NACHHALTIGKEITS BERICHT 2025



CURA
COSMETICS GROUP



Das Cover

Wie alle Bilder in diesem Bericht zeigt auch dieses Bild echte Menschen und Mitarbeitende der CURA bzw. Personen die CURA nahe stehen. Wir danken Human Resources Managerin Katharina Badžoka und ihrem Sohn David für ihren Einsatz als Models. Es gibt keinen Planeten B. Daher gilt es diesen zu bewahren - für David und alle anderen, die nach uns kommen. Für Menschen, Tiere und Natur.

Inhaltsverzeichnis

Statement der Geschäftsführung 4

ALLGEMEINES

Unternehmensportrait 6
Unternehmensstruktur 9
Unsere Stakeholder.....11
Unsere Wertschöpfungskette.....12
Nachhaltige Milestones 13

GOVERNANCE

Unser Nachhaltigkeitsbegriff 16
Unser Projektteam 17
Whistleblower-Regelung 19
Die Doppelte Wesentlichkeitsmatrix.....20
Strategische Digitalisierung 23

PEOPLE

Mitarbeitendenkennzahlen 26
Soziale Tätigkeiten 30
Einbeziehung der Mitarbeitenden 33
Lernen als Teil unserer Kultur 35
CURA CARES 38
Verantwortungsvolle Lieferkette 42

PLANET

Reduktion CO_2 Emissionen 44
Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette 46

PRODUCT

Nachhaltige Rezepturen 49
Nachhaltige Verpackungen 51

VERZEICHNIS & ANHANG

VSME Referenzen 55
Anhang Themen Wesentlichkeitsmatix 57

Der Bericht

VSME B1

Berichtszeitraum: 1.1.2025 - 31.12.2025

Berichtshäufigkeit: jährlich

Der CURA COSMETICS GROUP Nachhaltigkeitsbericht wurde nach den VSME (Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed SMEs) mit dem Basic Modul und Comprehensive Modul verfasst.

Impressum

CURA-Marketing GmbH
Dr.-Franz-Werner-Straße 19
A- 6020 Innsbruck

tel.: +43/512/262676
e-mail: sustainability@cura.co.at

Statement der Geschäfts-führung

VSME B1, C1



Bereits zum vierten Mal legen wir den Nachhaltigkeitsbericht der CURA COSMETICS GROUP vor.

Auch wenn wir infolge der geänderten regulatorischen Rahmenbedingungen auf EU-Ebene nicht mehr der Berichtspflicht unterliegen, stand für uns von Beginn an fest: **Wir machen weiter – aus Überzeugung.** Denn nachhaltiges Handeln und die transparente Berichterstattung darüber sind für uns keine regulatorische Pflicht, sondern Ausdruck unserer Verantwortung gegenüber Menschen, Umwelt und kommenden Generationen.

Die Herausforderungen unserer Zeit bleiben bestehen – unabhängig von politischen Entwicklungen und regulatorischen Vorgaben. Klimawandel, Ressourcenverbrauch und gesellschaftliche Veränderungen machen deutlich, dass wir unsere gemeinsamen Anstrengungen weiter verstärken müssen, wenn wir auch nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Zukunft ermöglichen wollen.

„We enrich people's lives with the caring power of beauty!" haben wir als unseren Purpose festgelegt. Wie wir dabei handeln wollen, beschreiben unsere vier Werte: **joyful – responsible – innovative – together.** Nachhaltigkeit ist dabei für uns ein selbstverständlicher Bestandteil dieses Anspruchs.

Wir verstehen darunter, ökonomische, ökologische und soziale Verantwortung miteinander zu verbinden und unser Unternehmen langfristig zukunftsfähig zu gestalten. Grundlage dafür ist eine vorausschauende Strategie, die wirtschaftlichen Erfolg mit einem wertschätzenden Umgang mit Menschen und einem verantwortungsvollen Einsatz natürlicher Ressourcen verbindet.

2025 haben wir auf diesem Weg wichtige Fortschritte erzielt. Mit dem Abschluss unserer doppelten Wesentlichkeitsanalyse verfügen wir über eine fundierte Grundlage, um unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten künftig noch gezielter auszurichten und Prioritäten dort zu setzen, wo wir die größte Wirkung erzielen können.

Auch in unserer Lieferkette konnten wir konkrete Verbesserungen erreichen: Innerhalb der vergangenen beiden Jahre haben wir die damit verbundenen CO_2- Emissionen um insgesamt **46 % reduziert**. Dazu beigetragen haben unter anderem die Optimierung der Warentransporte sowie unser verstärkter Fokus auf europäisches Sourcing.

Nachhaltigkeit zeigt sich für uns jedoch nicht nur in ökologischen Kennzahlen. Ebenso entscheidend ist, wie wir als Unternehmen miteinander umgehen. Die Auszeichnung mit dem **TIROLERIN Award in der Kategorie Diversität & Gleichstellung** bestärkt uns deshalb in unserem Weg, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das von Offenheit, Chancengleichheit und gegenseitiger Wertschätzung geprägt ist.

Gleichzeitig treiben wir die Digitalisierung unserer Prozesse konsequent voran – von unserem neuen Intranet **CURA COSMOS** bis hin zu agilen Projektmanagement-Tools. Denn wir sind überzeugt: Nachhaltige Entwicklung braucht Transparenz, verlässliche Daten und klare Entscheidungsgrundlagen, damit Fortschritte messbar und Maßnahmen wirksam gesteuert werden können.

Mit diesem Bericht möchten wir transparent zeigen, wo wir heute stehen, was wir bereits erreicht haben und wo noch Arbeit vor uns liegt. Nachhaltigkeit verstehen wir dabei nicht als abgeschlossenes Projekt, sondern als kontinuierlichen Prozess, den wir mit Verantwortung, Innovationsbereitschaft und gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden und Partnern gestalten wollen.

Wir laden Sie herzlich ein, sich ein Bild von unserem Weg und unseren Fortschritten zu machen. Denn eines bleibt für uns unverändert:

Eine lebenswerte Zukunft entsteht nicht durch einzelne Maßnahmen, sondern durch die gemeinsame Verantwortung und das konsequente Handeln vieler.

G. Kaiser

Gerhard Kaiser
Managing Partner, Co- Founder
CURA COSMETICS GROUP



1. Allgemeines

We are CURA

VSME C1

Die CURA COSMETICS GROUP steht seit ihrer Gründung im Jahr 1999 für innovative Kosmetikkonzepte, die Menschen inspirieren und nachhaltig begeistern. Aus einem Start-up mit vier Gesellschaftern hat sich ein international tätiges Unternehmen mit über 200 Mitarbeitenden entwickelt, das heute eine starke Marktpräsenz und eine klare strategische Ausrichtung vereint.

Am Standort Innsbruck bündeln wir unsere Kernkompetenzen entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von der ersten Produktidee über Forschung und Entwicklung bis hin zur Markteinführung und Vermarktung. Dabei verbinden wir Innovation, Qualität und Nachhaltigkeit zu ganzheitlichen Kosmetiklösungen.

WESENTLICHE PRODUKT- UND DIENSTLEISTUNGSGRUPPEN

Unser Portfolio umfasst mehr als 20 international erfolgreiche Marken in den Bereichen:

- Skincare
- Parfum
- Dekorative Kosmetik
- Haircare

Der nachhaltige Erfolg der CURA COSMETICS GROUP basiert auf einer vertrauensvollen und langfristigen Zusammenarbeit mit ausgewählten Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Diese Kooperationen ermöglichen es uns, innovative Kosmetikprodukte effizient zu entwickeln, herzustellen und international zu vertreiben.

Unsere Produkte vertreiben wir über verschiedene Vertriebskanäle, darunter Retail, E-Commerce und TV-Commerce. Im stationären Handel arbeiten wir mit etablierten Drogerie- und Parfümerieketten zusammen, die eine breite Marktabdeckung und Kundennähe gewährleisten.

Die Bedürfnisse und Erwartungen der Konsument:innen stehen dabei im Mittelpunkt unseres Handelns. Sie bilden die Grundlage für unsere Innovationsprozesse und Markenstrategien und liefern wertvolle Impulse für die kontinuierliche Weiterentwicklung unseres Portfolios.

VERKAUFTE STÜCKZAHL

2023	2024	2025
26.642.239	**31.743.208**	**31.925.863**

UNTERNEHMENSKULTUR UND WERTE

Unsere Unternehmenskultur ist geprägt von Offenheit, Verantwortungsbewusstsein und der Überzeugung, dass nachhaltiger Erfolg nur durch Zusammenarbeit entsteht. Die Werte #joyful, #innovative, #responsible und #together bilden dabei den Rahmen für unser tägliches Handeln. Sie fördern ein Arbeitsumfeld, in dem kreative Ideen entstehen, mutige Entscheidungen getroffen werden und Teamarbeit auf Augenhöhe gelebt wird.

Gründungsjahr: 1999

Standort: Innsbruck

Mitarbeitende: 222

Lizenz- und Eigenmarken: >20

Konsolidierter Konzernumsatz: 98,7 Mio €

Konzernbilanzsumme: 67,9 Mio €

Werte: joyful, innovative, responsible, together



90%

beträgt die Exportquote der CURA COSMETICS GROUP. Dabei wird in über 20 Länder exportiert.

83%

des Umsatzes der CURA COSMETICS GROUP werden in Deutschland erwirtschaftet. Darauf folgen Österreich mit 10%, Tschechien mit 1,4% und Polen mit 1,1%.







Vielfalt als Stärke – Auszeichnung für gelebte Inklusion und Diversität

Bei der CURA COSMETICS GROUP steht der Mensch im Mittelpunkt – mit all seinen Erfahrungen, Perspektiven und Lebensrealitäten. Vielfalt verstehen wir nicht nur als gesellschaftliche Verantwortung, sondern als wesentlichen Erfolgsfaktor für Innovation, Kreativität und nachhaltige Unternehmensentwicklung.

Im Jahr 2025 wurde dieses Engagement mit dem TIROLERIN Award in der Kategorie Diversität & Gleichstellung, präsentiert von der TIROLER VERSICHERUNG V.a.G., gewürdigt. Diese Auszeichnung erfüllt uns mit großer Freude und bestätigt unseren konsequenten Weg, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das von Offenheit, Wertschätzung und Chancengleichheit geprägt ist.

In ihrer Videobotschaft betonte unsere Mehrheitseigentümerin Judith Williams, dass Unternehmenskultur kein Alleingang ist. Erst durch das gemeinsame Werteverständnis und das Engagement aller Mitarbeitenden und Partner entsteht ein Klima von Positivität und psychologischer Sicherheit – eine wesentliche Grundlage für nachhaltigen Unternehmenserfolg.

Für uns bedeutet Diversität weit mehr als die Anerkennung unterschiedlicher Hintergründe. Sie schafft Raum für neue Perspektiven, stärkt die Zusammenarbeit und ermöglicht Lösungen, die ohne diese Vielfalt nicht denkbar wären. Besonders die Themen Gleichstellung sowie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf liegen uns am Herzen, da sie entscheidend dazu beitragen, dass Mitarbeitende ihr volles Potenzial entfalten können.

Wir sind überzeugt: Unternehmen, die Diversität und Gleichstellung aktiv fördern, gewinnen an Innovationskraft, Attraktivität und Zukunftsfähigkeit. Unser Anspruch ist es daher, diese Werte nicht nur zu kommunizieren, sondern täglich zu leben – im Miteinander, in unseren Strukturen und in unserer Unternehmenskultur.

Vielfalt macht stark – Organisationen, Gemeinschaften und jede einzelne Person.



Wir tragen Verantwortung

Wirtschaftlicher Erfolg und nachhaltiges Handeln sind für uns kein Widerspruch – im Gegenteil. Wir sehen es als unsere Aufgabe, ökonomisch, ökologisch und sozial verantwortungsvoll zu agieren. Deshalb ist Nachhaltigkeit kein Projekt neben dem Kerngeschäft, sondern Teil unserer Strategie und unserer Werte. Sie spiegelt sich wider in unseren Produkten, Prozessen und in unserem Miteinander.

Unternehmensstruktur

VSME B1

Firmenname	Firmenbuch-nummer	Adresse	Gesellschafter		Geschäftsführer	Umsatz 2025*	ÖNACE-Code
CURA-Marketing GmbH	FN 178837 x	Dr.-Franz-Werner-Straße 19, 6020 Innsbruck Austria	Judith Williams GmbH VICTORIA HD SRL Gerhard Kaiser Hannes Kohl	77,8 % 9,7 % 5 % 7,5 %	Gerhard Kaiser Hannes Kohl	44,4 Mio €	G 46.45-0
CURA-Beauty GmbH	FN 439831 k	Dr.-Franz-Werner-Straße 19, 6020 Innsbruck Austria	CURA-Marketing GmbH Biofarma S.P.A. Clemens Kohl	40 % 45 % 15 %	Clemens Kohl	23,3 Mio €	G 46.45-0
Lifestyle Distribution GmbH	HRB 165195	Raboisen 38, 20095 Hamburg Germany	CURA-Marketing GmbH	100 %	Hannes Kohl	40,6 Mio €	G 46.45-0

*Umsätze sind nach Skonti, Rabatte, Boni und Konditionen



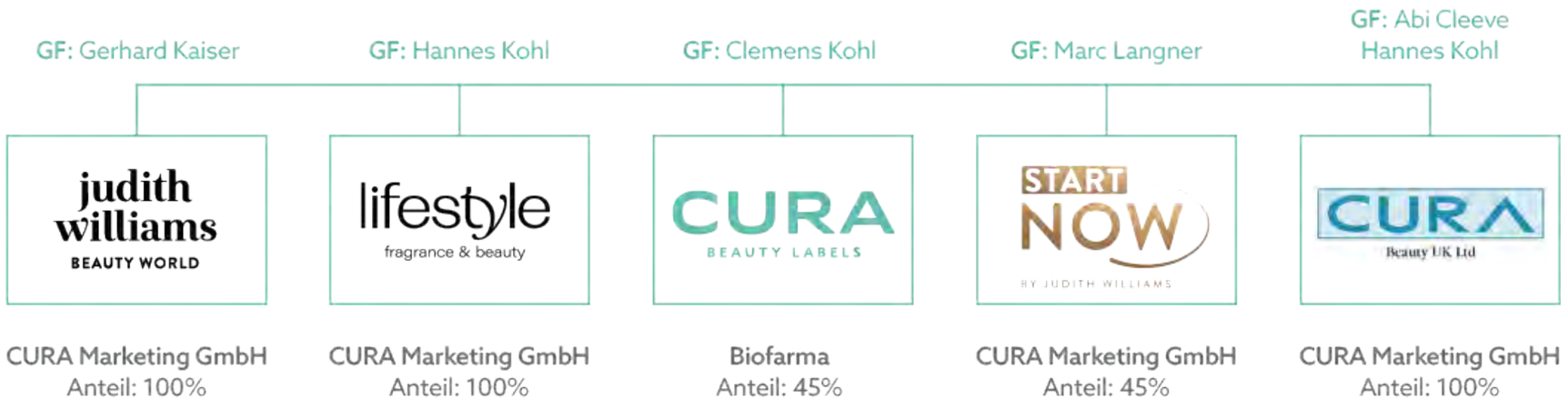




CURA
COSMETICS GROUP

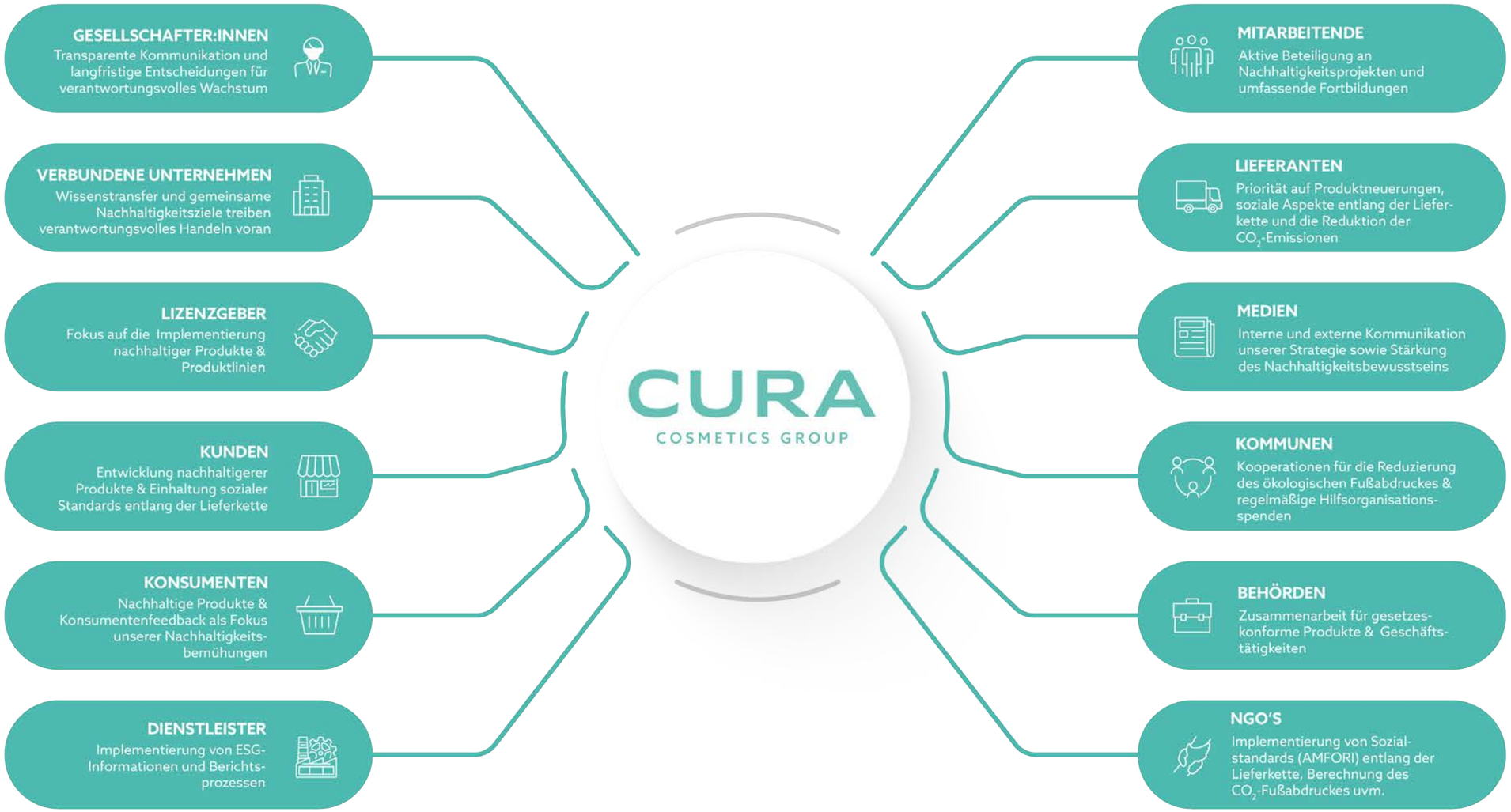
Firmenstruktur

GESCHÄFTSFÜHRER
Gerhard Kaiser | Hannes Kohl



Unsere Stakeholder

Eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie erfordert einen vollständigen Überblick über sämtliche Aktivitäten der CURA COSMETICS GROUP. Ein wichtiger Grundpfeiler ist eine Auflistung aller Stakeholder und wie wir mit diesen interagieren. Diese Grundlage soll dazu beitragen, die negativen Auswirkungen der Aktivitäten auf Umwelt und Gesellschaft zu minimieren und einen positiven Beitrag zu leisten.



Unsere Wertschöpfungskette

Erklärtes Ziel der CURA COSMETICS GROUP ist die Implementierung einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie sowie die Weiterentwicklung der bisherigen Nachhaltigkeitsbestrebungen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette. Beginnend in der Produktentwicklung spielt die Auswahl der Verpackungsmaterialien sowie der eingesetzten Rohstoffe eine Rolle. Bei der Beschaffung dieser Materialien und der Auswahl unserer Lieferanten legen wir besonderen Wert auf soziale Standards, den regelmäßigen Austausch über innovative Verpackungsmöglichkeiten sowie möglichst kurze Lieferwege zu unseren ausgewählten europäischen Produzenten. Die Zusammenarbeit mit unseren Spediteuren konzentriert sich seit langem auf einen umweltschonenden Warentransport vom Lohnhersteller zum Kunden. Wir werden diese Bemühungen auch zukünftig intensivieren. Schlussendlich können unsere Nachhaltigkeitsinitiativen den Vertrieb und das Marketing in Bezug auf Kundenbindung und Neukundengewinnung maßgeblich unterstützen.



Nachhaltige Milestones

Seit der Gründung der CURA COSMETICS GROUP im Jahre 1999 nimmt das Thema Nachhaltigkeit eine zentrale Bedeutung in der Strategie und Ausrichtung unseres Unternehmens ein. Einige Highlights aus den Bereichen People - Planet - Product haben wir hier zusammengefasst.



1999 -2005

Wellments Naturkosmetik



2015

Errichtung Firmengebäude im Passivhausstandard, mit regionalem Holz und PV-Anlage am Firmendach



2019

Eröffnung CURALINO - Erstes Tiroler Unternehmen mit Tagesmutter

Einführung der ersten Waterless Produkte (Solids)



2018

Beitritt zum globalen Wirtschaftsverband amfori, um die Einhaltung sozialer Standards entlang der Lieferkette zu gewährleisten



2011

Gründung Skin Research Institute

- seitdem wurden weit mehr als 1.500 Studien erfolgreich durchgeführt.



2020

Umwelt-Mobilitätskonzept (E-Autos, Jobticket, E-Bike-Verleih)

Launch Haarliebe - frei von tierischen Inhaltsstoffen, ohne Silikone, Parabene und Mikroplastik

Erstmaliger Einsatz von Tuben mit Recyclingmaterial (PCR)



2021

Gründung Projektteam Sustainability

Launch erster CO_2-neutraler Produkte



2022

Kunststofffreier Versand aus dem Backoffice

Einsatz von Tuben mit reduzierter Wandstärke (Tube 4.0)

Umstellung von gedeckt lackierten Glas Droppern auf recyclingfähigen Braunglas-Dropper in der CURA Beauty



2023

Veröffentlichung erster Nachhaltigkeitsbericht über 2022

Beitritt zu UN-Global Compact aller Tochterfirmen

Start Erfassung erster recyclingfähiger Produkte im Bemessungstool Belland Vision



2025

Projektgruppe zur Umsetzung der Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR) ins Leben gerufen (siehe Kapitel Nachhaltige Verpackungen)



2. Governance

Unser Nachhaltigkeitsbegriff

Unter Nachhaltigkeit verstehen wir ökonomisch, ökologisch und sozial verantwortungsbewusstes Handeln (nach innen und außen), das auf lange Sicht eine positive Entwicklung für nachfolgende Generationen bringt. Die Basis unseres Handelns bildet eine zukunftsorientierte und langfristige Strategie im Hinblick auf einen wertschätzenden Umgang mit Mensch und Umwelt. Diese gliedern wir in drei Bereiche:

PEOPLE

We see our social responsibility both in social commitment, ensuring compliance with social standards along the supply chain, and in creating ideal working conditions for our employees.

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING
5 GENDER EQUALITY
8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

THE CARING POWER OF BEAUTY

PLANET

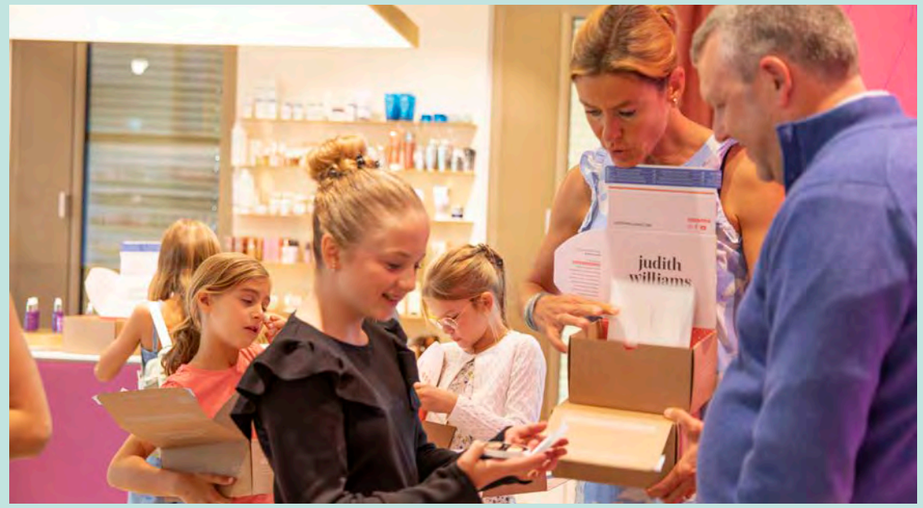
We want to act in a holistically conscious manner and promote climate awareness. At CURA COSMETICS GROUP, we are constantly working to improve our ecological footprint and counteract climate change.

13 CLIMATE ACTION

PRODUCT

Our focus is on the careful use of resources in day-to-day operations, as well as in the development and manufacturing of products.

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION







Unser Projektteam

B2

VERANTWORTUNG BRAUCHT STRUKTUR

Bei CURA COSMETICS GROUP ist Nachhaltigkeit fest in der Unternehmensstrategie verankert. Die Verantwortung liegt direkt bei der Geschäftsführung, die regelmäßig über Fortschritte, Risiken und Chancen informiert wird. So fließen Nachhaltigkeitsthemen in strategische Entscheidungen ein und werden auf höchster Ebene gesteuert.

Um ESG-Themen systematisch im Unternehmen zu verankern, wurde im Dezember 2021 ein bereichsübergreifendes Nachhaltigkeitsteam gegründet. Es schafft den strategischen Rahmen, koordiniert Maßnahmen und treibt die Umsetzung in den relevanten Fachbereichen voran.

Das Team besteht aus neun Fachpersonen aus Geschäftsführung, Produktmanagement/ Marketing, Einkauf, Entwicklung, Qualitätssicherung und Corporate Communications. Diese interdisziplinäre Zusammensetzung stellt sicher, dass Nachhaltigkeit ganzheitlich gedacht und in zentrale Unternehmensprozesse integriert wird.

Im Jahr 2025 lag ein besonderer Schwerpunkt auf der Vorbereitung zur Erfüllung der Anforderungen der Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR), insbesondere auf Datenanalyse und Datenpflege. Ziel ist es, relevante Verpackungsdaten strukturiert zu erfassen, bestehende Datenquellen zu prüfen und eine verlässliche Grundlage für künftige Auswertungen, Berichtsanforderungen und Maßnahmen abzuleiten.

Parallel werden bestehende Projekte – von Verpackungsoptimierung über soziale Initiativen bis hin zur Weiterentwicklung von CURA CARES – konsequent fortgeführt.



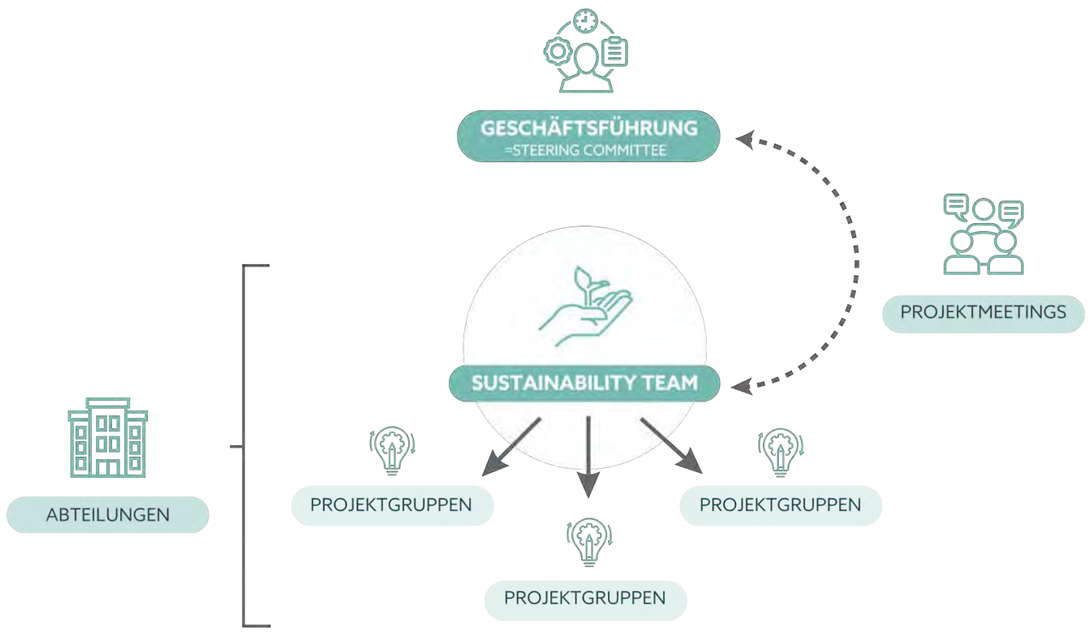


SO ARBEITEN WIR: STRUKTURIERT. TRANSPARENT. WIRKUNGSORIENTIERT:

- Das Sustainability Team agiert als zentrale Koordinationsstelle.
- Es arbeitet in enger Abstimmung mit der Geschäftsführung (Steering Committee) und gibt Impulse in alle relevanten Fachabteilungen.
- Spezifische Projektgruppen setzen operative Maßnahmen in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung um.
- In regelmäßigen Projektmeetings werden Fortschritte, Erkenntnisse und nächste Schritte reflektiert und weiterentwickelt.

Diese Struktur sorgt für klare Verantwortlichkeiten, effiziente Kommunikation und eine nachhaltige Umsetzung auf allen Ebenen.

Unsere Organisation ist darauf ausgelegt, Nachhaltigkeit ganzheitlich zu denken und operativ wirksam umzusetzen – über alle Geschäftsbereiche hinweg. Das Nachhaltigkeitsteam versteht sich dabei nicht nur als koordinierende Instanz, sondern als Motor, der Impulse gibt und die kontinuierliche Weiterentwicklung des Unternehmens begleitet.



UNSER NACHHALTIGKEITSTEAM:



Christoph Aukenthaler
Sustainability & Process Specialist



Gerhard Kaiser
Managing Partner



Alexander Kehle
Sustainable & Legal Packaging Specialist



May Britt Hoefer
Head of Product Management JWC



Petra Kathrein
Head of Procurement



Simone Mostarac
Head of Marketing CURA Beauty



August Aukenthaler
Expert / Consultant Regulatory Affairs



Christina Pescolderung
Teamlead Product Management Lifestyle



Anna Danzer
Teamlead Corporate Communications

Name	Zuständigkeiten
Gerhard Kaiser	• Projektleitung • Nachhaltigkeitsbericht • Umsetzung CSRD & ESRS • Reduktion CO2-Fussabdruck • Nachhaltige Lieferkette • Gesellschaftliches Engagement
Christoph Aukenthaler	• Projektleitung • Nachhaltigkeitsbericht • Umsetzung CSRD & ESRS • Reduktion CO2-Fussabdruck • Nachhaltige Lieferkette • Gesellschaftliches Engagement
Alexander Kehle	• Lead Nachhaltige Verpackungen
Petra Kathrein	• Nachhaltige Verpackungen • Nachhaltige Lieferkette
Simone Mostarac	• Nachhaltige Verpackungen • Nachhaltige Rezepturen
Christina Pescolderung	• Nachhaltige Verpackungen
August Aukenthaler	• Lead Nachhaltige Rezepturen
May Britt Hoefer	• Nachhaltige Verpackungen
Anna Danzer	• Nachhaltigkeitsbericht • Einbindung der Mitarbeitenden • Sustainability Communications • Gesellschaftliches Engagement
Tobias Taibon (Teamlead Innovation Lab)	• Mitarbeit im Projektteam Nachhaltige Rezepturen

Whistleblower Regelung

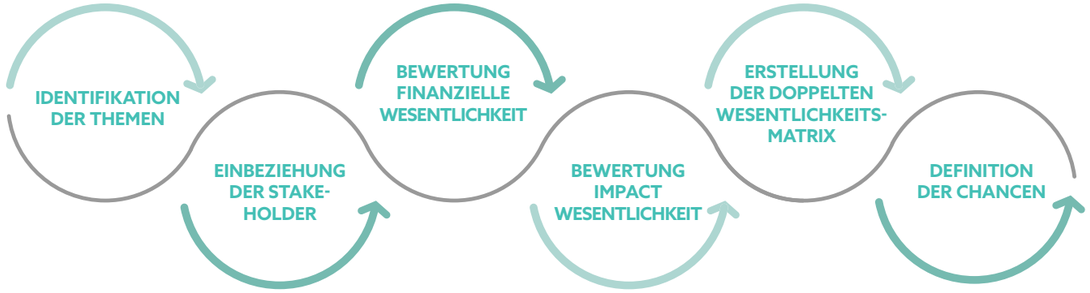
Seit Juni 2023 bietet CURA allen Mitarbeitenden die Möglichkeit, Verstöße gegen Compliance-Vorgaben und geltende Gesetze – etwa im Bereich Korruption oder Arbeitsrecht – sicher und vertraulich zu melden. Die Umsetzung erfolgt gemäß dem HinweisgeberInnenschutzgesetz (HSchG).

Auch im Code of Conduct für unsere Lieferanten ist das Thema Whistleblowing klar verankert, um Integrität entlang der gesamten Lieferkette zu fördern.



Die Doppelte Wesentlichkeitsmatrix

Die CURA COSMETICS GROUP setzt sich seit vielen Jahren intensiv mit Nachhaltigkeit auseinander. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung wurde im Jahr 2024/2025 eine doppelte Wesentlichkeitsanalyse gemäß den Europäischen Nachhaltigkeitsberichtsstandards (ESRS) durchgeführt. Diese betrachtet sowohl die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft (Impact-Wesentlichkeit) als auch die finanziellen Auswirkungen von Nachhaltigkeitsthemen auf das Unternehmen (finanzielle Wesentlichkeit). Die Analyse erfolgte in einem strukturierten, sechsstufigen Prozess.



1. IDENTIFIKATION DER THEMEN

Ausgehend von den ESRS sowie einer PESTEL- und SWOT-Analyse wurde ein umfassender Themenkatalog erstellt und um unternehmensspezifische Aspekte ergänzt. Das Nachhaltigkeitsteam bewertete die Themen hinsichtlich ihrer Relevanz und priorisierte sie für die weitere Analyse.

2. EINBEZIEHUNG DER STAKEHOLDER

Relevante Stakeholder wurden anhand ihrer strategischen Bedeutung und ihres Einflusses auf die CURA COSMETICS GROUP ausgewählt. Über 600 Personen wurden mittels eines standardisierten Fragebogens befragt; die Rücklaufquote lag bei 51 %. Die Ergebnisse flossen direkt in die Wesentlichkeitsbewertung ein.

3. BEWERTUNG DER FINANZIELLEN WESENTLICHKEIT

Gemeinsam mit der Geschäftsleitung sowie dem Bereich Finance & IT wurden die identifizierten Themen hinsichtlich ihrer potenziellen finanziellen Auswirkungen bewertet. Dabei wurden unter anderem Eintrittswahrscheinlichkeit, Zeithorizont und finanzielle Auswirkungen berücksichtigt sowie zusätzliche unternehmensrelevante Themen wie Lieferkettenrisiken, makroökonomische Entwicklungen und generative KI aufgenommen.

4. BEWERTUNG IMPACT WESENTLICHKEIT

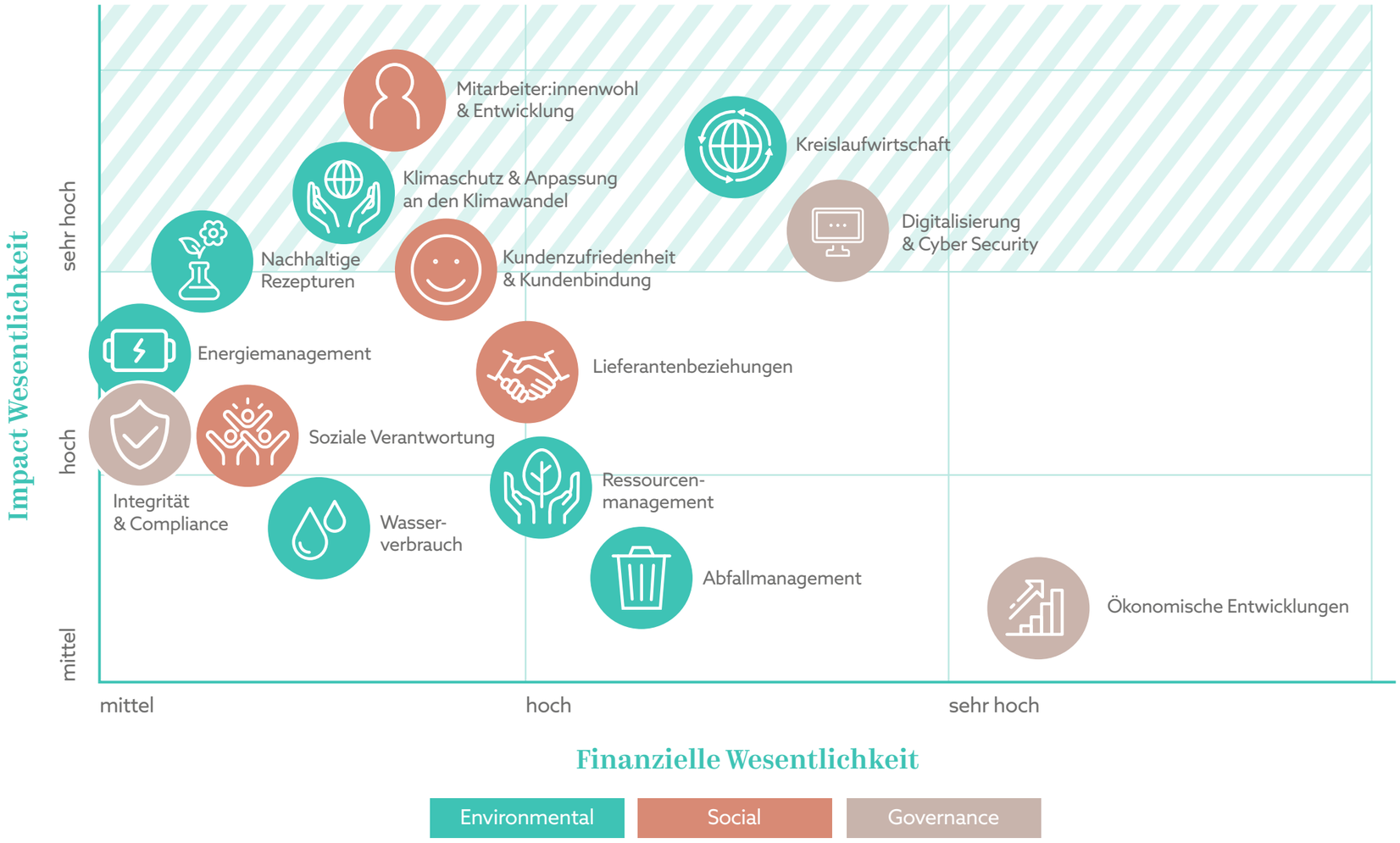
Anschließend bewertete das Nachhaltigkeitsteam die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Umwelt, Gesellschaft und Menschenrechte entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Neben positiven und negativen Auswirkungen wurden auch die Einschätzungen der Stakeholder berücksichtigt.



5. ERSTELLUNG DER DOPPELTEN WESENTLICHKEITSMATRIX

Die Ergebnisse der finanziellen und der Impact-Wesentlichkeit wurden in einer doppelten Wesentlichkeitsmatrix zusammengeführt. Sie bildet die Grundlage für die Nachhaltigkeitsstrategie sowie die Priorisierung der wesentlichen Themen. Eine detaillierte Übersicht aller Themen und Bewertungen befindet sich im Anhang.

Doppelte Wesentlichkeitsmatrix



6. DEFINITION DER CHANCEN

Auf Basis der Analyse wurden gemeinsam mit der Geschäftsleitung die wesentlichen Chancen für die CURA COSMETICS GROUP identifiziert. Diese fließen in die strategische Ausrichtung und Priorisierung der Nachhaltigkeitsaktivitäten ein.

Zu den wesentlichen Chancen zählen:

Reduktion von CO_2-Emissionen durch effizientere Transportwege, lokale Beschaffung und eine resilientere Lieferkette.

Kreislaufwirtschaft durch nachhaltige Verpackungen, recyclingfähige Materialien und zirkuläre Produktstrategien.

Nachhaltige Rezepturen durch transparente Rohstoffdaten, eine verantwortungsvolle Lieferantenauswahl und resilientere Lieferketten.

Makroökonomische Entwicklungen beobachten und durch die frühzeitige Berücksichtigung von Markttrends, Inflation und verändertem Konsumverhalten frühzeitig reagieren.

Mitarbeiter:innenzufriedenheit als Grundlage für Fachkräftebindung, Innovationskraft und langfristigen Unternehmenserfolg.

Digitalisierung & Cyber Security zur Steigerung von Effizienz, Datensicherheit und nachhaltiger Unternehmensführung. Für weiterführende Ausführung siehe das folgende Kapitel.

Generative KI als Zukunftstechnologie mit Fokus auf sicheren, gezielten und verantwortungsvollen Einsatz. Für weiterführende Ausführung siehe das folgende Kapitel.

Diese Chancen schaffen Potenziale für neue Märkte, effizientere Prozesse, Innovationen sowie eine höhere Wettbewerbsfähigkeit und Resilienz der CURA COSMETICS GROUP.







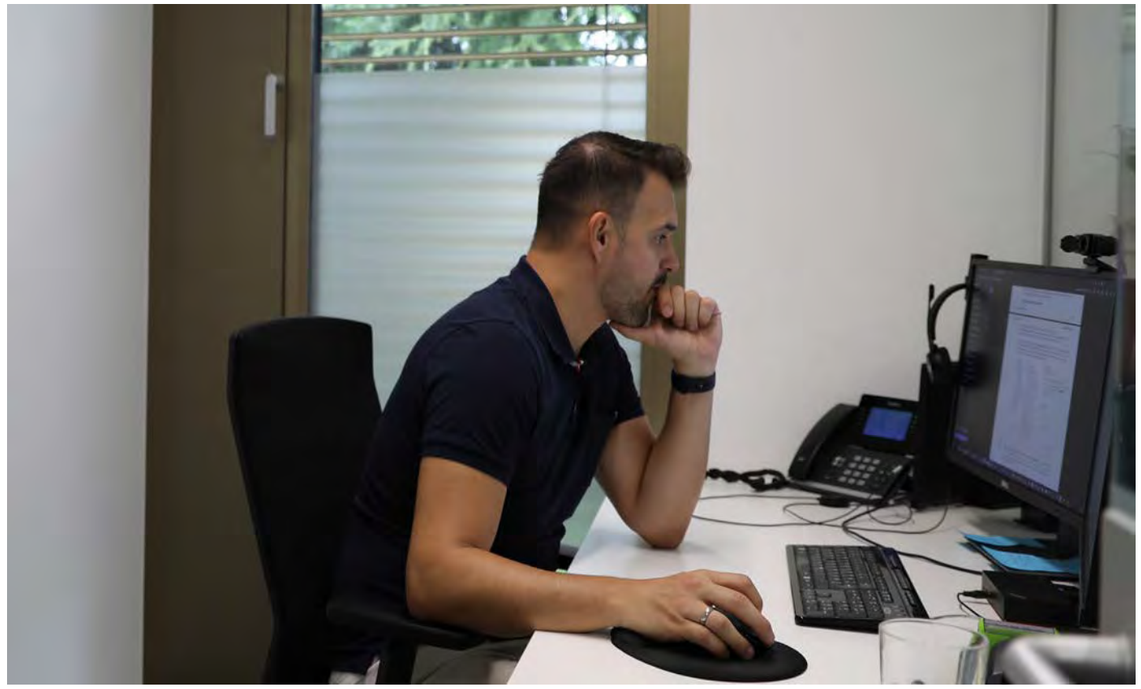
Strategische Digitalisierung

Die digitale Transformation ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensstrategie und bildet die Grundlage für nachhaltiges Wachstum, effiziente Prozesse und eine hohe Zukunftsfähigkeit. Im Berichtsjahr haben wir wichtige strategische Entscheidungen getroffen, um unsere Systemlandschaft weiterzuentwickeln und die digitale Vernetzung entlang der gesamten Wertschöpfungskette auszubauen.

Ein zentraler Meilenstein war die Entscheidung zur Einführung von Microsoft Dynamics 365 Business Central als zukünftiges ERP-System. Mit dem geplanten Projektstart im 2. Quartal 2026 schaffen wir die Grundlage für eine moderne, skalierbare und integrierte Unternehmensplattform, die unsere internationalen Geschäftsprozesse langfristig unterstützt. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf einer hohen Benutzerfreundlichkeit sowie einer leistungsfähigen Integrationsarchitektur zur Vernetzung bestehender und zukünftiger Systeme.

Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr die Evaluierung eines Product Information Management (PIM)-Systems gestartet. Mit der geplanten Einführung ab dem 3. Quartal 2026 wollen wir die zentrale Verwaltung unserer Produktinformationen auf eine neue Ebene heben. Ziel ist es, Produktdaten effizienter zu pflegen, ihre Qualität nachhaltig zu steigern und eine konsistente Verteilung über sämtliche Vertriebskanäle sicherzustellen – vom stationären Handel über unseren Webshop bis hin zu internationalen Marktplätzen. Hochwertige und jederzeit verfügbare Produktdaten sind dabei ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Skalierbarkeit, Kundenzufriedenheit und nachhaltiges Wachstum.

Auch die digitale Zusammenarbeit innerhalb der Organisation wird kontinuierlich weiterentwickelt. Mit den bestehenden Atlassian-Lösungen Jira und Confluence fördern wir transparente Projektarbeit, effizientes Wissensmanagement und eine bereichsübergreifende Zusammenarbeit. So schaffen wir die Voraussetzungen für schnelle Entscheidungen, nachhaltigen Wissenstransfer und eine lernende Organisation.





Digitalisierung ist für uns kein einzelnes Projekt, sondern ein kontinuierlicher Transformationsprozess. Durch die intelligente Vernetzung von Menschen, Prozessen und Daten schaffen wir die Grundlage für nachhaltiges Wachstum, höhere Effizienz und langfristige Wettbewerbsfähigkeit.

Marcel Testor
Vice President Finance & IT

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Künstliche Intelligenz entwickelt sich zunehmend zu einem wichtigen Innovationstreiber in Unternehmen. Die CURA COSMETICS GROUP verfolgt dabei einen praxisorientierten Ansatz und integriert KI-Anwendungen gezielt dort, wo sie einen messbaren Mehrwert schaffen und Mitarbeitende in ihrem Arbeitsalltag unterstützen.

Im Berichtsjahr hat insbesondere die Nutzung von generativer KI deutlich an Bedeutung gewonnen. KI-gestützte Werkzeuge unterstützen unsere Teams bei der Erstellung von Inhalten, der Informationsaufbereitung, der Analyse komplexer Daten sowie bei der Automatisierung wiederkehrender Aufgaben. Dadurch gewinnen Mitarbeitende wertvolle Zeit für kreative, strategische und wertschöpfende Tätigkeiten.

Gleichzeitig beobachten wir die rasante Entwicklung neuer Technologien wie intelligente Assistenten, agentenbasierte Systeme und moderne KI-Plattformen, die eine flexible Nutzung unterschiedlicher Sprachmodelle ermöglichen. Unser Ziel ist es, die Potenziale dieser Technologien verantwortungsvoll zu erschließen und langfristig eine leistungsfähige, zukunftssichere KI-Landschaft aufzubauen.

Neben Effizienz und Innovation stehen für uns auch Transparenz, Datensicherheit und der verantwortungsvolle Umgang mit Informationen im Mittelpunkt. Deshalb begleiten wir die Einführung neuer KI-Anwendungen mit klaren Richtlinien sowie der kontinuierlichen Qualifizierung unserer Mitarbeitenden.

> **Wir sehen Künstliche Intelligenz als wichtigen Baustein der digitalen Zukunft. Entscheidend ist dabei nicht, möglichst viele KI-Anwendungen einzusetzen, sondern jene Lösungen zu nutzen, die Wissen zugänglich machen, Prozesse vereinfachen und Raum für Innovation schaffen.**
>
> *Marcel Testor*
> *Vice President Finance & IT*

> **Cyber Security beginnt nicht erst bei der Abwehr von Angriffen, sondern bei der kontinuierlichen Reduktion von Risiken. Nachhaltige Sicherheit entsteht für uns dort, wo Technologie, Prozesse und das Sicherheitsbewusstsein unserer Mitarbeitenden ineinandergreifen.**
>
> *Marcel Testor*
> *Vice President Finance & IT*

CYBER SECURITY UND DATENSICHERHEIT

Die fortschreitende Digitalisierung und die zunehmende Vernetzung von Systemen erfordern ein hohes Maß an Informationssicherheit. Cyber Security ist daher ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie und eine wesentliche Voraussetzung für die sichere und nachhaltige Weiterentwicklung unserer digitalen Geschäftsprozesse.

Im Berichtsjahr haben wir unsere Sicherheitsarchitektur konsequent weiter gestärkt. Ein besonderer Fokus lag auf der Erhöhung der Widerstandsfähigkeit unserer IT-Infrastruktur durch zusätzliche Schutzmaßnahmen, eine stärkere Segmentierung kritischer Systeme sowie den Ausbau unserer Sicherheitsüberwachung. Dadurch erhöhen wir die Transparenz über digitale Aktivitäten innerhalb unserer Infrastruktur und schaffen die Grundlage, potenzielle Risiken frühzeitig zu erkennen und angemessen darauf zu reagieren.

Darüber hinaus investieren wir kontinuierlich in moderne Sicherheitslösungen, die Überwachung relevanter Bedrohungen sowie in die Sensibilisierung unserer Mitarbeitenden. Denn wirksame Cyber Security basiert nicht nur auf Technologie, sondern auch auf einem gemeinsamen Verständnis für Sicherheit innerhalb der gesamten Organisation.

Unser Ziel ist es, die digitale Resilienz nachhaltig zu stärken und das Vertrauen von Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitenden in unsere Systeme und Prozesse langfristig zu sichern.



3.People

Mitarbeitenden-kennzahlen

VSME B8, B10, C5, C9

Unsere Mitarbeitenden sind entscheidend für die Umsetzung unserer Werte und Ziele nach unseren Handlungsmaximen **Joyful – Together – Responsible – Innovative.** Daher setzen wir uns mit Engagement dafür ein, ihre Zufriedenheit und Motivation zu fördern.

Wir unterstützen sie bestmöglich im Arbeitsalltag durch moderne Arbeitsplätze, eine hauseigene Kantine, interne Kinderbetreuungsangebote und flexible Arbeitszeiten. In der CURA bieten wir unseren Mitarbeitenden ein breites Spektrum an Vorteilen und Annehmlichkeiten, welche unter dem Punkt **PEOPLE - CURA CARES** nachzulesen sind.

ÜBER DIE DATENERHEBUNG

Die vorliegenden Daten werden zum 30. Juni jeden Jahres erhoben. Aufgrund des starken Wachstums unserer Mitarbeitendenanzahl in den vergangenen Jahren wurde die Jahresmitte als repräsentativer Zeitpunkt ausgewählt. Bei der Erfassung der Daten zählen wir die Gesamtanzahl unserer Mitarbeitenden.

CURA CAMPUS

FORTBILDUNGEN

Fortbildungsstunden gesamt*

2023	2024	**2025**
2065+	2156+	**1859+**

Fortbildungsstunden Männer: 2023: 553+
2024: 386+
2025: 245+

Fortbildungsstunden Frauen: 2023: 1511+
2024: 1770+
2025: 1614+

*Derzeit werden nicht alle Fortbildungsstunden systematisch erfasst.

8,7

durchschnittliche Anzahl der Schulungsstunden pro Mitarbeitendem



MITARBEITENDENFLUKTUATION

Jahr	Anzahl der Abgänge	Prozentsatz der Mitarbeitenden-fluktuation	Neueinstellungen
2023	39	19 %	63
2024	31	14,7 %	44
2025	27	12,2 %	18

ANZAHL MITARBEITENDE

Jahr	Mitarbeitende
2022	174
2023	206
2024	223
2025	222

Jahr	Gender Pay Gap	Darstellung laut VSME
2022	112 %	-12 %
2023	106 %	-6 %
2024*	96,5 %	3,5 %
2025*	101,2 %	-1,2 %

*Ausweitung der Berechnungsgrundlage gegenüber den beiden Vorjahren entsprechend beschrieben Vorgehensweise. Darstellung entsprechend der Berechnungsmethodik des VSME.

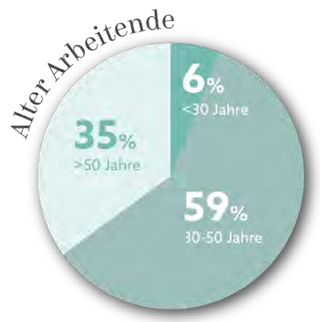
EQUAL PAY: FAIRNESS DURCH TRANSPARENZ

Aufgrund des traditionell hohen Frauenanteils innerhalb der CURA hat das Thema Equal Pay seit jeher einen hohen Stellenwert. Unser Ziel ist eine faire und leistungsgerechte Bezahlung – unabhängig vom Geschlecht.

Da sich individuelle Aufgaben und Verantwortungsbereiche nicht in allen Fällen unmittelbar miteinander vergleichen ließen, wurde die Equal-Pay-Analyse in den vergangenen zwei Jahren auf einen größeren Kreis an Mitarbeitenden ausgeweitet. Während die Auswertung zunächst auf vergleichbare Führungspositionen beschränkt war, umfasst sie seit dem Kalenderjahr 2024 sämtliche Mitarbeitenden des Unternehmens. Seit 2025 werden die Ergebnisse im Rahmen eines halbjährlichen internen Equal-Pay-Reportings regelmäßig an die Geschäftsleitung berichtet. Hierfür wurde ein Schwellenwert von 15 % festgelegt. Wird dieser überschritten, verpflichtete sich die Geschäftsleitung, die Ursachen zu analysieren und entsprechende Maßnahmen zur Verringerung struktureller Ungleichgewichte einzuleiten.

Arbeitende

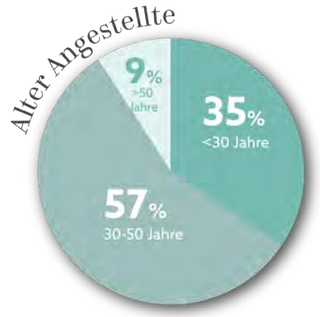
Kennzahl	2022		2023		2024		2025	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Arbeitende <30 Jahre	9	9 %	4	13 %	7	18 %	2	6 %
Arbeitende 30-50 Jahre	18	56 %	12	39 %	23	59 %	20	59 %
Arbeitende >50 Jahre	11	34 %	15	48 %	9	23 %	12	35 %
Arbeitende gesamt weiblich	24	75 %	26	84 %	31	79 %	29	85 %
Arbeitende gesamt männlich	8	25 %	5	16 %	8	21 %	5	15 %
Arbeitende gesamt	32	100 %	31	100 %	39	100 %	34	100 %





Angestellte

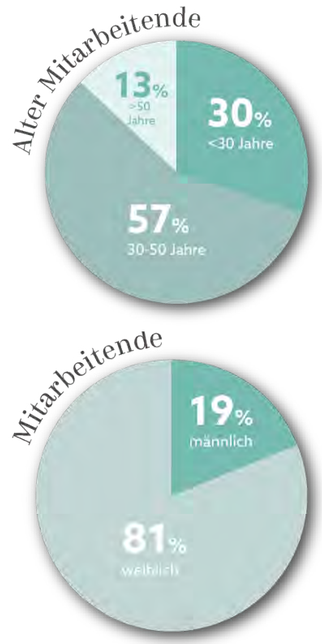
Kennzahl	2022		2023		2024		2025	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Angestellte <30 Jahre	44	31 %	54	31 %	66	36 %	65	35 %
Angestellte 30-50 Jahre	82	58 %	106	61 %	105	57 %	106	57 %
Angestellte >50 Jahre	15	11 %	15	9 %	13	7 %	17	9 %
Angestellte gesamt weiblich	98	70 %	141	81 %	145	79 %	150	80 %
Angestellte gesamt männlich	43	30 %	34	19 %	39	21 %	37	20 %
Angestellte gesamt	141	100 %	175	100 %	184	100 %	188	100 %





Mitarbeitende

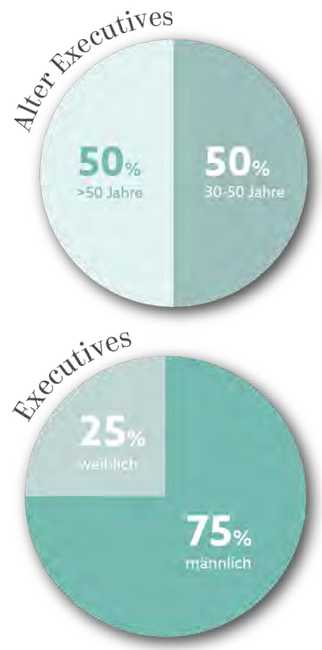
Kennzahl	2022		2023		2024		2025	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Mitarbeitende <30 Jahre	47	27 %	58	28 %	73	33 %	67	30 %
Mitarbeitende 30-50 Jahre	100	58 %	118	57 %	128	57 %	126	57 %
Mitarbeitende >50 Jahre	26	15 %	30	15 %	22	10 %	29	13 %
Mitarbeitende gesamt weiblich	122	71 %	167	81 %	176	79 %	179	81 %
Mitarbeitende gesamt männlich	51	29 %	39	19 %	47	21 %	43	19 %
Mitarbeitende gesamt	173	100 %	206	100 %	223	100 %	222	100 %



Executives

Kennzahl	2022		2023		2024		2025	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Executives <30 Jahre	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Executives 30 - 50 Jahre	3	60 %	2	50 %	2	50 %	2	50 %
Executives > 50 Jahre	2	40 %	2	50 %	2	50 %	2	50 %
Executives gesamt weiblich	1	20 %	1	25 %	1	25 %	1	25 %
Executives gesamt männlich	4	80 %	3	75 %	3	75 %	3	75 %
Executives gesamt	5	100 %	4	100 %	4	100 %	4	100 %

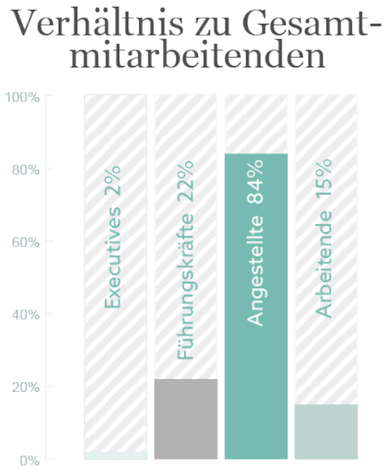
*Executives = Mitarbeitende auf höchster Führungsebene





Führungskräfte

Kennzahl	2022		2023		2024		2025	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Führungskräfte gesamt (ohne Executives)	41	100 %	42	100 %	41	100 %	48	100 %
Führungskräfte männlich (ohne Executives)	12	29 %	13	31 %	14	34 %	14	29%
Führungskräfte weiblich (ohne Executives)	29	71 %	29	69 %	27	66 %	34	71%



Relationen

Kennzahl	2022		2023		2024		2025	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Pro-zent	Anzahl	Prozent
Verhältnis Executives zu Gesamtmitarbeitenden	5	3 %	4	2 %	4	2 %	4	2 %
Verhältnis Führungskräfte zu Gesamtmitarbeitenden	41	24 %	42	20 %	41	18 %	48	22 %
Verhältnis Angestellte zu Gesamtmitarbeitenden	141	82 %	175	85 %	184	83 %	187	84 %
Verhältnis Arbeiter zu Gesamtmitarbeitenden	32	18 %	31	15 %	39	17 %	34	15 %

Soziale Tätigkeiten

Gemeinschaft stärken, Zukunft gestalten

Nachhaltigkeit bedeutet für uns mehr als nur Umweltbewusstsein, es bedeutet Verantwortung gegenüber unserer Gesellschaft. Die CURA COSMETICS GROUP setzt sich aktiv für soziale Initiativen ein, um Menschen in schwierigen Lebenslagen zu unterstützen. Ob durch Spenden, Sachleistungen oder nachhaltige Projekte: unser Ziel ist es, dort zu helfen, wo Unterstützung am meisten gebraucht wird. Einige unserer Projekte im Jahr 2024 waren:

Wir verwandeln Kommentare in Unterstützung für Kinder

Im Dezember 2025 setzten wir gemeinsam mit der Caritas Tirol eine digitale Spendenaktion zugunsten des Lerncafés in Hötting um. Im Zeitraum vom 1. bis 24. Dezember wurde für jeden Kommentar auf unseren Social-Media-Kanälen ein Euro gespendet.

Dank der aktiven Beteiligung der Community kamen insgesamt 918 Kommentare zusammen. Als CURA COSMETICS GROUP haben wir diesen Betrag verdoppelt und somit insgesamt 1.834€ an das Lerncafé in Hötting gespendet.



Gemeinsam Wärme schenken

Auch im Jahr 2025 unterstützten wir erneut den Verein Humanitäre Hilfe für die Ukraine durch Geld- und Sachspenden. Neben Produkten aus unserem Lifestyle Fragrance & Beauty- sowie CURA Beauty-Sortiment organisierten wir unternehmensintern eine Kleidersammlung.

Das Engagement unserer Mitarbeitenden war dabei besonders hervorzuheben: Innerhalb kurzer Zeit wurden große Mengen an Winterkleidung, Decken und weiteren dringend benötigten Hilfsgütern gesammelt. Insgesamt konnten zwei Transporte mit jeweils vollständig ausgelasteten Fahrzeugen organisiert werden.



Kinderbetreuung darf kein Luxus sein

Der Zugang zu qualitativ hochwertiger Kinderbetreuung ist eine wesentliche Voraussetzung für Chancengleichheit und gesellschaftliche Teilhabe.

Neben unserer eigenen betrieblichen Kinderbetreuung unterstützen wir daher auch ein Projekt von RETTET DAS KIND Tirol, das sozial benachteiligten Familien den Zugang zu Kinderbetreuung erleichtert. Ziel ist es, finanzielle Hürden abzubauen und Kindern frühzeitig Zugang zu Bildungs- und Entwicklungsangeboten zu ermöglichen.





Wenn Künstliche Intelligenz auf Menschlichkeit trifft

Auch 2025 unterstützten wir erneut die Organisation Arche Herzensbrücken, die sich für Familien mit schwerkranken Kindern einsetzt.

Im Berichtsjahr erfolgte die Unterstützung im Rahmen des Benefizevents „Vorsprung durch Wissen – mentale Flexibilität in Zeiten von KI“ mit Markus Hofmann. Der gesamte Nettoprofit der Veranstaltung kam der Kinder- und Jugendhospizarbeit zugute.

Die Verbindung eines hochaktuellen Themas wie Künstliche Intelligenz mit sozialem Engagement ermöglichte es, neue Zielgruppen anzusprechen und gleichzeitig einen wichtigen Beitrag für betroffene Familien zu leisten.

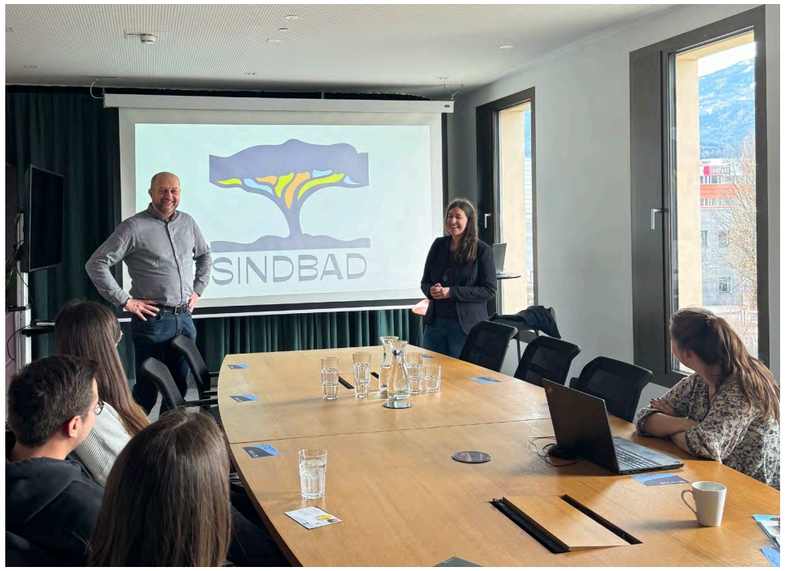


Schritt für Schritt in eine bessere Zukunft

Im Rahmen des CURA Health Days wurde das Thema Gesundheit mit sozialem Engagement verknüpft. Mitarbeitende hatten die Möglichkeit, auf einem Walking Pad aktiv zu werden und dabei Spenden für einen guten Zweck zu sammeln.

Für jeden zurückgelegten Kilometer wurden 100€ zugunsten der Frühförderung von Kindern mit Sehbeeinträchtigungen gespendet. Die Erlöse gingen an den Blinden- und Sehbehindertenverband Tirol.

Die Initiative zeigt, wie sich persönliche Gesundheitsförderung und gesellschaftliche Verantwortung sinnvoll miteinander verbinden lassen.



Mentoring mit Wirkung – CURA und das Sindbad-Programm

Mit dem Mentoringprogramm Sindbad unterstützt die CURA COSMETICS GROUP ein innovatives Sozialprojekt, das Jugendlichen im Übergang von der Schule in die Ausbildung oder ins Berufsleben zur Seite steht. CURA Mitarbeitende im Alter von 20 bis 35 Jahren können sich freiwillig als Mentor:innen engagieren – begleitet von professionellen Coaches, Workshops und einem strukturierten Programm.

Die rund fünf Stunden pro Monat, die für das Mentoring aufgewendet werden, gelten als Arbeitszeit. So fördern wir nicht nur gesellschaftliches Engagement, sondern auch die persönliche Weiterentwicklung und Führungskompetenz unserer Mitarbeitenden.

Earth Day: Gemeinsames Engagement für Umwelt und Gesellschaft

Anlässlich des Earth Day organisierten wir gemeinsam mit der Caritas Tirol eine Aufräum- und Pflanzaktion beim Integrationshaus Innsbruck.

Rund 20 Teilnehmende – darunter Mitarbeitende der Caritas, Mitglieder unseres Nachhaltigkeitsteams sowie Bewohner:innen des Integrationshauses – beteiligten sich an der gemeinsamen Aktion. Neben der Reinigung des Außenbereichs wurde als Symbol für nachhaltiges Wachstum ein Apfelbaum gepflanzt.

Die Initiative förderte nicht nur das Bewusstsein für Umwelt- und Ressourcenschutz, sondern ermöglichte auch einen direkten Austausch und Einblick in die Arbeit der Caritas sowie das Zusammenleben im Integrationshaus.



Wir freuen uns sehr über gemeinsame Projekte mit der Caritas – sie sind für uns nicht nur sinnvoll, sondern auch inspirierend. Es war schön zu sehen, mit wie viel Herzblut das Team seiner Arbeit nachgeht – das spürte man sofort. Mein Highlight war das Pflanzen des Apfelbaums. Wir hoffen, ihn bald wieder besuchen zu können – als Zeichen für ein gemeinsames Wachsen und nachhaltige Verbindung."

Samira Beji
Junior Corporate Communications Manager
Projektleitung Charity









Einbeziehung der Mitarbeitenden

GEMEINSAM FÜR GESUNDHEIT UND KLIMA – MIT DEM FAHRRAD ZUR ARBEIT

Die Initiative „Tirol radelt" wurde auch 2025 wieder mit großem Engagement von den Mitarbeitenden der CURA COSMETICS GROUP unterstützt. Ziel der Teilnahme war es, klimafreundliche Mobilität im Alltag zu fördern und das Gesundheitsbewusstsein innerhalb der CURA zu stärken.

Gemeinsam wurden über 7.600 Kilometer mit dem Fahrrad zurückgelegt – eine beachtliche Leistung, die sich auch ökologisch bemerkbar macht: 1.350 Kilogramm CO_2 konnten im Vergleich zur Autonutzung eingespart werden.

Zur zusätzlichen Motivation verloste CURA unter allen Teilnehmenden mit über 300 zurückgelegten Kilometern einen Intersport Gutschein im Wert von 100€.







Ideenbox: Mitarbeitendenideen als Impulsgeber

Die aktive Einbindung unserer Mitarbeitenden ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Über unsere interne Ideenbox schaffen wir Raum für Vorschläge, die den Arbeitsalltag verbessern, neue Impulse setzen und zur Weiterentwicklung des Unternehmens beitragen. Im Jahr 2025 wurden insgesamt 60 Ideen eingereicht, von denen 14 bereits umgesetzt werden konnten.

Die Bandbreite der umgesetzten Maßnahmen zeigt, wie vielfältig die eingebrachten Impulse sind: Sie reichen von Gesundheits- und Wellbeing-Angeboten wie einem Selbstverteidigungskurs oder mobiler Physiotherapie vor Ort, über konkrete Verbesserungen der Arbeitsumgebung – etwa zusätzliche Moderationsmaterialien für Besprechungen – bis hin zu Weiterentwicklungen bestehender Prozesse und Angebote. Dazu zählen beispielsweise ergänzende Maßnahmen im Recruiting, wie eine noch persönlichere und wertschätzende Gestaltung von Absagen im Bewerbungsprozess mit einer Goodie-Box.



CURA COSMOS: Unser Intranet als digitaler Raum für Austausch und Kultur

2025 haben wir mit CURA COSMOS ein neues Intranet eingeführt – mit dem Anspruch, über eine reine Informationsplattform hinauszugehen. Ziel war es, einen digitalen Raum zu schaffen, der nicht nur Inhalte bereitstellt, sondern auch Identität, Zugehörigkeit und Unternehmenskultur erlebbar macht. Unter dem Leitgedanken „one company. one space." vereint CURA COSMOS zentrale Informationen mit interaktiven Elementen.

Ein zentrales Anliegen im Entwicklungsprozess war es, die Bedürfnisse aller Mitarbeitenden zu berücksichtigen. Bereits in der Konzeptionsphase wurden diese über eine unternehmensweite Umfrage aktiv eingebunden. Zusätzlich wurde neben der Desktop-Version auch eine mobile Nutzungsmöglichkeit geschaffen, um insbesondere gewerblichen Mitarbeitenden einen einfachen und flexiblen Zugang zu ermöglichen.

Ein Bestandteil des CURA COSMOS ist außerdem die eigene Unterseite zum Thema Nachhaltigkeit. Hier stellen wir unseren Mitarbeitenden umfassende Inhalte zur Verfügung – von aktuellen Nachhaltigkeitsberichten über unsere Begriffsdefinition bis hin zu den Ansprechpersonen im Sustainability-Team. Dadurch schaffen wir eine klare Orientierung und ermöglichen einen niederschwelligen Zugang zu relevanten Informationen. Gleichzeitig zeigt der CURA COSMOS auf, wie jede und jeder Einzelne im Arbeitsalltag aktiv zur Nachhaltigkeit beitragen kann. Auf diese Weise verankern wir Nachhaltigkeit nicht nur als strategisches Ziel, sondern als gelebten Bestandteil unserer Unternehmenskultur.

Corporate Ambassador Programm: Mitarbeitende als authentische Markenbotschafter:innen

Im Jahr 2025 wurde ein Corporate Ambassador Programm ins Leben gerufen, mit dem Ziel, Mitarbeitende aktiv in die Außenkommunikation des Unternehmens einzubinden und authentische Einblicke in die CURA COSMETICS GROUP zu ermöglichen.

Als Markenbotschafter:innen teilen die teilnehmenden Mitarbeitenden auf ihren persönlichen LinkedIn Profilen Einblicke in ihre Projekte, Fachthemen sowie in die Unternehmenskultur. Auch Themen aus den Bereichen Nachhaltigkeit und soziales Engagement werden auf diesem Weg sichtbar gemacht und aus einer persönlichen Perspektive vermittelt.

Das Programm verfolgt dabei bewusst einen authentischen Ansatz: Im Fokus stehen individuelle Erfahrungen, persönliche Blickwinkel und die Vielfalt innerhalb des Unternehmens. Das Corporate Ambassador Programm leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Stärkung der Arbeitgebermarke, zur Förderung von Transparenz sowie zur sichtbaren Verankerung von Unternehmenskultur und Nachhaltigkeit in der externen Kommunikation.



Lernen als Teil unserer Kultur

B2

LERNEN DURCH ERLEBEN - NEUE FORMATE FÜR EINE AGILE ORGANISATION

Kontinuierliches Lernen ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Dabei setzen wir bewusst nicht nur auf klassische Weiterbildungsformate, sondern schaffen gezielt Räume, in denen Lernen erlebbar wird und unmittelbar in den Arbeitsalltag übertragbar ist.

Im Zuge unserer agilen Transformation wurden in den einzelnen Teams und Bereichen gezielte Workshopformate umgesetzt, um neue Arbeitsweisen praxisnah zu vermitteln.

Im Rahmen eines solchen Workshops wurden unsere Mitarbeitenden bei einem “Agile Breakfast” zu Städteplaner:innen: In interdisziplinären Teams entwickelten sie – ausgestattet mit LEGO-Bausteinen, einem offenen Briefing und viel kreativer Freiheit – schrittweise eine eigene Stadt. In mehreren Iterationen wurde geplant, gebaut, reflektiert und weiterentwickelt.

Was auf den ersten Blick spielerisch wirkt, folgt einem klaren Ziel: Durch praktische Anwendung werden zentrale Prinzipien agilen Arbeitens greifbar gemacht. Themen wie bereichsübergreifende Zusammenarbeit, effizientes Ressourcen-Sharing, strukturierte Abstimmungsprozesse sowie schnelle Feedbackschleifen konnten so direkt erlebt und reflektiert werden.

Solche Formate schaffen nicht nur neue Perspektiven, sondern stärken auch die Zusammenarbeit im Unternehmen und fördern ein gemeinsames Verständnis für kontinuierliche Weiterentwicklung. Sie leisten damit einen wichtigen Beitrag, unsere Organisation nachhaltig lernfähig und zukunftsorientiert zu gestalten.





Führung weiterdenken: unsere Leadership Academy „Create Future“

Führung verstehen wir bei der CURA COSMETICS GROUP als befähigende Haltung. Sie zielt darauf ab, Mitarbeitende in ihrer Eigenverantwortung zu stärken, individuelle Potenziale zu entfalten und damit einen nachhaltigen Beitrag zum Unternehmenserfolg zu leisten.

Gleichzeitig bedeutet Führung kontinuierliche Weiterentwicklung – sowohl auf persönlicher Ebene als auch im Hinblick auf Prozesse, Strukturen und Zusammenarbeit. Um unsere Führungskräfte gezielt auf diesem Weg zu begleiten, haben wir mit „Create Future“ eine eigene Leadership Academy etabliert.

Das zehnmonatige Programm verbindet praxisnahe Inhalte mit den Prinzipien unserer wertebasierten und modernen Führungskultur. Im Fokus stehen dabei unter anderem Selbstreflexion, wirksame Kommunikation, teamübergreifende Zusammenarbeit sowie die aktive Gestaltung von Veränderungsprozessen.

Die Academy schafft Raum für Austausch, Perspektivenvielfalt und gemeinsames Lernen. Sie unterstützt unsere Führungskräfte dabei, ihre Rolle bewusst weiterzuentwickeln und den Wandel im Unternehmen aktiv mitzugestalten.

Im Berichtsjahr konnte eine weitere Gruppe das Programm erfolgreich abschließen. Mit diesem Format stärken wir gezielt unsere Leadership-Kompetenzen und schaffen die Grundlage für eine zukunftsorientierte und resiliente Organisation.





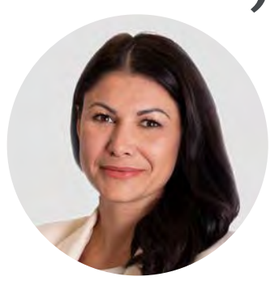


Uns war wichtig, mit Create Future ein Lernformat zu entwickeln, das Führung neu denkt: agil, praxisnah, reflektiert – mit Fokus auf Haltung, Integrität und persönlicher Wirksamkeit.

Katrin Winterle-Preindl, Head of People & Culture
& Nataša Oberleiter, Senior HR Manager





Solche Formate tragen dazu bei, unsere Führungskultur kontinuierlich weiterzuentwickeln und den Umgang mit Vielfalt im Unternehmen aktiv zu gestalten. Sie leisten damit einen wichtigen Beitrag zu einem respektvollen Miteinander und einer nachhaltigen Organisationsentwicklung.

Nataša Oberleiter
Senior HR Manager

Zusammenarbeit stärken - Perspektivenvielfalt bewusst gestalten

Neben strukturierten Entwicklungsprogrammen setzen wir gezielt auch auf punktuelle Trainingsformate, die konkrete Herausforderungen aus dem Arbeitsalltag aufgreifen und praxisnah bearbeiten.

Ein Beispiel dafür ist ein Workshop mit den Bandleiter:innen unserer Konfektionierung. In einem bewusst freigehaltenen Zeitfenster wurde der operative Arbeitsalltag für mehrere Stunden unterbrochen, um Raum für Reflexion und persönliche Weiterentwicklung zu schaffen.

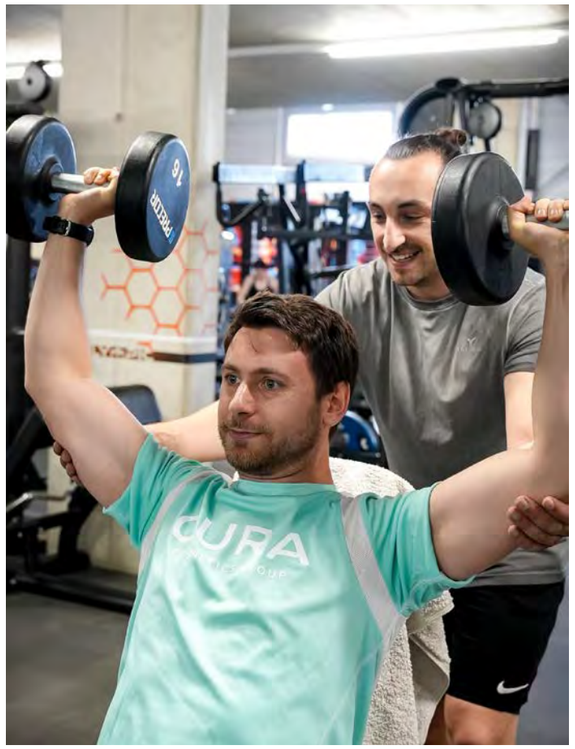
Im Mittelpunkt des Trainings stand das Thema Führung im Kontext unterschiedlicher Lebenswelten. Gemeinsam mit einem externen Impulsgeber wurden verschiedene Perspektiven, Erfahrungen und individuelle Hintergründe beleuchtet, die unsere Zusammenarbeit im Alltag prägen. Ziel war es, ein tieferes Verständnis für diese Vielfalt zu entwickeln und daraus konkrete Ansätze für eine wertschätzende und wirksame Führung abzuleiten.

Der gemeinsame Austausch ermöglichte es, bestehende Sichtweisen zu reflektieren, neue Perspektiven einzunehmen und die eigene Rolle als Führungskraft bewusst weiterzuentwickeln. Gleichzeitig wurde ein wichtiger Grundstein für eine noch stärkere, auf gegenseitigem Verständnis basierende Zusammenarbeit gelegt.

CURA CARES – Benefits & Betriebliches Gesundheitsmanagement

Ganzheitlich denken. Wertschätzend handeln.

Bei der CURA COSMETICS GROUP steht das Wohlbefinden der Mitarbeitenden im Mittelpunkt. Mit dem Programm CURA CARES haben wir ein umfassendes Benefit- und Gesundheitskonzept etabliert, das individuelle Lebensphasen, Bedürfnisse und Ziele berücksichtigt – von flexiblen Arbeitsmodellen bis zu gezielten Gesundheitsangeboten.



Die neun Säulen von CURA CARES

Unser Programm ist modular aufgebaut und deckt alle wichtigen Lebens- und Arbeitsbereiche ab:

CURA VITALITY – Bewegung & Fitness

CURA MIND – Mentale Gesundheit & Resilienz

CURA MEDICARE – Medizinische Versorgung & Prävention

CURA MOBILITY – Nachhaltige und flexible Mobilitätslösungen

CURA CAMPUS – Weiterbildung & persönliche Entwicklung

CURA NUTRITION – Gesunde Ernährung im Arbeitsalltag

CURA COMMUNITY – Miteinander, Events & soziale Projekte

CURA REWARDS – Rabatte, Boni & finanzielle Benefits

CURA FLEXIBILITY – Flexible Arbeitszeitmodelle & individuelle Arbeitsgestaltung

Neue Angebote 2025:

Im vergangenen Jahr haben wir CURA CARES gezielt weiterentwickelt und mit diesen neuen Angeboten ergänzt:

Mobile Physiotherapie: Dank der Kooperation mit einer Physiotherapeutin können Mitarbeitende Therapien vor Ort im Firmengebäude vereinbaren.

Gehörschutz: Für konzentriertes Arbeiten gibt es neben zahlreichen buchbaren Räumlichkeiten nun auch einen Ohropax-Spender mit Gehörschutz zur freien Entnahme.

Wärmflasche & Wärmegürtel: Bei Bedarf können in einem People & Culture Büro Wärmflasche und Wärmegürtel zur Linderung von Beschwerden wie Bauchschmerzen, Periodenkrämpfen, etc. ausgeliehen werden.

Selbstverteidigungskurs: Unter dem Titel „Stark. Sicher. Selbstbewusst." wurden gemeinsam mit unserem Kooperationspartner Olympic Fit zwei Selbstverteidigungskurse exklusiv für Mitarbeitende der CURA organisiert.





CURA CARES

CURA CARES - unser ganzheitliches Programm für betriebliche Gesundheitsförderung und Mitarbeitenden-Wohlbefinden!
In den einzelnen Kategorien stehen zahlreiche Initiativen und Benefits zur Verfügung, die Mitarbeitende nutzen können, um ihren (Arbeits-)Alltag ideal auf sich und ihre Bedürfnisse abzustimmen.

CURA VITALITY

Energize your life, optimize your health!

- Fitnessstudio
- Black Roll Ecke
- Massagesessel
- Tischfußball
- Tischtennis
- Liftfreier Mittwoch
- Tirol Radelt
- Firmenlauf
- Mobility Training
- Volleyball

CURA MIND

Mental health matters - make self-care a priority!

- OpenUp
  - 1:1 Gespräche
  - Masterclasses
  - Gruppensessions
  - Check-Ins
- Vertrauenspersonen in der HR
- Ansprechpersonen
- Erste Hilfe für die Seele

CURA MOBILITY

Make a move!

- E-Bike Verleih
- E-Bike Leasing
- Parkplätze
- Zuschuss IVB Jobticket
- E-Tankstellen
- Poolautos
- Firmenautos

CURA MEDICARE

Tomorrow starts today - manage your health!

- Bildschirmbrille
- Arbeitsmediziner (Impfungen, Untersuchungen)
- Höhenverstellbare Tische
- UNIQA Zukunftssicherung
- UNIQA Gruppenkrankenversicherung

CURA CAMPUS

Let's grow together!

- Schulungen
- Seminare
- PM Academy
- Onboarding
- Führungskräfteseminar
- Wissenstransfers
- Coachings

CURA REWARDS

Your work pays off!

- Erfolgsbasierte Jahresprämie
- Prämie MA werben MA
- Rabatte Beauty World
- Mobile Choice
- Corporate Benefits
- Skinfit
- Burton
- Delayon
- Austria Trend Hotel
- Feichtinger Schmuck
- OH-Studio

CURA NUTRITION

Fuel your body, nourish your soul!

- Kantine
- Obstkorb
- Snack- und Kaffeeautomat
- Tee & Säfte
- Salatbuffet
- Leichte Genussportionen (zum Mitnehmen)

CURA COMMUNITY

Connect, Create, Celebrate!

- Firmenfeiern
- Firmenaktivitäten (Kekse backen, CURA Advent, ...)
- Teamevents
- Lunch Roulette
- HR Coffee Date
- Flohmarkt
- Bücherecke
- Ideenbox
- Urban Gardening
- Regelmäßige Umfragen (BGF, Intranet, ...)

CURA FLEXIBILITY

Your life, your way - find your work-life balance!

- Gleitzeit ohne Kernarbeitszeiten
- Homeoffice
- Sabbatical
- CURALINO Kindertagesstätte
- Bildungskarenz
- Workation

CURA Health Day – Gesundheit, die bewegt

GANZHEITLICHES WOHLBEFINDEN IM FOKUS

Zum Weltgesundheitstag am 7. April 2025 feierte die CURA COSMETICS GROUP die Premiere des CURA Health Day. Unter dem Motto „Health is Wealth" wurde ein vielseitiges Programm geschaffen, das Mitarbeitenden die Möglichkeit bot, sich bewusst Zeit für ihre körperliche und mentale Gesundheit zu nehmen. Ziel der Initiative war es, ganzheitliches Wohlbefinden zu fördern, Prävention zu stärken und gleichzeitig den Gemeinschaftssinn im Unternehmen zu festigen.

VIELFÄLTIGE FORMATE FÜR KÖRPER UND GEIST

Mit über 15 unterschiedlichen Angeboten konnten die Teilnehmenden individuell entscheiden, welche Impulse sie für ihr persönliches Wohlbefinden setzen möchten. Das Programm umfasste:

- **Workshops** zu Resilienz (in Kooperation mit der Plattform OpenUp), Breathwork, „Erste Hilfe für die Seele" sowie den Einsatz ätherischer Öle
- **Fachvorträge** zu Themen wie Blutzuckerbalance und einem bewussten Umgang mit Sonnenexposition
- Bewegungsangebote wie **Yoga, Pilates und Core Power**
- **Outdoor-Aktivitäten** wie Walking, Laufen und Tischtennis
- **Gesundheits-Checks, Massage-Sessel** und eine Smoothie-Bar
- Interaktive Stationen wie ein **Health Quiz** und ein **Mental Check-in**
- Kooperationen mit Partnern, darunter ein **kostenloses Probetraining** im Olympic Gym

Diese Vielfalt spiegelte den ganzheitlichen Ansatz des betrieblichen Gesundheitsmanagements im Rahmen des Benefit-Programms CURA CARES wider und ermöglichte es den Mitarbeitenden, neue Impulse für einen gesunden Lebensstil zu gewinnen.







Gemeinsam Gutes tun: Die Charity Challenge

Neben der individuellen Gesundheitsförderung stand auch soziales Engagement im Mittelpunkt des Tages. Im Rahmen einer Charity Challenge sammelten die Mitarbeitenden auf einem Walking Pad Schritte und Kilometer, die von der CURA COSMETICS GROUP in Spenden umgewandelt wurden. Insgesamt konnten 1.300 € für den Blinden- und Sehbehindertenverband Tirol (BSVT) erlaufen werden.

Die Spende unterstützt die Frühförderung blinder und sehbehinderter Kinder in Tirol – ein Projekt, das Familien begleitet, Perspektiven schafft und Kindern hilft, ihren eigenen Weg mit Selbstvertrauen und Zugehörigkeit zu gehen. Damit verbindet der CURA Health Day betriebliche Gesundheitsförderung mit gesellschaftlicher Verantwortung.



CURALINO: Betriebliche Kinderbetreuung mit gesellschaftlicher Wirkung

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist ein zentraler Bestandteil unseres ganzheitlichen Benefit-Programms CURA CARES. Mit CURALINO, unserer betrieblichen Kinderbetreuung, schaffen wir ein Angebot, das Mitarbeitende im Alltag nachhaltig entlastet und gleichzeitig zur Chancengleichheit am Arbeitsmarkt beiträgt.

In Kooperation mit dem Trägerverein Frauen im Brennpunkt* wurde ein flexibles und qualitätsvolles Betreuungsmodell etabliert, das sich direkt an den Bedürfnissen unserer Mitarbeitenden orientiert. Kleine Gruppen, qualifiziertes Betreuungspersonal sowie die räumliche Nähe zum Arbeitsplatz ermöglichen eine verlässliche und familiennahe Betreuung. Dieses Modell erleichtert insbesondere den Wiedereinstieg nach der Elternkarenz und unterstützt eine individuelle sowie planbare Karriereentwicklung.

Über die unternehmensinterne Wirkung hinaus engagiert sich die CURA COSMETICS GROUP auch für die gesellschaftliche Weiterentwicklung familienfreundlicher Betreuungsstrukturen. Gemeinsam mit der Industriellenvereinigung Tirol (IV Tirol) wurde im Jahr 2025 eine Pressekonferenz abgehalten, um das Modell der betrieblichen Tageseltern als zukunftsweisende Lösung für mehr Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu präsentieren. Ziel war es, die Bedeutung qualitativ hochwertiger Kinderbetreuung für den Wirtschaftsstandort zu unterstreichen und den Ausbau entsprechender Rahmenbedingungen im Schulterschluss zwischen Unternehmen, Politik und Trägerorganisationen zu fördern.

Betriebliche Kinderbetreuung leistet nicht nur einen wichtigen Beitrag zur Mitarbeiterbindung und Arbeitgeberattraktivität, sondern erschließt auch volkswirtschaftliches Potenzial, indem sie die Erwerbsbeteiligung von Eltern – insbesondere von Frauen – stärkt. CURALINO zeigt exemplarisch, wie gezielte Investitionen in familienfreundliche Strukturen sowohl gesellschaftlichen als auch wirtschaftlichen Mehrwert schaffen können.











Wir sind ein familienorientiertes Unternehmen und legen großen Wert auf das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden. Dementsprechend war es uns wichtig, Lösungen anzubieten, die ein flexibles Arbeiten, angepasst an die eigene Familiensituation, ermöglichen. Der Vorteil für die Eltern liegt auf der Hand: Es ist ein sehr gutes Gefühl, sein eigenes Kind gut aufgehoben und in unmittelbarer Nähe zu wissen.

Gerhard Kaiser
Managing Partner

Verantwortungsvolle Lieferkette

Um die Einhaltung von sozialen Standards entlang unserer Lieferkette sicherzustellen, arbeiten wir seit 2018 mit dem Verband Amfori zusammen. Amfori ist eine weltweit tätige Organisation, die sich für soziale Nachhaltigkeit, vor allem in den Bereichen Menschenrechte, Korruptionsbekämpfung und Arbeitsbedingungen, einsetzt. Durch die Kooperation mit Amfori verbessern wir sukzessive die Einhaltung von Sozialstandards entlang unserer Lieferkette.

Mit einem großen Angebot an Schulungen, der Durchführung von Audits und der Entwicklung von Richtlinien unterstützt Amfori uns dabei, die Social Compliance fest in unsere Geschäftstätigkeiten zu integrieren und positive Veränderungen herbeizuführen.

Ein Schwerpunkt unserer Zusammenarbeit mit Amfori liegt auf der Einbeziehung unserer wichtigsten Lieferanten aus Asien in das Amfori-Netzwerk. Gemeinsam arbeiten wir an der ständigen Verbesserung der sozialen Standards. Hierfür führen wir regelmäßige Audits durch und setzen gezielte Maßnahmen zur Verbesserung gemeinsam mit unseren Lieferanten um.

Der Fokus der letzten Jahre lag auf der Zusammenarbeit über Amfori mit unseren asiatischen Partnern. Im Jahr 2025 hatten insgesamt 11 Lieferanten aus Asien ein gültiges Sozialaudit.

amfori
Trade with purpose



PROJEKT "CODE OF CONDUCT"

Im Jahr 2023 haben wir für unsere Lieferanten einen Code of Conduct etabliert. Der Code of Conduct beinhaltet die Themen Anerkennung der Menschenrechte, Korruptionsbekämpfung, Sicherstellung von sozialen Mindeststandards für die Arbeitnehmer sowie Umweltmanagement und stellt einen wichtigen Beitrag der CCG zur Verbesserung in diesen Bereichen dar.

2023 haben 94 % unserer bestehenden Lieferanten unseren oder einen gleichwertigen Code of Conduct unterschieben. Für neue Lieferanten wurde die Unterzeichnung eines Code of Conducts als Grundlage zur Zusammenarbeit etabliert.

Im Jahr 2025 haben alle unsere neuen Lieferanten entweder unseren Verhaltenskodex unterzeichnet oder eine eigene Nachhaltigkeits- bzw. Sozialstrategie nachgewiesen.

SOZIALE VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE STÄRKEN

Im Rahmen strategischer Lieferantenbesuche wurden bei einem Produktionsstandort in China Potenziale zur weiteren Verbesserung der Arbeits- und Qualitätsstandards identifiziert. Gemeinsam mit dem Lieferanten wurde eine Projektgruppe gegründet, um die Umsetzung der Anforderungen des amfori BSCI Code of Conduct systematisch weiter zu verbessern.

Die vereinbarten Maßnahmen umfassen unter anderem die Optimierung der Belüftung, bauliche Sanierungen sowie die Neugestaltung von Produktions- und Lagerflächen. Dafür wurden Investitionen im sechsstelligen Bereich beschlossen. Der Fortschritt wird quartalsweise gemeinsam überprüft.

Mit dem Projekt verfolgen wir das Ziel, Verbesserungspotenziale nicht nur zu identifizieren, sondern gemeinsam wirksam umzusetzen und unseren Lieferanten auf seinem Entwicklungsweg aktiv zu begleiten. Dadurch stärken wir soziale Verantwortung in der Lieferkette und schaffen die Grundlage für langfristig bessere Arbeitsbedingungen vor Ort.



4. Planet

Reduktion CO_2 Emissionen

VSME B2, B3, C2, C3

Kategorie	2022	2023	Änderung Prozent	2024	Änderung Prozent	2025	Änderung Prozent
Scope 1	27	23,5	-12,9 %	15,7	-33,2 %	17	8,3 %
Scope 2	96,1	79,6	-17,2 %	95,9	20,5 %	87	-9,2 %
Scope 3	2202,2	2608	18,4 %	1889,9	-27,5 %	1676	-11,3 %
Eingangslogistik	1535	2028	32,1 %	1411,2	-30,4 %	1086	- 23 %
Ausgangslogistik	354	277,5	-21,6 %	278,8	0,5 %	281	0,8 %
Anfahrt Mitarbeitende	136,9	85,4	-37,6 %	69,9	-18,1 %	124	77,8 %
Betriebsabfall	68,7	92,6	34,8 %	69,2	-27,6 %	48	-30,6 %
Gesamt	**2325,3***	**2711****	**16,6 %**	**2054**	**-24,8 %**	**1780**	**-12,7 %**

*14,78 t von unserem Logistikpartner CO_2-neutralisiert
**218,31 t von unserem Logistikpartner CO_2-neutralisiert

Seit 2019 berechnen wir jährlich den CO2 -Ausstoß der CURA COSMETICS GROUP, den sogenannten Corporate Carbon Footprint (CCF). Dabei erfassen wir alle Emissionen, die durch unsere unternehmerischen Aktivitäten innerhalb eines Jahres entstehen. Die Berechnung basiert auf dem Green House Gas Protokoll: Die Scope 1- und Scope 2-Emissionen wurden vollständig erfasst. Im Bereich des Scope 3 haben wir folgende Emissionen ermittelt: vorgelagerter Transport und Verteilung, nachgelagerter Transport und Verteilung, Anfahrt der Mitarbeitenden, Abfälle aus dem Betrieb, Geschäftsreisen, eingekaufte Güter und Dienstleistungen sowie Brennstoff- und energiebezogene Emissionen. Die Daten der Jahre 2022 bis 2025 wurden in Zusammenarbeit mit unserem externen Partner Climatepartner erhoben und von ihm verifiziert.

Aufgrund der bereits vorliegenden Informationen erkennen wir ein großes Einsparungspotenzial im Scope 3, insbesondere bei unseren Transportwegen. Die Reduktion dieser Emissionen stellt einen zentralen Schwerpunkt in unserer Reduktionsstrategie dar und wird unter Punkt "Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette" näher dargelegt.

CO_2-EMISSIONEN IM VERHÄLTNIS ZU DEN NETTOEINNAHMEN*

2022	2023	Änderung Prozent	2024	Änderung Prozent	2025	Änderung Prozent
35,5 g/€	30,7 g/€	-13,6 %	20,3 g/€	-34 %	18 g/€	-11,1 %

*Als Nettoumsatz definieren wir den konsolidierten Konzernabschluss

Ziel 2025:
Auf Basis der Datenlage wird ein umfassenden Emissionsreduktionskonzept erstellt werden. Dabei wird der Fokus auf die Lieferkette eine zentrale Rolle spielen.

Energiemanagement und Mobilität sind wichtige Bestandteile unseres Corporate Carbon Footprint (CCF), die wir nachfolgend ausführlich darstellen.

ENERGIEMANAGEMENT

Am Dach des Bürogebäudes sowie der Lagerhalle befindet sich jeweils eine Photovoltaik-Anlage, die im Sommer bis zu 100 % der benötigten Energie erzeugt und im Jahr 2025 circa 19 % des Gesamtstromverbrauchs abdecken konnte. Zusätzlicher Energiebedarf wird ebenfalls aus 100 % nachhaltigen Quellen und CO_2-neutral über die Innsbrucker Kommunalbetriebe (IKB) bezogen.

Jahr	PV-Anlage	IKB-Bezug	Gesamtstrom-verbrauch (kWh)	Energieintensität je 1000€ Netto-einnahme *	Prozentuale Änderung **
2021	94 470	360 140	454 610	128	-25 %
2022	93 850	341 350	435 200	150	-18 %
2023	86 750	359 530	446 050	198	-32 %
2024	82 430	347 940	430 370	235	-19 %
2025	86 020	379 140	465 160	212	+11 %

*Gesamtenergieverbrauch/Konsolidierter Konzernumsatz
** Gegenüber dem Vorjahr

MOBILITÄTSKONZEPT

Ziel unseres Mobilitätskonzepts ist die Senkung der CO_2-Emissionen im Bereich der Unternehmensmobilität.

Im Fokus steht die Etablierung eines CO_2-armen Fuhrparks durch die schrittweise Umstellung der Firmenfahrzeuge auf Elektrofahrzeuge. Bei Neuanschaffungen werden daher bevorzugt reine Elektrofahrzeuge beschafft, gefolgt von Hybridmodellen. Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor kommen nur noch in begründeten Ausnahmefällen zum Einsatz. Diese Beschaffungsstrategie gilt auch für den Ersatz von Fahrzeugen aus auslaufenden Leasingverträgen.

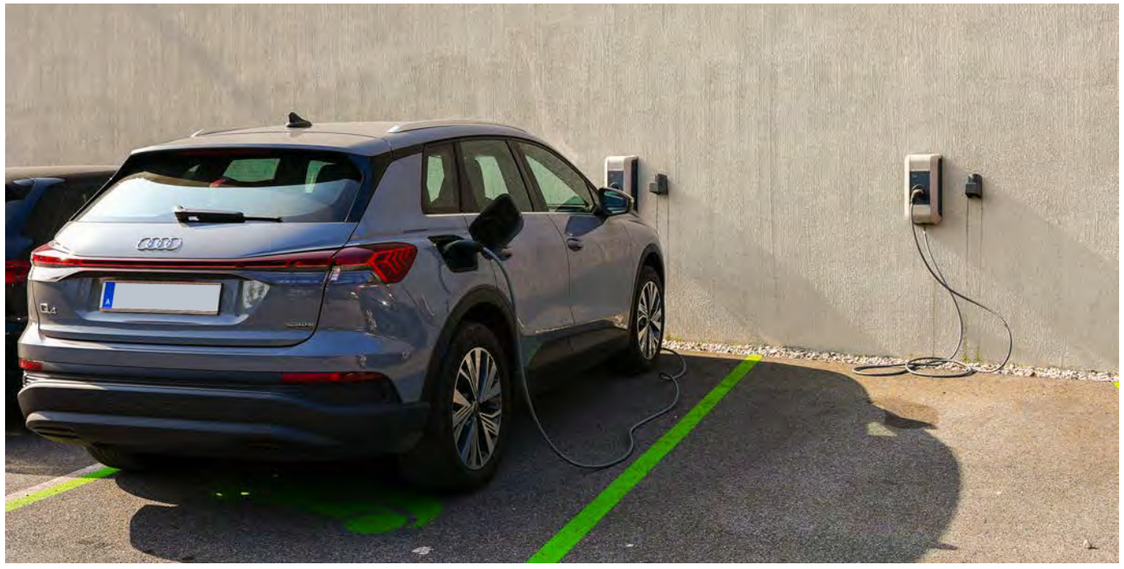
Nachdem in den Vorjahren mit dem Ausbau der erforderlichen Ladeinfrastruktur und der konsequenten Umsetzung unserer internen Beschaffungsrichtlinien der Grundstein für die Transformation geschaffen wurde, konnte die Umstellung des Fuhrparks im Berichtsjahr erfolgreich fortgesetzt werden. Der Anteil der Elektrofahrzeuge stieg von 61 % auf 70 %, während der Anteil der Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor erneut reduziert werden konnte. Damit sind wir unserem Ziel, bis 2028 einen verbrennerfreien Fuhrpark zu etablieren, einen weiteren wichtigen Schritt nähergekommen.

Jahr	Elektrofahrzeuge	Hybrid	Verbrenner
2022	4	3	20
2023	6	5	16
2024	19	7	5
2025	21	6	3

Jahr	Ladepunkte
2022	5
2023	7
2024	11
2025	11

Zusammensetzung Fuhrpark (Stand 31.12.2025)





Ziel:

Der PKW-Fuhrpark wird bis 2028 verbrennerfrei.

Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette

Die Berücksichtigung umweltbezogener Aspekte bei der Auswahl von Rohstoffen und Verpackungsmaterialien ist ein zentraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Gerade in diesem Bereich sehen wir einen der größten Hebel zur Reduktion unseres ökologischen Fußabdrucks – insbesondere im Hinblick auf die verursachten CO_2-Emissionen.

Nach mehreren herausfordernden Jahren – darunter die COVID-bedingten Lockdowns, die politische Lage in der Ukraine sowie das starke Wachstum der CURA COSMETICS GROUP – konnten wir in den Jahren 2024 und 2025 wieder mehr Planungssicherheit in der Lieferkette gewinnen.

Dies ermöglichte uns, gezielt Maßnahmen in der Eingangslogistik umzusetzen, durch die wir die CO_2-Emissionen in diesem Bereich in den letzten beiden Jahren um insgesamt 46 % reduzieren konnten.

Zu den zentralen Maßnahmen zählen:

- Reduktion der Flugtransporte um ca. die Hälfte im Vergleich zu 2023. Vom Jahr 2023 auf das Jahr 2025 konnten die Transporte um ca. 37 % und von 2024 auf 2025 um weitere 25% reduziert werden.
- Verstärkter Fokus auf europäisches Sourcing und damit verbundene kürzere Transportwege

Jahr	Anzahl aktive Lieferanten
2022	154
2023	139
2024	131
2025	111



-46% CO_2-Emissionen in der Eingangslogistik

ROHSTOFF- UND PACKMITTELBEZUG

Sämtliche Produkte der CCG werden durch europäische Lohnabfüller hergestellt. Aus diesen Regionen haben wir in den Jahren 2022 bis 2024 unsere Rohstoffe und Packmittel bezogen:

Jahr	Asien	Europa
2022	42 %	58 %
2023	41 %	59 %
2024	39 %	61 %
2025	41 %	59 %

Jahr	Asien	Restliche EU-Länder	Österreich
2022	42 %	35 %	23 %
2023	41 %	45 %	14 %
2024	39 %	36 %	25 %
2025	41 %	45 %	14 %

*Alle Angaben beziehen sich auf alle direkt durch die CURA COSMETICS GROUP beschafften Rohstoffe. Der Rohstoffbezug unserer Lohnhersteller ist nicht berücksichtigt. Angaben erfolgen nach Wert, nicht nach Menge



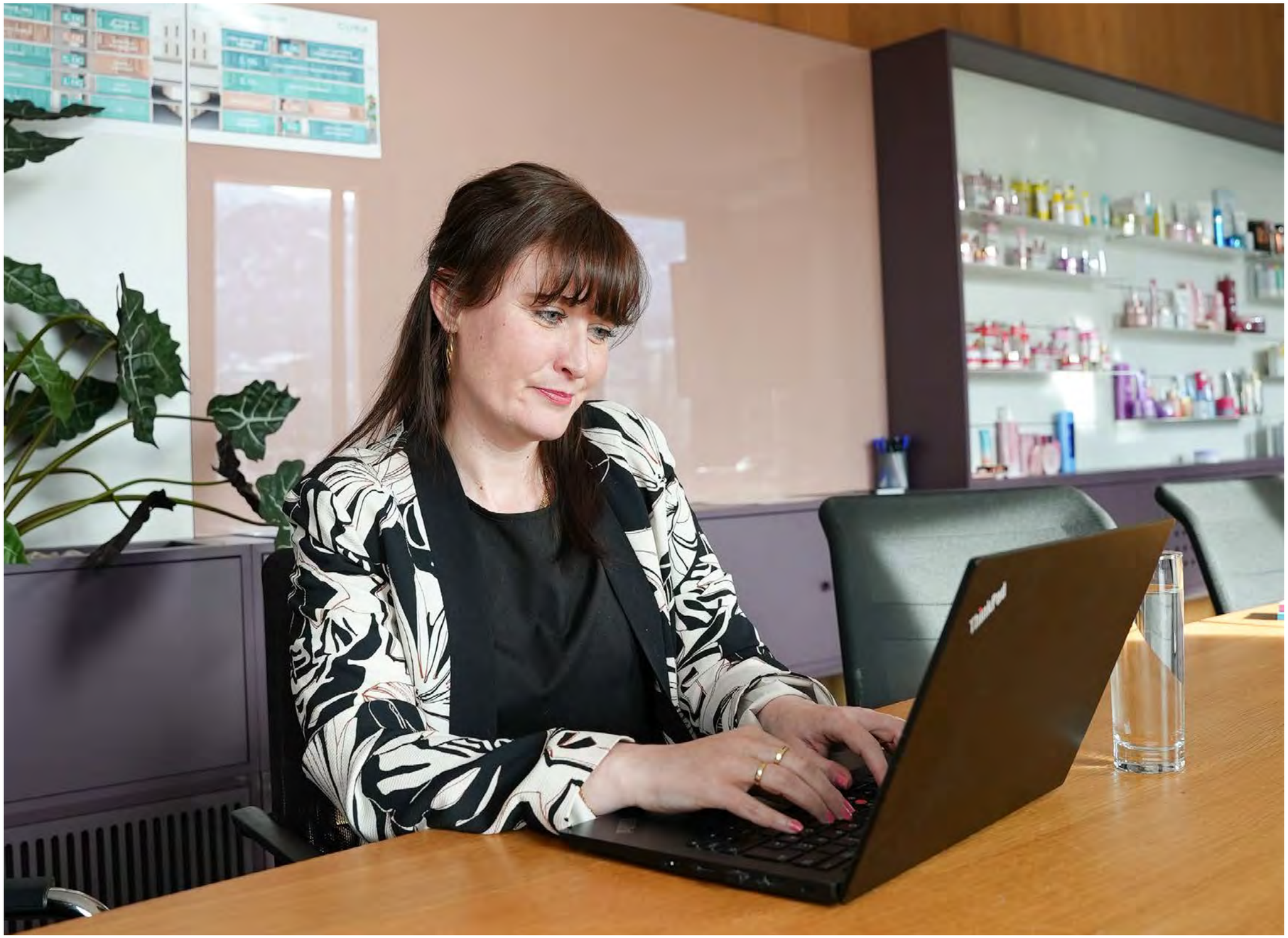
DIE AUSWAHL UNSERER LIEFERANTEN - CASE STUDY CURA BEAUTY

Unser White Label Business, die CURA-Beauty GmbH nimmt hier eine Vorreiterrolle ein. In dieser CURA COSMETICS GROUP Tochterfirma spielt das Thema regionales Sourcing der Rohstoffe und Packmittel eine besonders große Rolle. In den letzten Jahren konnten wir den Gesamtanteil der aus Asien bezogenen Produkte weiter reduzieren und den Anteil der aus Europa bezogenen Packmittel steigern.

Jahr	Asien	Europa
2022	26 %	74 %
2023	19 %	81 %
2024	20 %	80 %
2025	21 %	79 %

Ziel 2025:

Eine weitere Reduzierung des Anteils asiatischer Bezugsquellen bleibt herausfordernd, da die Verfügbarkeit bestimmter geeigneter Packmittel weiterhin eingeschränkt ist. Um dennoch Potenziale für eine zu identifizieren, ist eine Evaluierung alternativer Beschaffungsmöglichkeiten geplant.




judith williams
COSMETICS
MAGIC WONDER
Balm
2-FACH HYALURON
LSF 15
judith williams
COSMETICS
KOLLAGEN
AKTIV
XXL Ampulle
judith williams
COSMETICS
SKIN REVOLUTION
EDELWEISS
ALPINE TRIO
SERUM CREAM
judith williams
COSMETICS
Depuff &
Destress
Ceramide
Eye Cream
Ceramide
Prolistin
Bisabolol
Parfumfrei

5. Product



Nachhaltige Rezepturen

VSME B2, C2

Neben dem Thema Verpackungen bilden unsere Rezepturen einen der beiden wichtigsten Bausteine unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Im Jahr 2025 wurden durch die CURA COSMETICS GROUP insgesamt 265 Produkte CPNP-notifiziert*, darunter 117 Produktneuentwicklungen.

Jahr	CPNP-Notifizierungen
2021	272
2022	322
2023	291
2024	245
2025	265

* Die EU-Kosmetik-Verordnung verlangt eine Notifizierung aller kosmetischen Mittel mit ihrer Rezeptur vor dem Inverkehrbringen. Dazu werden diese in einem Internetportal der Europäischen Kommission eingetragen.

Im Jahr 2022 haben wir einen Top-down-Ansatz zur Bewertung der Nachhaltigkeit unserer Rohstoffe und Rezepturen entwickelt. Daraus entstanden zwei zentrale Instrumente: der Cura Nachhaltigkeitsindex Rohstoffe (CUNIR) und der Cura Nachhaltigkeitsindex Formulierungen (CUNIF).

CUNIR bewertet einzelne Rohstoffe anhand definierter Nachhaltigkeitskriterien. Dazu zählen unter anderem die Gewinnung und Verarbeitung der Ausgangsstoffe, die Herstellung der Rohstoffe, Transport und Verpackung sowie die biologische Abbaubarkeit gemäß OECD 301 ff. Aufbauend auf diesen Einzelbewertungen ermöglicht CUNIF eine übergeordnete Bewertung unserer Formulierungen.

Die praktische Anwendung hat jedoch gezeigt, dass die Bewertung von mehr als 1.000 Rohstoffen mit einer hohen Datenkomplexität verbunden ist. Um eine möglichst fundierte, konsistente und langfristig praktikable Bewertung sicherzustellen, überprüfen wir daher unseren bisherigen Ansatz und beobachten gleichzeitig aktuelle Entwicklungen auf Branchenebene.

Ein für uns besonders interessanter Ansatz ist dabei der EcoBeautyScore (EBS). Der EcoBeautyScore ist eine branchenweite Methodik zur Bewertung der Umweltauswirkungen kosmetischer Produkte über ihren Lebenszyklus hinweg und soll Verbraucherinnen eine vergleichbare und verständliche Orientierung bieten.



Aus unserer Sicht bietet dieser Ansatz eine fundierte Möglichkeit, die Umweltperformance von Kosmetikprodukten auf einer einheitlichen Grundlage zu bewerten. Die Verständlichkeit und Akzeptanz des EcoBeautyScore bei Endkundinnen und Endkunden wird derzeit getestet.

Für CURA ist diese Entwicklung von hoher Relevanz. Wir werden den EcoBeautyScore weiterhin eng verfolgen und evaluieren, welchen Nutzen die Methodik künftig für unsere Produktentwicklung, Nachhaltigkeitsbewertung und Kommunikation bieten kann.

Bereits heute spielen Kriterien wie Rohstoffherkunft, Herstellungsverfahren, Transport, Verpackung und biologische Abbaubarkeit eine wichtige Rolle bei der Auswahl und Entwicklung unserer Rohstoffe und Rezepturen.

Ziel 2026:

Weiterentwicklung unseres Ansatzes zur Nachhaltigkeitsbewertung von Rohstoffen und Rezepturen sowie Evaluierung des EcoBeautyScore als mögliche zukünftige Bewertungsmethodik für unser Produktportfolio.



ROHSTOFFBEZUG

Im Jahr 2025 wurden alle Rohstoffe aus Europa bezogen und sämtliche Produkte durch europäische Lohnabfüller hergestellt. Somit verringern wir unnötige Transportwege und verbessern die CO_2-Bilanz unserer Produkte.

RSPO ZERTIFIZIERTES PALMÖL

Unser Hauptlohnabfüller Biofarma srl. ist nach dem „RSPO Supply Chain Certification Standard" zertifiziert und stellt somit sicher, dass sämtliche aus Palmöl bestehende Produkte ökologisch verträglichen, sozial gerechten und wirtschaftlich rentablen Bedingungen produziert werden.

ZERTIFIZIERUNGEN UND STANDARDS IN DER NATURKOSMETIK

Im Bereich der Naturkosmetik spielen Zertifizierungen eine große Rolle. So wurden im Bereich der CURA-Beauty GmbH 12 neue Produkte Natrue, V-Label bzw. Vegan Society zertifiziert.

Jahr	Natrue	Vegan Society	V-Label
2021	6	3	1
2022	12	8	0
2023	6	6	0
2024	8	11	0
2025	6	6	0



„Naturkosmetik steht für echte Pflege im Einklang mit Mensch, Tier und Umwelt – sie verzichtet auf synthetische Zusätze und setzt auf hochwertige, natürliche Inhaltsstoffe. Zertifizierungen wie das NATRUE-Siegel garantieren höchste Qualitätsstandards, von der schonenden Verarbeitung bis zur umweltfreundlichen Verpackung. Ebenso schafft das Trademark der Vegan Society Transparenz, indem es Produkte kennzeichnet, die vollständig frei von tierischen Bestandteilen sind und ohne Tierversuche auskommen. Wer beim Kauf auf diese Siegel achtet, trifft eine bewusste Wahl für mehr Nachhaltigkeit, Ethik und Vertrauen in der täglichen Pflege."

Marina Lipova
Regulatory Affairs Expert

Nachhaltige Verpackungen

VSME B2 ,B7, C2

VORBEREITUNG AUF DIE NEUE EUROPÄISCHE VERPACKUNGSVERORDNUNG

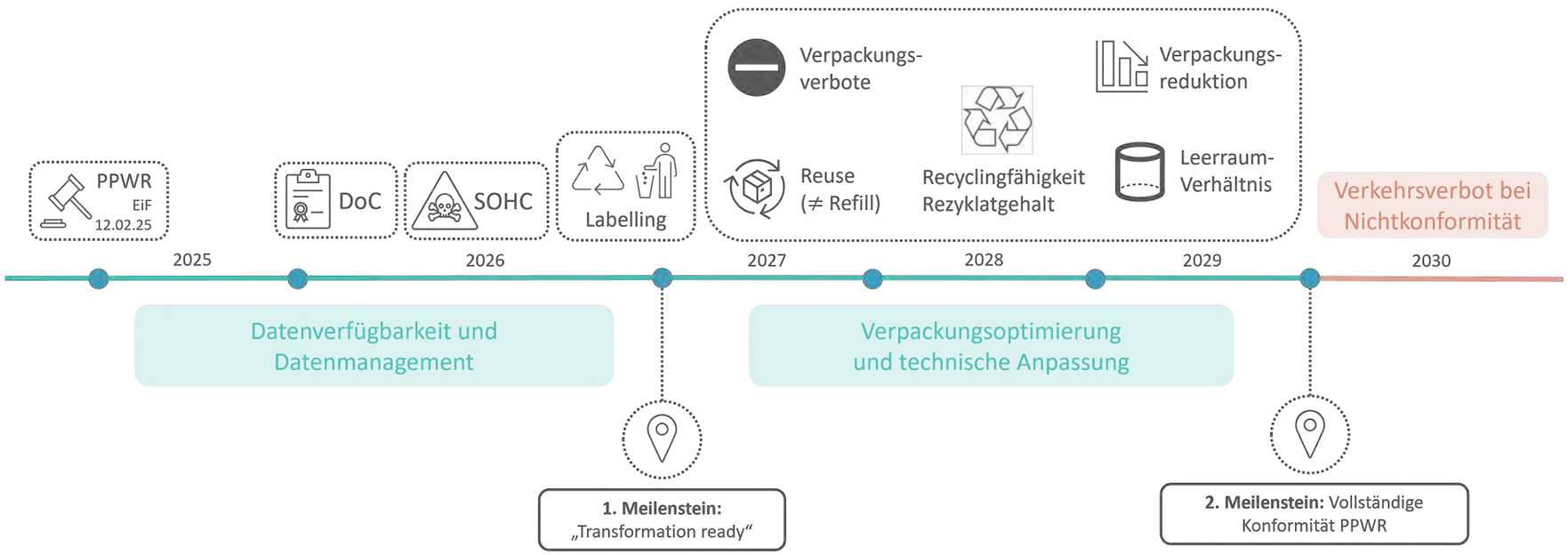
Verpackungen sind ein wesentlicher Bestandteil unserer Produkte und zugleich ein wichtiger Hebel für Ressourcenschonung und Kreislaufwirtschaft.

Mit der neuen Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR) – der europäischen Verordnung über Verpackungen und Verpackungsabfälle – erhält dieses Thema eine zusätzliche strategische und regulatorische Bedeutung. Die PPWR ist am 11. Februar 2025 in Kraft getreten und wird grundsätzlich ab dem 12. August 2026 angewendet. Sie schafft einen weitgehend einheitlichen europäischen Rahmen und stellt deutlich höhere Anforderungen an die Gestaltung, Dokumentation und Kreislauffähigkeit von Verpackungen.

Für CURA war 2025 daher insbesondere ein Jahr der Vorbereitung und Transformation. Mit unserem Projekt „Nachhaltige Verpackungen" widmen wir uns gezielt der Frage, wie wir unser Verpackungsportfolio Schritt für Schritt auf die neuen Anforderungen ausrichten können.

Dabei verbinden wir regulatorische Compliance mit unserem bereits etablierten Nachhaltigkeitsansatz „Reduce – Reuse – Recycle – Replace". Das Projekt bringt verschiedene Fachbereiche zusammen und erfordert eine intensive Zusammenarbeit zwischen Nachhaltigkeit, Produktmanagement, Einkauf, Qualität und Regulatory Compliance.

Die Umsetzung der PPWR ist dabei weit mehr als eine einmalige regulatorische Anpassung. Sie erfordert eine umfassende Erhebung und Pflege von Verpackungsdaten, neue Bewertungsprozesse sowie die systematische Dokumentation der Konformität. Insbesondere bei einem breiten Produkt- und Verpackungsportfolio bedeutet dies einen erheblichen organisatorischen Aufwand und den Einsatz zusätzlicher personeller Ressourcen.



UNSER PROJEKTTEAM PPWR:



Alexander Kehle
Sustainable & Legal Packaging Specialist



Christoph Aukenthaler
Sustainability & Process Specialist



Samantha Benko
Sustainability Intern



Christian Buger
Team Assistant Innovations

DIE WICHTIGSTEN ANFORDERUNGEN DER PPWR

Zeithorizont	Anforderung	Bedeutung
ab 12.08.2026	Konformität & Dokumentation	• Verpackungen systematisch bewerten • Technische Dokumentation erstellen • EU-Konformitätserklärungen erstellen und aktuell halten
ab 2028	Harmonisierte Kennzeichnung	• Einheitliche Materialkenn-zeichnung vorbereiten • Verbraucherinformation zur richtigen Trennung unterstützen • Anwendung abhängig vom Erlass der vorgesehenen EU-Durchführungsakte
ab 2030	Recyclingfähigkeit	• Verpackungen nach einheit-lichen „Design for Recycling"-Kriterien entwickeln • Nur Verpackungen >=70% Recyclingfähig sind verkäufs-fähig
ab 2030	Rezyklatanteile	Verbindliche Mindestanteile an Rezyklat für Kunststoff-verpackungen
ab 2030	Verpackungsminimierung	• Gewicht und Volumen auf das notwendige Maß reduzieren • Unnötige Verpackungs-bestandteile und Leerraum vermeiden
ab 2038	Verschäfte Recyclingfähigkeit	Nur Verpackungen >=80% Recyclingfähig sind verkäufsfähig



Im Jahr 2025 haben wir die Anforderungen der Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR) grundlegend analysiert und ihre Auswirkungen auf unser Verpackungsportfolio, unsere Datenstrukturen und internen Prozesse bewertet. Gleichzeitig haben wir unser Projektteam „Nachhaltige Verpackungen" gezielt verstärkt und die Projektarbeit stärker auf die bevorstehenden regulatorischen Anforderungen ausgerichtet.

1. Datenbasis schaffen und Prozesse strukturieren
Relevante Verpackungsdaten vollständig und verlässlich erfassen sowie klare Verantwortlichkeiten und Abläufe für deren Pflege definieren.

2. Konformität systematisch bewerten
Verpackungen strukturiert auf ihre PPWR-Konformität prüfen und die dafür erforderlichen technischen Dokumentationen und EU-Konformitätserklärungen erstellen.

Mit der Umsetzung beider Schwerpunkte haben wir bereits 2025 begonnen. Für die digitale und strukturierte Abbildung der Konformitätsbewertung haben wir uns zudem für die Einführung der spezialisierten Lösung PackIntelX entschieden. Das Tool soll uns dabei unterstützen, Verpackungsdaten zentral zusammenzuführen, regulatorische Anforderungen nachvollziehbar zu bewerten und die notwendigen Konformitätsunterlagen effizient zu erstellen.



Ziel 2026:

- Verpackungsdatenbasis vervollständigen und relevante Daten strukturiert verfügbar machen
- PPWR-Konformitätsbewertungen UND Konformitätserklärungen erstellen
- Datenpflege und Konformitätsbewertung dauerhaft in standardisierte Prozesse überführen

Ziel 2030:

- Alle Verpackungen sind PPWR-konform gestaltet
- Das gesamte Produktportfolio is mindestens 70% recyclingfähig
- Die vorgeschriebenen Rezyklatanteile von mindestens 10% bei Kunststoffverpackungen ist erfüllt
- Verpackungsgewicht, Materialeinsatz und Leerraum sind auf ein vertretbares Minimum reduziert
- Nachhaltigkeits- und PPWR-Kriterien sind fest in der Produktentwicklung verankert



Die Entwicklung nachhaltiger Verpackungskonzepte für unsere Produkte ist ein langfristiger und vielschichtiger Transformationsprozess — und wir stehen bewusst am Anfang. Derzeit schaffen wir das notwendige Fundament und ein gemeinsames Verständnis im Unternehmen, um künftig Verpackungen gezielt entlang von Recyclingfähigkeit, Materialeffizienz und Designansprüchen zu optimieren. Gemeinsam echte, zukunftsfähige Verpackungslösungen zu entwickeln, ist eine Herausforderung, die mich mit großer Überzeugung vorantreibt.

Alexander Kehle
Sustainable & Legal Packaging Specialist



7. Verzeichnis & Anhang

VSME Referenzen

VSME-Referenz	Information	Referenz im Bericht	Kommentar	Seite
B1	Grundlagen der Erstellung	Inhaltsverzeichnis Statement der Geschäftsführung Unternehmensstruktur		3,4, 9-10
B2	Praktiken, Strategien und künftige Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft	Unser Projektteam Reduktion CO_2-Emissionen Energiemanagement Mobilitätskonzept Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette Nachhaltige Rezepturen Rohstoffbezug RSPO-Zertifiziertes Palmöl Nachhaltige Verpackungen		17-19, 44-53
B3	Energie und Treibhausgasemissionen	Reduktion CO_2-Emissionen Energiemanagement Mobilitätskonzept		44-45
B4	Verschmutzung von Luft, Wasser und Boden		Nicht relevant, siehe doppelte Wesentlichkeitsbewertung	
B5	Biologische Vielfalt		Nicht relevant, siehe doppelte Wesentlichkeitsbewertung	
B6	Wasser		Nicht relevant, siehe doppelte Wesentlichkeitsbewertung	
B7	Ressourcennutzung, Kreislaufwirtschaft und Abfallmanagement	Nachhaltige Verpackungen		51-53
B8	Arbeitskräfte - Allgemeine Merkmale	Mitarbeitendenkennzahlen		26-29
B9	Arbeitskräfte - Gesundheit und Sicherheit		Im Berichtszeitraum gab es keine Vorfälle in der eigenen Belegschaft	
B10	Arbeitskräfte - Entlohnung, Tarifverhandlungen und Ausbildung	Equal Pay		26

VSME Referenzen

VSME-Referenz	Information	Referenz im Bericht	Kommentar	Seite
B11	Verurteilungen und Geldstrafen wegen Korruption und Bestechung		Im Berichtszeitraum gab es keine Korruptionsfälle	
C1	Strategie: Geschäftsmodell und Nachhaltigkeit - Verwandte Initiativen	Statement der Geschäftsführung Unternehmensportrait		4, 6-8
C2	Beschreibung von Praktiken, Strategien und künftigen Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft	Reduktion CO_2-Emissionen Energiemanagement Mobilitätskonzept Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette Nachhaltige Rezepturen Rohstoffbezug RSPO-Zertifiziertes Palmöl Nachhaltige Verpackungen		44-53
C3	Treibhausgasreduktionsziele und Klimawandel	Reduktion CO_2-Emissionen		44
C4	Klimarisiken		Nicht relevant, siehe doppelte Wesentlichkeitsbewertung	
C5	Zusätzliche (allgemeine) Merkmale der Arbeitskräfte	Mitarbeiterkennzahlen		26-29
C6	Zusätzliche Informationen für die eigene Belegschaft - Menschenrechtspolitik und -verfahren		Durch die Erfüllung strenger nationaler Gesetze ist kein Code of Conduct für die eigene Belegschaft in Kraft. Es gab keine Vorfälle diesbezüglich.	
C7	Schwerwiegende negative Vorfälle im Bereich der Menschenrechte		Im Berichtszeitraum gab es keine Vorfälle in der eigenen Belegschaft	
C8	Einnahmen aus bestimmten Sektoren und Ausschluss von den EU-Referenzbenchmark		Nicht relevant	
C9	Geschlechtervielfalt in den Leitungsorganen	Mitarbeiterkennzahlen		26-29

Anhang - Themen Wesentlichkeitsmatrix

Bezeichnung Thema doppelte Wesentlichkeitsmatrix	Gesamteinstufung Thema	Unterthema Bezeichnung	Finanzielle Einstufung Unterthema	Impact Einstufung Unterthema	Chance Unterthema	Einstufung Unterthema	ESG -Zuordnung	Ersteinstufung PESTEL-Analyse	ESRS-Zuordnung	VSME-Zuordnung
Abfallmanagement	Mittlere Wesentlichkeit	Abfallmanagement	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Umwelt	Stark betroffen	ESRS-E5	B7
Biodiversitätsverlust & Biologische Vielfalt	Nicht Wesentlich	Biodiversität	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Umwelt	Wenig betroffen	ESRS-E4	B5
		Biologische Vielfalt und Ökosysteme	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Umwelt	Betroffen	ESRS-E4	B5
Digitalisierung & Cyber Security	Hohe Wesentlichkeit	Cyber Ethics	Hoch	Hoch	Ja	Hohe Wesenltichkeit	Governance	Betroffen	ESRS-S1 ESRS-S2 ESRS-S4	--
		Barrierefreiheit	Gering	Hoch	Ja	Mittlere Wesentlichkeit	Sozial	Betroffen	ESRS-S1 ESRS-S2 ESRS-S4	--
		Datensicherheit	Hoch	Hoch	Ja	Mittlere Wesentlichkeit	Sozial	Betroffen	ESRS-S1 ESRS-S2 ESRS-S4	--
		Datenschutz	Hoch	Hoch	Ja	Mittlere Wesentlichkeit	Sozial	Betroffen	ESRS-S2	--
		End-of-Life-Management	Gering	Hoch	Nein	Nicht Wesentlich	Umwelt	Wenig betroffen	ESRS-E5	--
		Generative KI	Mittel	--	Ja	Mittlere Wesentlichkeit	Governance	--	--	--
Energiemanagement	Mittlere Wesentlichkeit	Energiemanagement	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Umwelt	Betroffen	ESRS-E1	B3
Integrität und Compliance	Mittlere Wesentlichkeit	Lobbyismus	Gering	Hoch	Nein	Nicht Wesentlich	Governance	Wenig betroffen	ESRS-G1	B11
		Korruption	Gering	Hoch	Nein	Nicht Wesentlich	Governance	Wenig betroffen	ESRS-G1	B11

Anhang - Themen Wesentlichkeitsmatrix

Bezeichnung Thema doppelte Wesentlichkeitsmatrix	Gesamteinstufung Thema	Unterthema Bezeichnung	Finanzielle Einstufung Unterthema	Impact Einstufung Unterthema	Chance Unterthema	Einstufung Unterthema	ESG -Zuordnung	Ersteinstufung PESTEL-Analyse	ESRS-Zuordnung	VSME-Zuordnung
Klimaschutz & Anpassung an den Klimawandel	Hohe Wesentlichkeit	Reduktion CO2-Emissionen	Mittel	Hoch	Ja	Hohe Wesenltichkeit	Umwelt	Stark betroffen	ESRS-E1	B3
		Klimaveränderung	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Umwelt	Betroffen	ESRS-E1	--
		Net Zero	Gering	Hoch	Nein	Nicht Wesentlich	Umwelt	Wenig betroffen	ESRS-E1	B3
		Umweltschutzgesetze	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Umwelt	Betroffen	ESRS-E2	--
		Umweltverschmutzung	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Umwelt	Betroffen	ESRS-E2	B4
		Umweltbezogene Kriterien bei der Auswahl von Lieferanten	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Umwelt	--	ESRS-E1 ESRS-E5	"B3 B4"
Kreislaufwirtschaft	Hohe Wesentlichkeit	Kreislaufwirtschaft	Gering	Hoch	Ja	Hohe Wesenltichkeit	Umwelt	Stark betroffen	ESRS-E5	B7
Kundenzufriedenheit & Kundenbindung	Hohe Wesentlichkeit	Kundenzufriedenheit	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Sozial	Stark betroffen	ESRS-S3	--
		Faire Kundenschutzgesetze	Mittel	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Sozial	Stark betroffen	ESRS-S3	--
		Sensibilisierung der Kunden	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Sozial	Betroffen	ESRS-S3	--
Lieferantenbeziehungen	Mittlere Wesentlichkeit	Arbeitsbeziehungen	Hoch	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Sozial	Betroffen	ESRS-G1	--
		Lieferkettentransparenz	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Governance	Betroffen	ESRS-G1	--

Anhang - Themen Wesentlichkeitsmatrix

Bezeichnung Thema doppelte Wesentlichkeitsmatrix	Gesamteinstufung Thema	Unterthema Bezeichnung	Finanzielle Einstufung Unterthema	Impact Einstufung Unterthema	Chance Unterthema	Einstufung Unterthema	ESG -Zuordnung	Ersteinstufung PESTEL-Analyse	ESRS-Zuordnung	VSME-Zuordnung
Mitarbeitendewohl & Entwicklung	Hohe Wesentlichkeit	Arbeitssicherheit	Gering	Sehr Hoch	Ja	Hohe Wesenltichkeit	Sozial	Wenig betroffen	ESRS-S1	B8
		Bezahlung / Gender Pay Gap	Gering	Sehr Hoch	Ja	Hohe Wesenltichkeit	Sozial	Betroffen	ESRS-S1	B10
		Mitarbeiterbindung	Gering	Hoch	Ja	Mittlere Wesentlichkeit	Governance	Stark betroffen	ESRS-E2	--
		Diversität	Gering	Sehr Hoch	Ja	Mittlere Wesentlichkeit	Sozial	Betroffen	ESRS-S2 ESRS-G1 ESRS-S1	B8
		Mitarbeitergesundheit	Gering	Hoch	Ja	Mittlere Wesentlichkeit	Sozial	Stark betroffen	ESRS-S1	B8
		Mitarbeiterzufrieden-heit	Mittel	Hoch	Ja	Mittlere Wesentlichkeit	Sozial	Stark betroffen	ESRS-S1	
Nachhaltige Rezepturen	Hohe Wesentlichkeit	Nachhaltige Rezepturen	Gering	Sehr Hoch	Ja	Hohe Wesenltichkeit	Umwelt	--	--	--
Ökonomische Entwicklungen	Mittlere Wesentlichkeit	Kundenausfallsrisiko	Hoch	--	Ja	Mittlere Wesentlichkeit	Governance	--	--	--
		Lieferantenausfalls-risiko	Hoch	--	Ja	Mittlere Wesentlichkeit	Governance	--	--	--
		Risikomanagement	Gering	--	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Governance	Betroffen	ESRS-G1	
		Makroökonomische Entwicklungen	Hoch	--	Ja	Mittlere Wesentlichkeit	Governance	--	--	
Ressourcenmanagement	Mittlere Wesentlichkeit	Ressourcenmanage-ment	Gering	Hoch	Nein	Hohe Wesenltichkeit	Umwelt	Stark betroffen	ESRS-E5	B7

Anhang - Themen Wesentlichkeitsmatrix

Bezeichnung Thema doppelte Wesentlichkeitsmatrix	Gesamteinstufung Thema	Unterthema Bezeichnung	Finanzielle Einstufung Unterthema	Impact Einstufung Unterthema	Chance Unterthema	Einstufung Unterthema	ESG -Zuordnung	Ersteinstufung PESTEL-Analyse	ESRS-Zuordnung	VSME-Zuordnung
Soziale Verantwortung	Mittlere Wesentlichkeit	Armutsbekämpfung	Gering	Hoch	Nein	Nicht Wesentlich	Sozial	Wenig betroffen	ESRS-S2	--
		Betroffene Gemeinden	Gering	Hoch	Nein	Nicht Wesentlich	Umwelt	Wenig betroffen	ESRS-S3	--
		Gesellschaftliches Engagement	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Sozial	Betroffen	ESRS-S3	--
		Business Ethics	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Sozial	Betroffen	ESRS-S2 ESRS-G1	--
Wasserverbrauch	Mittlere Wesentlichkeit	Wasser- und Meeres-ressourcen	Gering	Hoch	Nein	Mittlere Wesentlichkeit	Umwelt	Betroffen	ESRS-E3	B6



DANKE FÜR IHR INTERESSE!

- DAS NACHHALTIGKEITS-TEAM DER CURA COSMETICS GROUP -

INSPIRING YOU