova says No
- Entwicklungsprojekt in Indien für Familien, die auf die Glimmerbeschaffung angewiesen sind, mit Andheri-Hilfe
- Kinderdörfer in Litauen

Corporate Volunteering

cosnova gewährt jedem Mitarbeiter zwei bezahlte Arbeitstage im Jahr für soziales Engagement. Die Mitarbeiter können frei entscheiden, ob sie an von cosnova organisierten Social Days teilnehmen oder die beiden Tage für private ehrenamtliche Tätigkeiten nutzen wollen.

Corporate Citizenship

cosnova versteht sich als guter Nachbar im Main-Taunus-Kreis, der gerne soziale Projekte in unmittelbarer Nähe unserer Zentrale in Sulzbach/ Taunus unterstützt.

Säulen Cash Donations Commitment & Responsibility



GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG SICHTBAR MACHEN

Als Unternehmen mit einem hohen Anteil weiblicher Mitarbeitender und einer überwiegend weiblichen Kundschaft bezieht cosnova eindeutig Stellung gegen Gewalt an Frauen. Mit unserer 2023 gegründeten, langfristigen Initiative „**cosnova says NO**“ sensibilisieren wir die Öffentlichkeit, klären über geschlechtsspezifische Gewalt auf und leisten konkrete Unterstützung für betroffene Frauen.

COSNOVA
BEAUTY

SAYS NO!

**NEIN ZU GEWALT
GEGEN FRAUEN**

Sensibilisierung

Gewalt gegen Frauen – ein globales soziales Problem. Gemeinsam mit starken Partnern wie der Zonta Union, HateAid und weiteren Expert*innen machen wir darauf aufmerksam und setzen ein sichtbares Zeichen für ein Leben frei von Gewalt.

Unser finanzieller Beitrag

Zentraler Bestandteil unseres Engagements ist unser finanzieller Beitrag: 2025 spendete cosnova 150.000 Euro – davon 100.000 Euro an Frauenhäuser zur Soforthilfe für Frauen in akuter Gefahr und 50.000 Euro an Präventions- und Aufklärungsprojekte unserer Partnerorganisationen wie Zonta und HateAid. Seit dem Start der Initiative im Jahr 2023 haben wir insgesamt 370.000 Euro bereitgestellt.

Wandel bewirken

Wir nehmen unsere unternehmerische Verantwortung ernst und nutzen die Reichweite unserer Marken, um unseren Einfluss gezielt und wirkungsvoll einzusetzen. Mit unserem langfristigen Engagement möchte cosnova aktiv zu einer positiven gesellschaftlichen Entwicklung beitragen. Unser gemeinsames Ziel: Frauen sollen überall ein sicheres Leben frei von Gewalt führen können.



„Danke an cosnova, die sich gemeinsam mit HateAid mit großem Engagement gegen digitale Gewalt gegen Frauen und Mädchen stark machen. Gerade wenn der Wind rauer wird, braucht man starke Menschen und Unternehmen mit Haltung, die an deiner Seite stehen und sich für Demokratie und Menschlichkeit einsetzen.“

Anna-Lena von Hodenberg
Gründerin HateAid

HateAid & cosnova:

Seit Ende 2025 sind wir einer der wenigen strategischen Partner von HateAid. Ziel ist es, Betroffene von digitaler Gewalt zu stärken und Aufklärung rund um Hass im Netz sichtbarer zu machen.

Die Kooperation umfasst u. a. gemeinsame Auftritte und Awareness-Maßnahmen, die Stärkung der Webseite und App MeldeHelden und die Unterstützung der Ausstellung „Alles im Angebot“ zum Thema Internet und digitale Verantwortung.

„Der Kampf gegen Gewalt an Frauen braucht männliche Verbündete, die sich klar positionieren. Wir nutzen unsere Plattform in einem männerdominierten Teamsport, um als Vorbilder respektvolle Beziehungen vorzuleben und andere zu inspirieren, es uns gleichzutun. Mit unserem Engagement im Rahmen von ‚cosnova says NO‘ wollen wir unsere Fans dazu motivieren, Frauen in Gefahrensituationen zu schützen, das eigene Handeln zu reflektieren und problematisches Verhalten im sozialen Umfeld anzusprechen.“

Eric Reutemann

CEO & Co-Founder Frankfurt Galaxy



PROJECT
VOICES

COSNOVA
BEAUTY
VOICES

Christine Fink
Director People &
Organization

„Für mich bedeutet Nachhaltigkeit bei cosnova nicht nur Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft – sondern auch für unsere Mitarbeitenden. Wir fördern individuelle Entwicklung, leben Diversität und gestalten gemeinsam ein Arbeitsumfeld, das inspiriert, stärkt und bleibt.“

WO WIR WIRKEN



OUR HEART BEATS COLOURFULLY

Inklusion und Diversität



Vielfalt als gelebter Bestandteil unserer Kultur

Wir stehen entschlossen gegen jede Form von Diskriminierung – ob sie auf Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft, Hautfarbe, Religion, sexueller Orientierung oder sozialem Hintergrund basiert. Doch für uns bedeutet Inklusion weit mehr als das Einhalten von Regeln oder das Vermeiden von Ausschlüssen. Sie ist ein aktiver Ausdruck unserer Unternehmenskultur.

Bei cosnova glauben wir daran, dass eine Welt voller Farben nur dann wirklich strahlt, wenn jede Nuance sichtbar wird. Vielfalt verstehen wir deshalb als einen zentralen Bestandteil unserer Identität – und als Motor für Kreativität, Innovation und Zusammenarbeit. Jeder Mensch bringt eigene Perspektiven, Erfahrungen und Talente mit, die unser Miteinander bereichern und unser Unternehmen stärker machen.

Gemeinsam bunt für Vielfalt - cosnova beim CSD

Ein sichtbares Zeichen dafür setzen wir auch nach außen. Seit 2023 sind wir mit einer immer größer werdenden Gruppe beim Christopher Street Day in Frankfurt am Main dabei. Seit 2024 sogar mit einem eigenen cosnova-Truck – und über 40 Kolleg*innen, die gemeinsam gefeiert, Flagge gezeigt und unsere Botschaft mitten in die Stadt getragen haben. Mit unseren Marken essence und CATRICE stehen wir dort für Vielfalt, unterstützen die LGBTQIA+ Community und setzen ein klares Zeichen für Respekt, Freiheit und Gleichberechtigung.

OUR HEART BEATS FOR OUR CONSUMERS

Vom Dialog zur Community

Der cosnova Stakeholder Dialog hat sich spürbar verändert. Aus klassischen Rückmeldungen per E-mail oder über die Hotline ist ein vielschichtiger, kontinuierlicher Austausch mit aktiven Communities geworden – auf Social Media, in Co-Creation-Formaten, über Creator Relations, in Trend-Insights und über unsere Markenbotschafter:innen. Was gleich geblieben ist: Unsere Verbraucher:innen stehen im Mittelpunkt unseres Handelns. Neu dazu gekommen ist, dass sie heute unsere Marke selbst mitgestalten, stärker denn je.

Mitgestalten statt nur konsumieren

Dieser Dialog findet nicht nur online statt. Auch auf Events treten wir persönlich mit unserer Community in Kontakt, sammeln über kurze Surveys direktes Feedback und bauen so eine Fanbase auf, mit der wir langfristig verbunden bleiben wollen. Unsere Community ist damit nicht nur Empfängerin unserer Inhalte, sondern aktiver Teil unserer Marken- und Kulturentwicklung.

Community Experience als Herzstück

Mit unserer neuen Struktur im Bereich Global Community Experience (Global CX) steht die direkte Verbindung zu unserer Community stärker im Mittelpunkt als je zuvor. Wir begegnen den Menschen dort, wo sie unsere Marken erleben – vor allem auf TikTok und Instagram. Hier entsteht ein kontinuierlicher Austausch, der unsere Arbeit nachhaltig prägt. Egal ob Direct Messages, Kommentare oder kreative Beiträge: Die Vielfalt der Stimmen liefert wertvolle Impulse für Inhalte, Produkte und Trends.



COSNOVA
BEAUTY
VOICES

Thorsten Mühl
Chief Digital Marketing
& Experience Officer

„KI verändert die Art, wie wir arbeiten und kreativ sind. Wir wollen diesen Wandel aktiv gestalten und zwar verantwortungsvoll und menschenzentriert. Für uns bedeutet das: fair, divers, transparent. So wird KI für uns kein Selbstzweck, sondern ein Teil unserer Idee von modernem, nachhaltigem Marketing.“

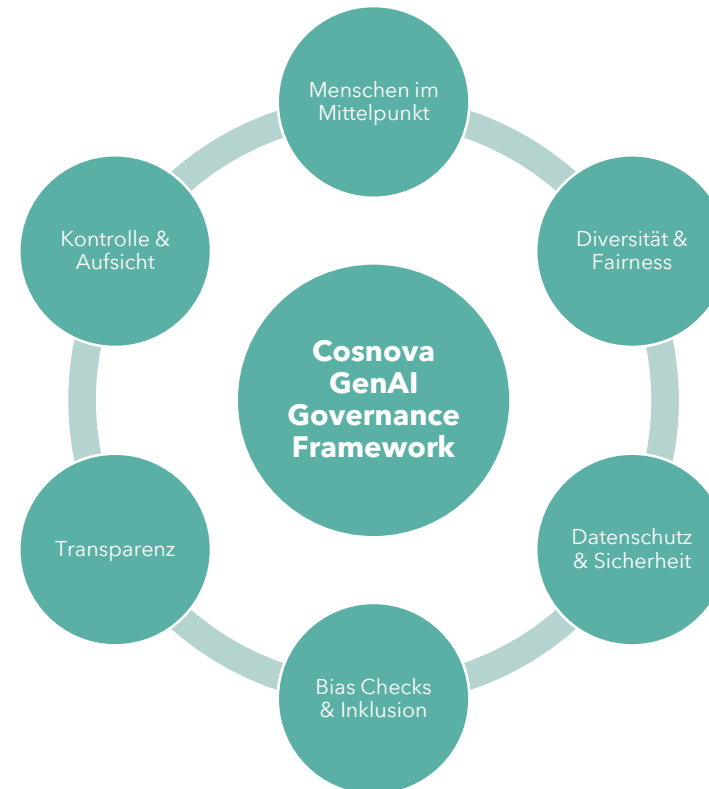
DIGITAL RESPONSIBILITY

Unsere Haltung

Generative Künstliche Intelligenz (GenAI) eröffnet neue Möglichkeiten – auch in der Kosmetikbranche. Bei cosnova sehen wir KI nicht als Ersatz, sondern als Werkzeug, das unsere Teams entlastet, Kreativität unterstützt und Zusammenarbeit fördert. Dabei stehen unsere Unternehmenswerte im Zentrum: **Verantwortung, Transparenz, Diversität und Nachhaltigkeit.**

cosnovas GenAI Governance Framework

bildet den ethischen und organisatorischen Rahmen für den Einsatz generativer KI. Es basiert auf internationalen Grundsätzen (EU AI Act, OECD, Ethikrichtlinien) und wurde speziell für die Anforderungen der Beauty-Industrie entwickelt. Wir arbeiten fortlaufend daran, unseren Governance Framework an neue Entwicklungen und Bedarfe anzupassen. Zukünftig wird uns die Anwendung eines Reifegradmodells dabei helfen, unseren Fortschritt auch bei der Umsetzung unseres GenAI Rahmenwerks zu messen.



AUSBLICK: KI & ÖKOLOGIE

Wir sind uns bewusst dass KI nicht nur eine kreative Technologie ist, sondern auch einen eigenen CO2-Fußabdruck mit sich bringt. Das Training und die Nutzung großer Sprachmodelle können – je nach Anwendung – erhebliche Mengen an Strom und Ressourcen benötigen. Diese Auswirkungen gilt es in Zukunft zu messen.

Gleichzeitig bietet KI auch die Chance umweltfreundlichere Produkte, nachhaltigere Produktentwicklung oder ökologische Verpackungen systematisch zu ermöglichen.

KI ALS ENABLER



KENNZAHLEN AUF EINEN BLICK

Produkte	Lieferkette	Umwelt + Soziales Engagement	Mitarbeiter
3343 Rohstoffe auf Nachhaltigkeit analysiert	77% Produkte aus Europa	+17,6% mehr stoffliche Verwertung von Logistikabfällen bei CNL (seit Beginn der Erhebung 2016).	15% Durchschnittliche Beteiligung bei Corporate Volunteering
100% Mikroplastikpartikelfrei	> 65% unserer Full-Service Lieferanten mit mind. Bronze oder besser von Ecovadis ausgezeichnet	34 % aller Produktfamilien sind bereits recyclingfähig.	3-4 Social Days von cosnova organisierte Social Days für Mitarbeiter
-99,9% flüchtige Silikone im Vergleich zu 2020 (Stand 2024)	15 Social Compliance Audits pro Jahr	6% des gesamten Primärverpackungsgewichts entfällt auf PCR (Post-Consumer-Recycling) Material	41% der Mitarbeiter nutzen die von cosnova bereitgestellten Jobtickets.
<16% Palmölanteil (Stand 2024)	100% Einkauf von Mica aus nachvollziehbaren Lieferketten der RMI Mitglieder (Stand 2024)	€ 5 Mio. Geldspenden für soziale Initiativen pro Jahr	1000 € Personalentwicklungsbudget pro Kopf (pro Festanstellung)
37,7% Anteil an palmölbasierten Stoffen mit zertifizierter RSPO MB Qualität (Stand 2024)	- 62% CO2 Reduktion durch Einsatz von HVO 100 Diesel für Straßengüterverkehr	Bis zu € 2 Mio. Produktspenden pro Jahr	1.629 Training Sessions absolvierte interne und externe Weiterbildungen/Schulungen

KONTAKT

The Cosnova Beauty logo is located in the top right corner. It consists of the word "COSNOVA" in a large, white, sans-serif font, with the word "BEAUTY" in a smaller, white, sans-serif font directly underneath it. The logo is set against a dark teal circular background.

COSNOVA
BEAUTY

PR & CORPORATE COMMUNICATIONS

EVA EXNER

Head of PR & Corporate Communications
E.Exner@cosnova.com

CORPORATE RESPONSIBILITY

SILVIA STEINERT

Director Corporate Responsibility
S.Steinert@cosnova.com

KATRIN STEINBACH

Technical Unit Expert Corporate Responsibility
K.Steinbach@cosnova.com

www.cosnova.com