

# RITUALS

*Nachhaltigkeitsbericht 2021*





# INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort vom Gründer & CEO von Rituals Cosmetic .....	3
Zertifizierte B Corporation .....	4
Über Rituals .....	6
Unser Weg zu nachhaltigem Wohlbefinden ...	12
Clean .....	14
Conscious .....	19
Caring .....	29
Zukunftsorientiert .....	33

*Liebe Leserinnen und Leser,*

das Bedürfnis nach verbessertem Wohlbefinden für die Menschen und die Erde ist allgemeingültig und heute wichtiger denn je. Wir alle möchten unseren Kindern eine bessere und glücklichere Welt hinterlassen, als wir sie selbst vorgefunden haben.

Um dies zu erreichen, müssen wir alle Verantwortung übernehmen. Wir müssen unsere Bemühungen beschleunigen, Maßnahmen ergreifen und Schritte unternehmen – egal, wie klein oder groß. Und mehr denn je müssen wir bewusste Entscheidungen für die nächsten Jahre treffen, die sich positiv auf die Gesellschaft und die Umwelt auswirken.

Nach unserem letzten Bericht vom November 2021 freue ich mich, jetzt unseren zweiten jährlichen Nachhaltigkeitsbericht vorzulegen.

Ich freue mich besonders über bedeutende Fortschritte berichten zu können, darunter ein Meilenstein im Bereich Nachhaltigkeit, auf den ich sehr stolz bin: unsere B Corp™-Zertifizierung. Ich möchte mich bei unseren Kunden für die Inspiration bedanken, bei unseren Lieferanten sowie unserem Team für die Arbeit, die sie im Laufe der letzten Jahre

geleistet haben. Denn all dies wäre ohne das Engagement und die harte Arbeit aller nicht möglich gewesen. Wir haben die ersten Schritte auf dieser wichtigen und anhaltenden Reise gemacht.

Indem wir die strengen Bewertungskriterien der B Corp-Zertifizierung bestanden haben – die inzwischen zur führenden Kennzeichnung von Marken hinsichtlich gesellschaftlichem Mehrwert und ökologischer Nachhaltigkeit gehört – hat Rituals sich in diesem Bereich in der Beauty-Branche etabliert.

Für uns als Marke mit ganzheitlichem Ansatz für das Unternehmen und unsere Arbeitsweise ist die B Corp-Zertifizierung unserer Meinung nach eine Bewertung, die alle Aspekte berücksichtigt – von der Art und Weise, wie wir mit unseren Kunden und Mitarbeiter umgehen, bis hin zu unseren Entscheidungsprozessen und der Berücksichtigung von Umweltaspekten bei der Entwicklung unserer Produkte. Uns waren die Menschen und unsere Erde schon immer wichtig, daher ist unser neuer B Corp-Status der natürliche nächste Schritt auf unserer Reise zu nachhaltigem Wohlbefinden für alle.



Auf dieser Reise hat Rituals bereits viele Fortschritte erzielt. 2021 haben wir bei 18 unterschiedlichen Produkten von fabrikneuen Kunststoffen auf recycelte Kunststoffe gewechselt. Wir haben darüber hinaus über 700.000 Tragetaschen verkauft und verschenkt, die in Zusammenarbeit mit der Tiny Miracles Foundation hergestellt wurden.

Wir sind stolz auf unsere Fortschritte, uns ist jedoch klar, dass es immer noch viel Arbeit vor uns liegt. Wir haben uns das Ziel gesetzt, unsere Bemühungen und Ziele fortwährend zu verbessern. Unsere Reise beruht auf drei Säulen, die in jedem Jahresbericht vorkommen: Clean, Conscious & Caring. Bei „Clean“ geht es um bewährte Qualitätsprodukte, die sorgfältig aus Inhaltsstoffen

“

Wir können nur bedeutungsvolle Momente mit unseren Produkten kreieren, wenn diese das Wohlbefinden der Menschen und der Erde nicht beeinträchtigen.

natürlichen Ursprungs hergestellt werden. „Conscious“ konzentriert sich darauf, nachhaltige Entscheidungen im Hinblick auf unsere Verpackungen und unser Unternehmen zu treffen. Die Säule „Caring“ steht für die Unterstützung und Entwicklung von Programmen, die zur Bildung achtsamer Gesellschaften beitragen sollen. In diesem Bericht fassen wir die Fortschritte in diesen drei Bereichen seit dem letzten Jahr zusammen – und noch viele weitere. Darüber hinaus geben wir einen Einblick in unsere Ziele für die Zukunft. Lassen Sie sich inspirieren.

**Raymond Cloosterman**

*Gründer und CEO*

## ZERTIFIZIERTE B CORPORATION™

Wir sind stolz darauf, dass Rituals B Corp Zertifiziert ist. Das heißt, dass wir ein Unternehmen sind, das seine Geschäftstätigkeit für das Gute einsetzt! B Corp ist eine der angesehensten und strengsten Zertifizierungen im Bereich ganzheitliche Nachhaltigkeit. Diese Zertifizierung bedeutet, dass wir die höchsten verifizierten Standards in den Bereichen Gesellschaft, Umwelt, Transparenz und Verantwortlichkeit erfüllen.

Um den B Corp-Status zu erreichen, müssen kommerzielle Unternehmen nachweisen, dass sie ihren Einfluss nutzen, um eine inklusivere und nachhaltigere Wirtschaft aufzubauen. Beim Zertifizierungsprozess werden zuverlässige, umfassende, transparente und unabhängige Standards der Leistungen für Gesellschaft und Umwelt gemessen. Um zu bestehen, muss ein Unternehmen eine umfassende Überprüfung durchlaufen. Dabei wird nicht nur das Produkt berücksichtigt, sondern das ganze Unternehmen. Die strenge Überprüfung wird in fünf Kategorien unterteilt: Führung, Umwelt, Gemeinschaft, Mitarbeiter und Kunden. Innerhalb dieser Bereiche kann ein Unternehmen zu allem bewertet werden: vom CO<sub>2</sub>-Ausstoß bis hin zu wohltätigen Spenden. Dabei muss es darlegen, dass sein Engagement in jedem Bereich

fortlaufend verbessert wird. Von der erreichbaren Gesamtpunktzahl von 200 muss ein Unternehmen 80 Punkte erreichen. Wir sind sehr stolz darauf, dass Rituals 92,2 Punkte erzielt hat.

B Corp ist mehr als nur eine Zertifizierung. Es ist eine Bewegung gleichgesinnter Organisationen, die mit ihren Unternehmen Gutes bewirken möchten. Der ganzheitliche Prüfansatz von B Corp und die geschaffene aktive Gemeinschaft ist einzigartig und kann mit keiner vorhandenen Zertifizierung verglichen werden.

Weitere Informationen zu dem Ergebnis unseres Unternehmens finden Sie im B Corp-Verzeichnis: <https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/company/rituals-cosmetics>

WIR SIND STOLZ, B CORP™  
ZERTIFIZIERT ZU SEIN

**Certified**



**Corporation**



# HÖHEPUNKTE UNSERER B CORP-ZERTIFIZIERUNG

Die B Corp-Prüfung ist in fünf Kategorien unterteilt. Hier sind einige der wichtigsten Verpflichtungen, die wir innerhalb dieser Bereiche eingegangen sind.



## FÜHRUNG

In unserer Geschäftsordnung ist verankert, dass bei allen Unternehmensentscheidungen die Menschen und der Planet berücksichtigt werden sollen.

Jedes Jahr veröffentlichen wir einen neuen Nachhaltigkeitsbericht, um Transparenz hinsichtlich unserer Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt zu gewährleisten.

Unser Verhaltenskodex und unsere Whistleblower-Richtlinie werden allen Mitarbeitern im Rahmen eines speziellen Schulungsmoduls verdeutlicht.



## UMWELT

Wir bieten eine große Auswahl an umweltfreundlichen Nachfüloptionen, mit denen Material eingespart werden kann.

Wir haben die CO<sub>2</sub>-Bilanz unseres Unternehmens berechnen und extern verifizieren lassen und uns konkrete Ziele zur Reduzierung gesetzt.

Wir achten auf die Umweltauswirkungen unserer Produkte anhand des Produktbewertungs-Tools Clean & Conscious.



## GEMEINSCHAFT

Unser Diversity & Inclusion Board und die Ambassador Group unterstützen und starten Programme zur Förderung unserer Unternehmenskultur.

Karma-Tage ermöglichen unseren Mitarbeitern jedes Jahr einen Tag wohlthätige Arbeit zu leisten.

Wir sind stolze Unterstützer der Tiny Miracles Foundation, von War Child und der Super Chill Foundation.



## MITARBEITER

Wir erheben regelmäßig Daten zur Mitarbeiterzufriedenheit und -motivation.

Unser Programm für mehr Wohlbefinden, unsere Vorgehensweise für Mitarbeiterbesprechungen und unsere Karriereentwicklungsoptionen sind preisgekrönt.

Wir verfügen über zuverlässige Gesundheits- und Rentenpläne weltweit für Mitarbeiter in unseren Stores und Büros.



## KUNDEN

Wir behandeln die Daten unserer Kunden respektvoll und in bereinstimmung mit der DSGVO.

Bei Rituals gibt es einen Datensicherheitsbeauftragten, der die sichere Verwendung von Daten sicherstellt.

Wir lassen Kunden-Feedback aktiv in unsere Produktentwicklung einfließen.



# ÜBER RITUALS

*Das Glück liegt in den kleinen Dingen. Es ist unsere Leidenschaft, alltägliche Routinen in bedeutungsvolle Momente zu verwandeln.*

Sie sind überall, an jedem Tag, und warten darauf, entdeckt zu werden. Kleine Momente, die wir alle oft übersehen, die jedoch die Macht haben, unseren Alltag zu verschönern. Wir bei Rituals sind davon überzeugt, dass mehr Achtsamkeit für diese Momente der Schlüssel zu einem glücklicheren und erfüllteren Leben ist. Darum haben wir The Art of Soulful Living kreiert, einen Kompass, der Menschen auf ihrer Reise zu persönlichem Wohlbefinden anleitet und ihnen hilft, Körper, Geist und Seele in Einklang zu bringen. Anhand einfacher Routinen und kleiner Gewohnheiten können wir unser wahres

Potenzial erwecken. Ob wir uns für ein entspannendes Bad statt einer eiligen Dusche entscheiden oder uns einige Minuten Zeit nehmen, die flackernder Flamme unserer Lieblingskerze zu beobachten – Glück können wir durch aktives Entschleunigen und Reflektieren erreichen. Rituals ist mehr als eine Kosmetikmarke. Wohlbefinden ist tief in unserer DNA verankert, und daher möchten wir nicht nur unsere Kunden, sondern auch unsere Mitarbeiter und Gemeinschaften um uns herum ermutigen, ein achtsameres Leben zu führen.

# UNSERE PRÄSENZ

## DIE WELT VON RITUALS



912

Stores weltweit



1

House of Rituals  
Flagship Store



3,000+

Shop-in-Shops



6

Body and Mind Spas



150+

Kreuzfahrt- und  
Fährstandorte



16

Eigenständige  
Stores an Flughäfen



500+

Travel Shop-in-Shops



3,500+

Boutique-Hotels



7

Fluglinien-Partner

Uns gibt es in 106 Ländern

Ägypten  
 Andorra  
 Antigua  
 Argentinien  
 Aruba  
 Australien  
 Bahamas  
 Bahrain  
 Barbados  
 Belgien  
 Bermuda  
 Brasilien  
 Bulgarien  
 Chile  
 China  
 Curaçao  
 Dänemark  
 Deutschland

Dominikanische Republik  
 El Salvador  
 Estland  
 Färöer-Inseln  
 Finnland  
 Frankreich  
 Gibraltar  
 Grenada  
 Griechenland  
 Grönland  
 Großbritannien  
 Guadeloupe  
 Hongkong  
 Indien  
 Indonesien  
 Island  
 Israel  
 Italien

Japan  
 Jordanien  
 Jungferninseln  
 Kaimaninseln  
 Kanada  
 Kap Verde  
 Kasachstan  
 Katar  
 Kolumbien  
 Kroatien  
 Kuwait  
 La Réunion  
 Lettland  
 Norwegen  
 Libanon  
 Litauen  
 Luxemburg  
 Macau  
 Madeira

Malaysia  
 Malediven  
 Mali  
 Malta  
 Marokko  
 Martinique  
 Mauritius  
 Mexiko  
 Monaco  
 Montenegro  
 Neuseeland  
 Niederlande  
 Norwegen  
 Oman  
 Österreich  
 Pakistan  
 Panama  
 Paraguay

Polen  
 Portugal  
 Republik Irland  
 Republik Moldau  
 Rumänien  
 Russland  
 Schweden  
 Schweiz  
 Senegal  
 Serbien  
 Ungarn  
 Singapur  
 Slowakei  
 Slowenien  
 Spanien  
 St. Kitts  
 St. Lucia  
 St. Martin  
 Südafrika

Südkorea  
 Suriname  
 Taiwan  
 Thailand  
 Trinidad und Tobago  
 Tschechische Republik  
 Tunesien  
 Türkei  
 Ukraine  
 Ungarn  
 Uruguay  
 USA  
 Usbekistan  
 Vereinigte Arabische Emirate  
 Vietnam  
 Zypern

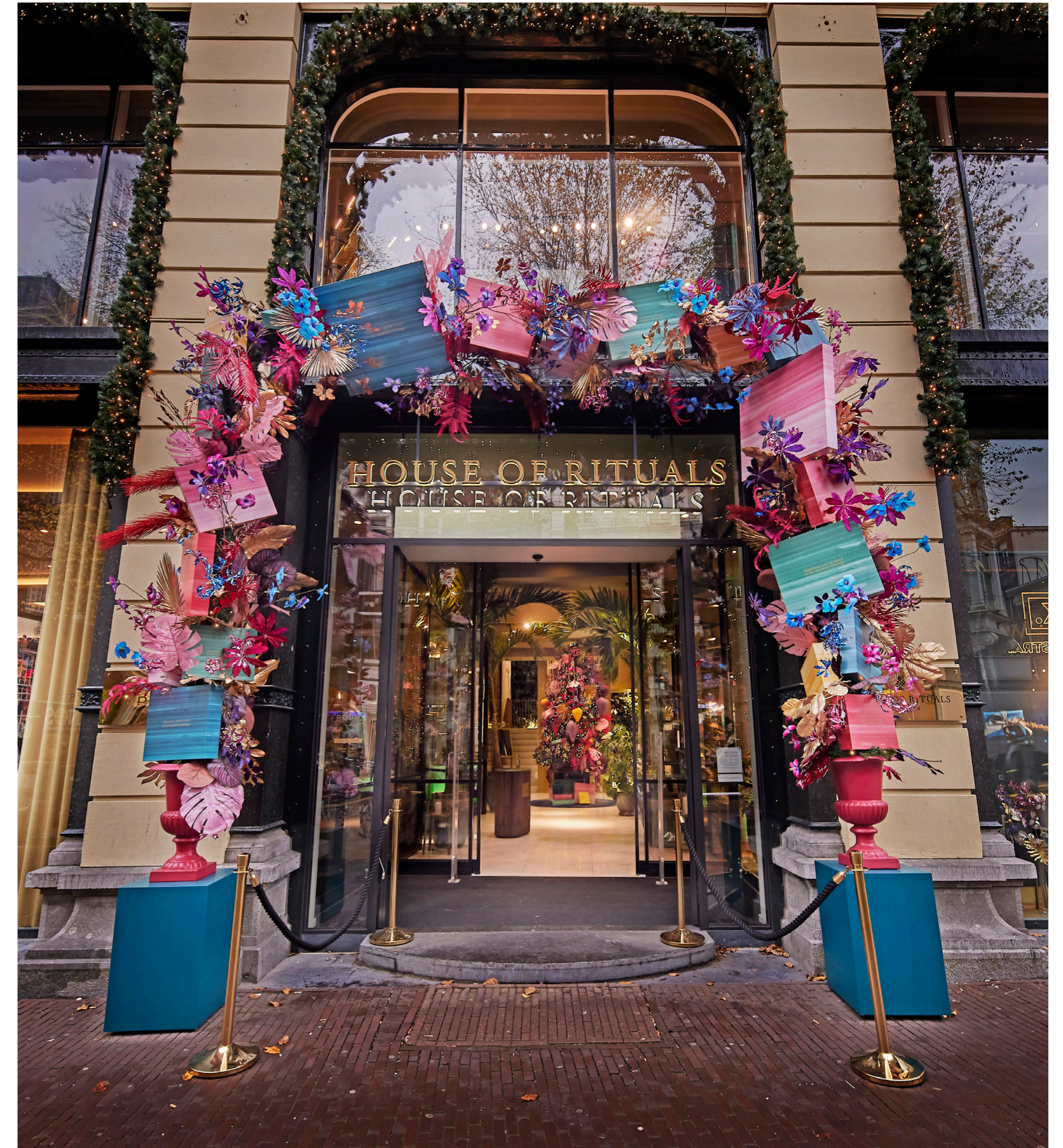
## UNSERE KUNDEN

Unsere Organisation beruht auf dem Wohlbefinden unserer Kunden. Unsere luxuriösen Pflegeprodukte wurden entwickelt, um Körper, Geist und Seele in Harmonie zu vereinen. Wir möchten alles, was wir tun, mit Achtsamkeit tun. Von unseren Stores mit ihrer beruhigenden Beleuchtung und entspannenden Atmosphäre bis hin zur authentischen Aufmerksamkeit unserer Store Mitarbeiter, die Gästen vielleicht einen Tee oder eine Handmassage anbieten: Unser Ziel ist es, bei allem, was wir tun, ein Gefühl von Ruhe auszustrahlen.

In unserem neu eröffneten House of Rituals in Amsterdam wird unsere Markenphilosophie zum Leben erweckt. Es wurde zu Ehren unseres 20-jährigen Jubiläums eröffnet und ist die Verkörperung unseres ganzheitlichen Ansatzes, Körper, Geist und Seele im luxuriösen Ambiente in Einklang zu bringen.

Besucher können sich in unseren Body & Mind-Spas verwöhnen lassen, neue Düfte an der Luxury Perfume Bar entdecken oder im Restaurant Rouhi Essen für die Seele genießen.

2020 haben wir unsere Voice of Customer Plattform eingeführt. Das bedeutet, dass wir jetzt mit Kunden zusammenarbeiten und neue Ideen sowie sofortiges Feedback erhalten können. Uns ist die Meinung unserer Kunden sehr wichtig. Bei uns gibt es ein internes Team für Kundenzufriedenheit, das alle Fragen beantworten kann, die Kunden möglicherweise haben. Mit einer Bewertung von 8,2 von 10 Punkten wurde Rituals 2021 als kundenfreundlichstes Unternehmen in den Niederlanden ausgezeichnet. Dies basiert auf einer unabhängigen, andauernden Online-Umfrage unter niederländischen Kunden durch die Agentur MarketResponse.



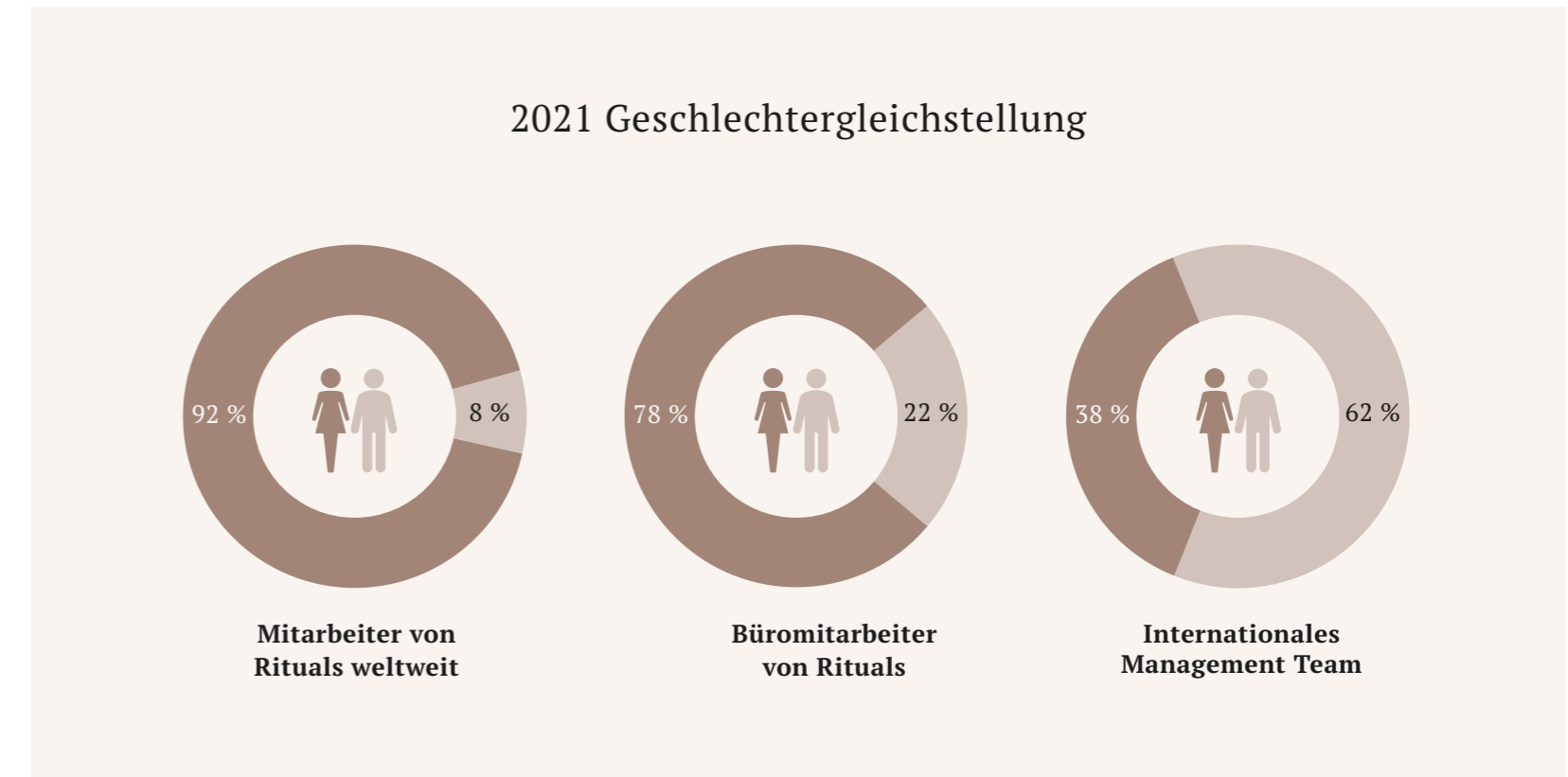
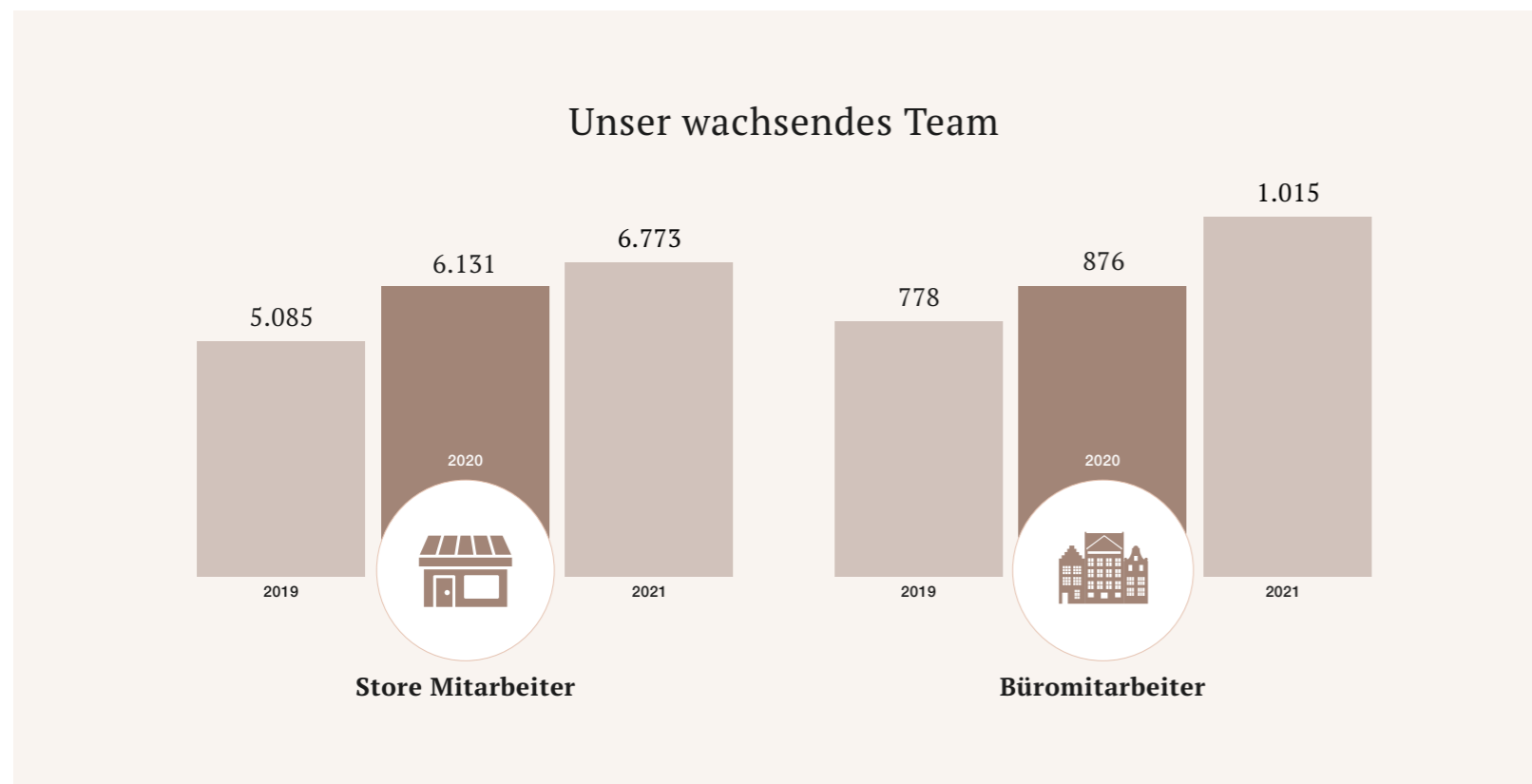


## UNSERE MITARBEITER

Wir bei Rituals glauben an eine menschliche, nachhaltige Lebensart. Daher ist das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter unsere Top-Priorität. Wir glauben, dass persönliches Wachstum und persönliche Weiterentwicklung wichtig sind für den langfristigen Erfolg bei Rituals. Schließlich sind zufriedene und gesunde Mitarbeiter der Schlüssel zu einem nachhaltigen Geschäftsmodell.

Ende 2021 zählten wir 7.788 Beschäftigte. Davon sind 1.015 Mitarbeiter in unseren nationalen Head Offices

beschäftigt, und 6.773 Mitarbeiter arbeiten in unseren Stores. Unser Unternehmen wächst, und damit auch die Mitarbeiteranzahl. 2021 haben wir durchschnittlich 34 Mitarbeiter pro Monat in unseren Head Offices eingestellt und 335 Mitarbeiter in den Stores. Um einen bedeutungsvollen Beitrag zur Gesellschaft zu leisten, muss unserer Meinung nach unsere Organisation die Vielseitigkeit dieser Gesellschaft widerspiegeln. Aus diesem Grund wird Inklusivität bei uns großgeschrieben.

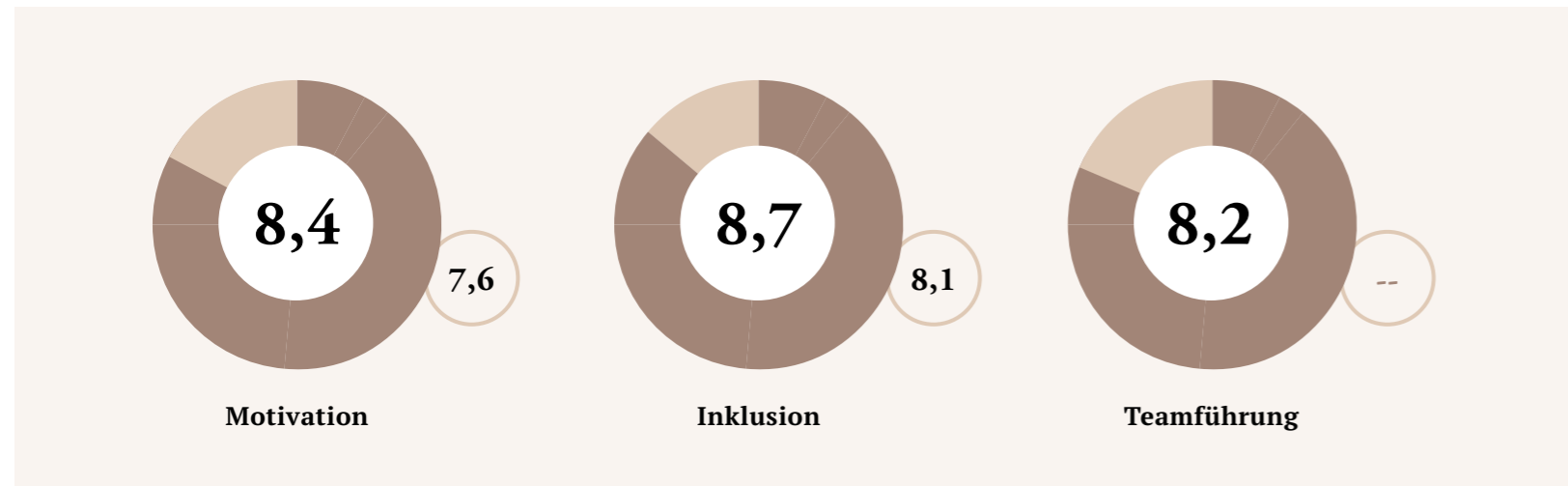


In Übereinstimmung mit unserer Kundenbasis besteht unsere Mitarbeiterschaft mit einem Anteil von 60/40 aus Mitarbeiterinnen. Im gehobenen Management ist der Anteil genau anders herum. Unser Ziel ist, innerhalb unseres Internationalen Management Teams für führende Positionen bis 2023 den gleichen Anteil beider Geschlechter (50/50) zu erreichen.

#### Rituals People Pulse

Wir sind stolz darauf, eine sichere Kultur zu erschaffen, in der alle Mitarbeiter motiviert sind, wertgeschätzt

werden und die gleichen Chancen haben. Im September 2021 haben wir unseren zweiten Rituals People Pulse gestartet. In dieser Umfrage haben wir drei neue Themen eingeführt: Motivation, Inklusion und Führung. Auf einer Skala von -100 bis +100 erzielten wir einen hervorragenden eNPS-Wert von 47,5. Diese Zahl steht für die Treue unserer Mitarbeiter und die Wahrscheinlichkeit, dass sie Rituals als Arbeitgeber weiterempfehlen. Bei der Mitarbeitermotivation erreichten wir einen Durchschnittswert von 8,4, während Vergleichsunternehmen einen Wert von 7,6 erzielten.



Wir haben eine internationale Diversity & Inclusion Ambassador Group ins Leben gerufen, die Programme zur Unterstützung unserer Kultur unterstützt, her-vorhebt und einrichtet. Ein Beispiel hierfür ist die Einführung eines Schulungskurses zu unbewussten Vorurteilen. Wir überprüfen die Wahrnehmung der Inklusion über unsere Motivationsumfrage. Unser globaler Inklusionswert im Jahr 2021 lag bei 8.7.

**Karma-Tage**

2021 haben wir in unserem Central Head Office in Amsterdam und in den Local Head Offices die sogenannten „Karma-Tage“ eingeführt. Wir ermutigen unsere Mitarbeiter an diesem Tag, ehrenamtliche Tätigkeiten zu übernehmen oder auf andere Weise der Gemeinschaft etwas Gutes zu tun. Da jetzt langsam die COVID-19-Einschränkungen aufgehoben werden, hoffen wir auf eine rege Teilnahme an dieser Initiative im kommenden Jahr, und dass viele unserer Mitarbeiter ihren Beitrag zur Gesellschaft leisten.

**Umgang mit COVID-19**

2021 musste der Großteil unserer Büromitarbeiter von zu Hause aus arbeiten. Wir waren mit Lockdowns und Store-Schließungen konfrontiert und versuchten trotzdem, die Verbindung zu unseren Mitarbeitern aufrecht zu erhalten – das galt für die Mitarbeiter in den Büros genauso wie für die Mitarbeiter in den Stores. Wir haben Online-Meditations- und Yoga-Sitzungen organisiert. Außerdem haben wir eine flexible neue Arbeitsrichtlinie geschaffen, mit der Bürotage und Home-Office-Tage in Übereinstimmung mit Regierungsrichtlinien kombiniert werden. Wir haben den Mitarbeitern Covid-19-Richtlinien an die Hand gegeben, um sicherzustellen, dass allen die richtigen Informationen vorlagen. Darüber hinaus haben wir für Manager Webinare organisiert, um ihnen dabei zu helfen, ihre Teams wieder im Büro begrüßen zu können.

**Whistleblower-Richtlinie**

Rituals möchte eine Kultur der Offenheit, Ehrlichkeit,

Verantwortlichkeit und Integrität fördern, in der die Menschen sich wohlfühlen, wenn sie über ihre Sorgen sprechen – auch wenn sie auf unethische oder illegale Verhaltensweisen aufmerksam machen.

Die Whistleblower-Richtlinie wurde entwickelt, um allen Mitarbeitern eine Anleitung bereitzustellen, wie sie innerhalb von Rituals über angenommene oder tatsächliche Verhaltens- oder Vorgehensweisen berichten können, die gegen unseren Code of Conduct verstoßen. Indem wir unsere Mitarbeiter ermutigen, über ihre Bedenken zu sprechen, möchten wir für alle einen positiven Arbeitsplatz schaffen und erhalten.

**OpenUp-Initiative**

Wir haben auch die OpenUp-Initiative ins Leben gerufen, mit der wir unseren Mitarbeitern Zugang zu Psychologen bereitstellen, wenn dies benötigt wird.

Aus unserer Zentrale in Amsterdam haben 6% der Mitarbeiter Kontakt zu OpenUp aufgenommen, sowie 5% unserer Mitarbeiter aus den Stores (Niederlande). Wir planen, OpenUp in Zukunft auch in weiteren Ländern anzubieten.

**InspiRituals**

Wir möchten zu einem achtsamen Leben inspirieren. Mit regelmäßigen „InspiRituals“-Sitzungen möchten wir unsere Mitarbeiter ermutigen und ihnen ermöglichen, im Arbeitsleben und im Alltag bewusste Entscheidungen zu treffen. Während dieser Sitzungen erzählen Experten unterschiedlichster Fachbereiche ihre Geschichten und geben interessante Einsichten.

Nachstehend finden Sie eine Liste der Themen, über die wir 2021 gesprochen haben:

- Sinn finden mit Christine Boland
- Unbewusste Vorurteile mit Pamela Fuller



### Weitere Initiativen für das Wohlbefinden

Das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter steht an erster Stelle. Die Gesundheit unserer Mitarbeiter ist uns genauso wichtig wie die unserer Kunden, das zeigt sich in unserem Angebot an morgendlichen Meditationssitzungen, Culture & Connect Momenten mit dem Vorstand sowie Waldspaziergängen und unterschiedlichen Online-Kursen. Im Laufe des Jahres haben wir Booster-Webinare zu den Themen Wohlbefinden und Produktivität angeboten.

Nachstehend finden Sie eine Liste der Themen, über die wir 2021 gesprochen haben:

- Sharpen your Saw („Die Säge schärfen“)
- Zeit- und Energiemanagement
- Ziele setzen wie ein Profi
- Das Wichtigste zuerst
- Zuständigkeit – Eine Kultur der Zuständigkeit und Verantwortlichkeit schaffen
- Effektives Arbeiten mit anderen





# UNSER WEG ZU NACHHALTIGEM WOHLBEFINDEN

*Ein ganzheitlicher Ansatz zur Verbesserung des Wohlbefindens der Menschen und des Planeten*

In diesem Jahr haben wir damit begonnen, anhand einer Wesentlichkeitsanalyse die wichtigsten Themen zur sozialen Verantwortung von Unternehmen (CSR, Corporate Social Responsibility) mit unseren internen und externen Beteiligten auszuarbeiten. Dabei werden unsere drei Säulen der Nachhaltigkeit alle berücksichtigt. In den kommenden Jahren werden wir mit allen Beteiligten über diese Themen sprechen. Mit diesem wertvollen Feedback werden wir unsere Strategie wo nötig weiter ausarbeiten.

Sie finden unsere konkreten Nachhaltigkeitsziele für 2025

für jede Säule in dem entsprechenden Kapitel.

Um sicherzustellen, dass wir unsere Nachhaltigkeitsziele ständig im Auge behalten, sind diese komplett in unser Leistungsmanagementsystem integriert. Für jeden Mitarbeiter werden diese Nachhaltigkeitsziele einmal im Quartal überprüft, zusammen mit weiteren Unternehmenszielen. Indem wir eindeutige Verantwortlichkeiten zuweisen und den Fortschritt genau überwachen, stellen wir sicher, dass Nachhaltigkeit fest in unserer Unternehmenspraxis verankert ist.



**Clean:**  
Inhaltsstoffe

Wir wählen unsere Inhaltsstoffe sorgfältig aus, damit unsere Formulierungen nichts enthalten, was dort nicht hineingehört.



**Conscious:**  
Verpackung und Betrieb

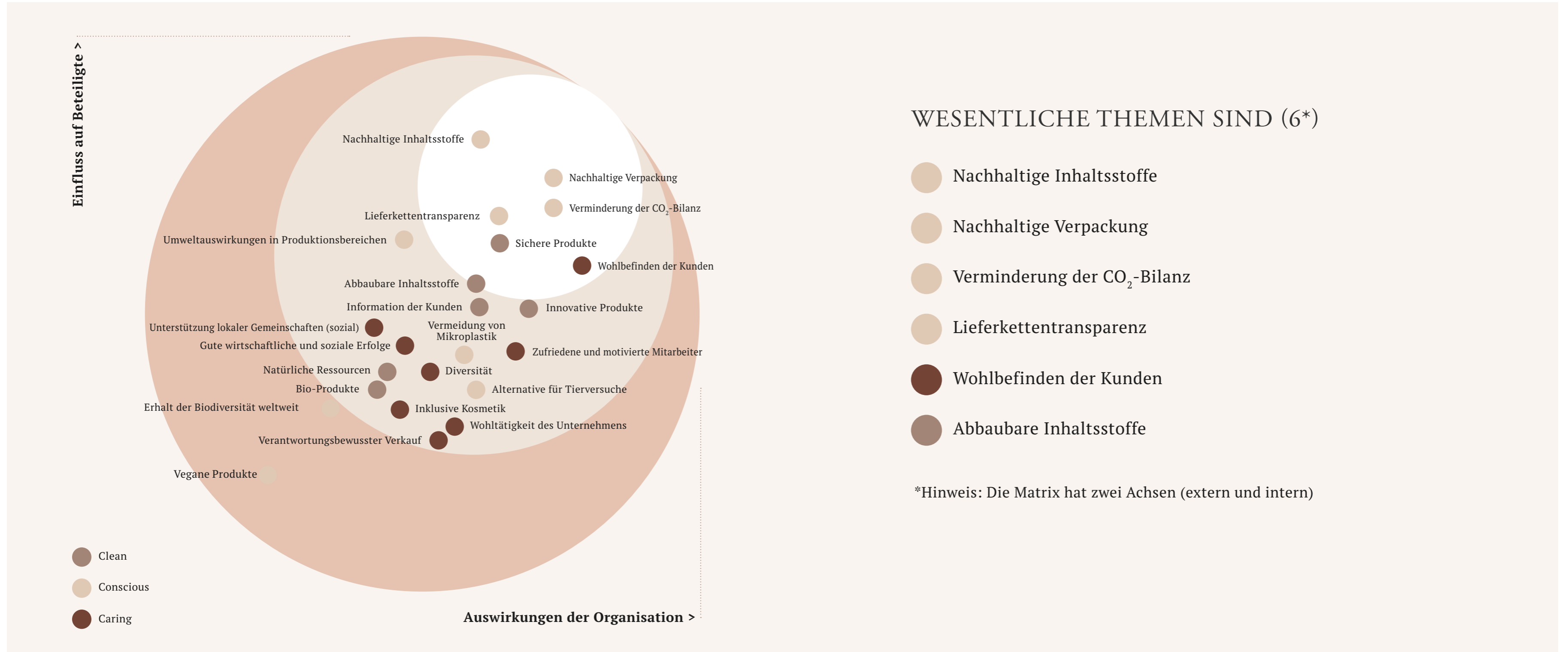
Wir engagieren uns für die Verwendung von Nachfüllverpackungen und von recycelbaren sowie recycelten Materialien.



**Caring:**  
Soziale Initiativen

Wir unterstützen und entwickeln Gemeinschaftsprojekte auf der ganzen Welt, damit allen Menschen ein achtsames, bewusstes Leben ermöglicht werden kann.

# WESENTLICHKEITSMATRIX





# CLEAN

*Produkte von bewährter Qualität, sorgfältig zusammengesetzt aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs.*

2021 begannen wir mit der Verwendung unseres Clean & Conscious Produktbewertungs-Tools zur Bewertung unserer Produkte. Innerhalb dieses Jahres stieg unser Durchschnittsproduktwert von 63 auf 67. Bis 2025 planen wir für alle unsere Produkte einen Wert von 80 oder mehr.

verwendet werden, was bedeutet, dass die Inhaltsstoffe zum Großteil natürlichen Ursprungs sind. Bei jeder Entscheidung, die wir treffen, geht es darum, ein Gleichgewicht zwischen maximaler Produktleistung und minimaler Umweltauswirkung zu finden.

Bei Rituals werden alle Formulierungen sehr sorgfältig zusammengestellt. Alle unsere Produkte können sicher

**Für unsere Säule „Clean“ streben wir drei umfassende Ziele an:**



Bis 2023 werden all unsere Formulierungen zu mindestens 90 % aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs bestehen.



Bis 2022 werden wir zu 100 % RSPO-zertifiziertes Palmöl verwenden.



Bis 2025 werden all unsere Produkte über 80 Punkte beim Clean & Conscious Produktbewertungs-Tool erzielen.

## INHALTSSTOFFE NATÜRLICHEN URSPRUNGS

Wir verwenden so viele Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs wie möglich. Dennoch sind manchmal im Labor hergestellte Alternativen besser für die Produktsicherheit und Anwendbarkeit. Oder sie sind sogar umweltfreundlicher. Wir haben uns das Ziel gesetzt, dass bis 2023 all unsere Formulierungen für Pflegeprodukte\* zu mindestens 90 % aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs bestehen. All unsere Kosmetik- und Pflegeprodukte werden außerdem dermatologisch getestet und sind frei von Tierversuchen.

### Optimierung unserer Formulierungen

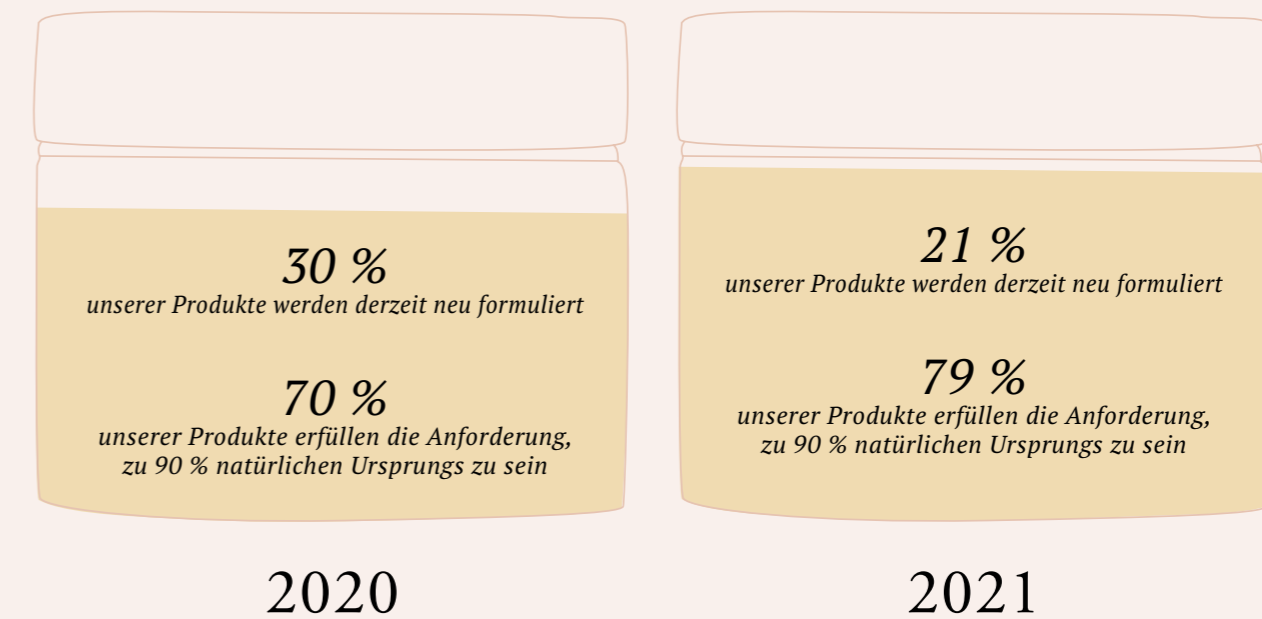
Im Jahr 2021 erhöhte sich der Anteil unserer Produkte, die zu mindestens 90 % aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs bestehen, von 70 % auf 79 %. Die übrigen 21 %

unserer Produkte befinden sich derzeit im Labor, bereit zur Weiterentwicklung, damit wir unser Ziel erreichen. Wir sammeln auch weiterhin Feedback von Kunden zu ausgewählten Produkten, damit wir die Formulierungen anpassen können. Derzeit passiert dies mit unserem Duschschaum, der zu unseren bekanntesten Produkten gehört. Die erste verbesserte Formulierung für unseren Duschschaum brachten wir mit The Ritual of Ayurveda auf den Markt und unsere anderen Kollektionen werden folgen.

In der Tabelle auf der folgenden Seite finden Sie einen Überblick über die Produkte, mit denen wir unser Ziel bereits erreicht haben, und über die Produkte, deren Formulierungen wir derzeit überarbeiten.

Weniger als 1 % der Inhaltsstoffe, die wir in unseren

### Produkte mit Inhaltsstoffen, die zu mindestens 90 % natürlichen Ursprungs sind



#### \*Nicht betroffene Produkte

Aus unterschiedlichen Gründen sind einige wenige unserer Produkte von diesem Ziel ausgenommen. So haben zum Beispiel Düfte, die komplett natürlichen Ursprungs sind, starke Auswirkungen auf die Umwelt, da der Anbau, die Ernte und die Verarbeitung der Ernte Wasser- und CO<sub>2</sub>-intensiv sind. Daher sind unsere Duftprodukte wie Eau de Parfum, Autoparfum und Antitranspirant Spray synthetische Düfte, die derzeit die nachhaltigere Wahl sind. In all unseren Sonnenpflegeprodukten verwenden wir eine Kombination aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs und synthetischen Inhaltsstoffen, um optimale Sicherheit und Produktleistung zu gewährleisten. Wir werden unsere Innovationsbemühungen fortführen, um für die Zukunft nachhaltigere Optionen zu entwickeln.

## Überblick über Produkte mit Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs

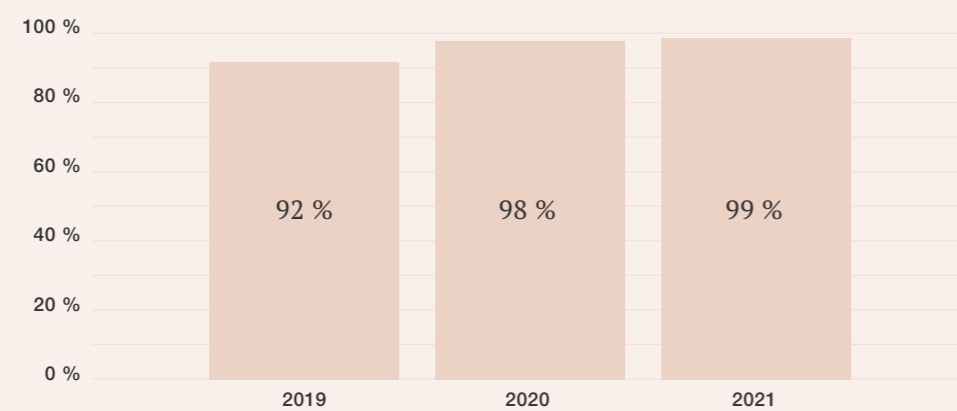
### Mindestens 90 % natürlichen Ursprungs

Körpercreme
Körperöl
Körperpeeling
Klassische Kerzen
Conditioner
Trockenöl
Duftstäbchen
Haar- und Körperspray
Handbalsam
Handcreme
Handgel
Handlotion
Handseife
Raumspray

### Formulierungen, die derzeit verbessert werden

The Ritual of Hammam Body Mud
Geschirrspülmittel
The Ritual of Karma Shimmer Oil
Rasierschaum
Duschöl
Selbstbräuner
Duschschäume

## % RSPO-zertifizierte, palmölbasierte Inhaltsstoffe



## VERANTWORTUNGSVOLLE INHALTSSTOFFE

Produkten verwenden, stammt von Palmöl. Der Anbau des Pflanzenöls Palmöl ist extrem effizient, da für den Anbau eine geringere Fläche benötigt wird als für andere pflanzliche Öle. Trotz dieser Effizienz hat der Anbau von Palmöl signifikante Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft. Dazu gehören unter anderem Abholzung, Zerstörung von Lebensraum und der Verlust von Biodiversität. Allerdings kann Palmöl in der Kosmetikbranche nur schwer ersetzt werden. Aus Palmöl gewonnene Inhaltsstoffe verbessern die Konsistenz von Produkten, helfen der Haut Feuchtigkeit zu speichern, entfernen Schmutz von der Haut und wirken als Schaumbildner. Kokosöl ist eine sehr gute Alternative aufgrund des ähnlichen Fettsäureprofils und der Reinigungsleistung – der Übergang zu diesem Öl jedoch würde zu einer erhöhten Nachfrage für dieses im Anbau weniger effiziente Produkt führen. Das würde zu einer erhöhten Belastung der Ressourcen unserer Erde an anderer Stelle führen.

Uns sind die Probleme und Komplexität bei der verantwortungsbewussten Beschaffung von Palmöl bewusst. Wir unterstützen die Initiativen des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO, „Runder Tisch für nachhaltiges Palmöl“), einer gemeinnützigen Organisation, die Beteiligte aus der Palmölbranche zusammenbringt, um globale Standards zu entwickeln und einzuführen. Daher beauftragen wir unsere Lieferanten, zu einer zu 100 %

zertifizierten, nachhaltigen Palmölquelle zu wechseln (RSPO Massenausgleich).

2021 stammten 99 % der aus Palmöl und Palmkernöl gewonnenen Inhaltsstoffe, die in unseren Produkten verwendet wurden, aus dieser zertifizierten, nachhaltigen Quelle (RSPO Massenausgleich). Das noch verbleibende 1 % bezieht sich hauptsächlich auf sieben Inhaltsstoffe. Wir haben mit unseren Lieferanten einen Leitplan entwickelt, dieses letzte Prozent bis 2022 ebenfalls mit der RSPO-Massenausgleichszertifizierung zu erhalten. Dies war ursprünglich unser Ziel für das Jahr 2021, stattdessen konnten wir in diesem Jahr den Prozentsatz von 98 % auf 99 % erhöhen. Dieses Jahr werden wir die 100 % erreichen.

### Mikroplastik

Vor vielen Jahren entschieden wir uns, keine Mikrokügelchen in unseren Produkten zu verwenden, da wir uns schon damals über die Ansammlung von Mikroplastik in unseren Meeren im Klaren waren. Anstelle von Mikrokügelchen verwenden wir natürliche Alternativen wie Meersalz, Zucker, Bimsstein (Vulkanstein) und Bambus. Auf unserer [Website](#) finden Sie weitere Informationen zu den von uns bei der Auswahl von Inhaltsstoffen getroffenen Entscheidungen.



## CLEAN & CONSCIOUS TOOL

Um unsere Fortschritte in der Entwicklung nachhaltiger Produkte zu identifizieren und nachzuverfolgen, haben wir das Tool Clean & Conscious geschaffen. Mit dem Tool werden Produkte anhand von zehn Umweltindikatoren bewertet, die in vier Säulen unterteilt sind: Reduzierte CO<sub>2</sub>-Bilanz, Kreislaufwirtschaft für Verpackungen, 90 % natürlicher Ursprung und abbaubare Formulierungen. Wir haben dieses Tool in Zusammenarbeit mit unserem Expertenpartner The Global Sustainability Consultant Anthesis entwickelt, und die Methodik wurde von Intertek überprüft, einem Anbieter für Qualitätssicherung für Branchen weltweit.



Mit dem Clean & Conscious Tool werden einzelne Produkte mit 0 bis 100 Punkten bewertet. Der Wert wird anhand des Prozentsatzes in der Mitte dargestellt. Der Gesamtwert wird aus den Werten für die vier Säulen ermittelt. Je größer der farbige Bereich des Kreises ist, desto höher ist der Wert für dieses Thema.

### Produktverbesserungen

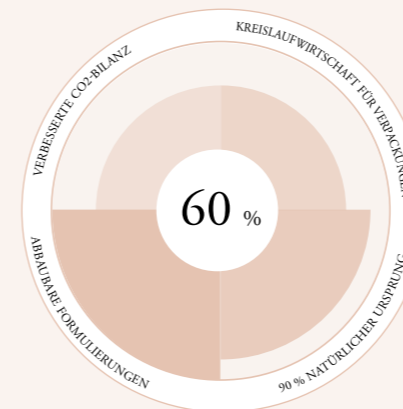
Anhand von Produktbewertungen mit dem Clean & Conscious Tool können wir potenzielle Produktverbesserungen erkennen. Diese Bewertungen ermöglichen es uns auch, mögliche Konflikte zu erkennen: Wie gehen wir vor, wenn sich die Verbesserung eines Indikators negativ auf einen anderen auswirkt? Wir haben derzeit bereits unsere 45 Bestseller-Produkte bewertet, die 80 % unserer Einnahmen ausmachen. 2020 lag unser durchschnittlicher Ausgangswert bei 63, 2021 ist dieser auf 67 gestiegen. Unser Produktportfolio wird kontinuierlich verbessert. Das Ziel ist, den Durchschnittswert bis 2025 auf über 80 anzuheben.

The Ritual of Ayurveda war die erste komplette Kollektion, bei der wir mit unserem Clean & Conscious Tool die Umweltauswirkungen überwacht und bewertet haben. Auf Grundlage dieser Bewertung konnten wir an der Kollektion mehrere Verbesserungsmöglichkeiten erkennen und Verbesserungen vornehmen. Der Durchschnittswert für diese Kollektion allein stieg von 64 auf 68; und diese neuen, verbesserten Formulierungen wurden 2021 auf den Markt gebracht.

### Vorschau

Mit der Verbesserung dieser Kollektion konnten wir testen, wie wir unsere gesamten Kollektionen Jahr für Jahr nachhaltiger machen können. In Zukunft werden wir die Verwendung des Clean & Conscious Tools intensivieren und es als Kompass für Produktverbesserungen nutzen.

## Verbesserung unserer bekannten Produkte

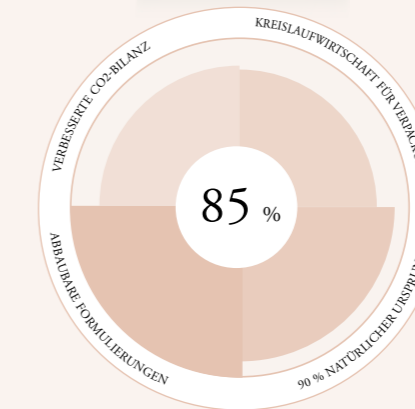


### The Ritual of Ayurveda Body Scrub

Verbesserung des Werts von 53 auf 60 Punkte

#### Produktverbesserungen

- Inhaltsstoffe aus mindestens 90 % natürlichen Ursprungs
- Verbesserte Formulierung für eine reduzierte CO<sub>2</sub>-Bilanz
- Recycelte PET-Verpackung

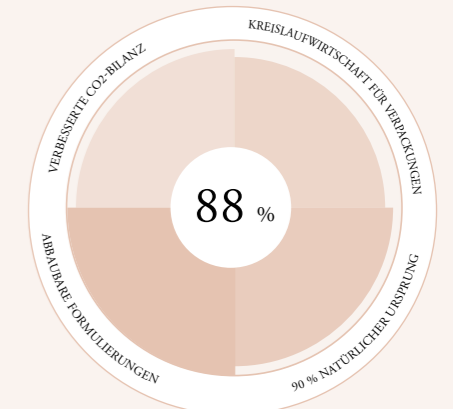


### The Ritual of Jing Parfum d'Intérieur

Verbesserung des Werts von 82 auf 85 Punkte

#### Produktverbesserungen

- Inhaltsstoffe aus mindestens 90 % natürlichen Ursprungs
- Recycelte PET-Verpackung



### The Ritual of Sakura Handseife Nachfüllpackung

Verbesserung des Werts von 86 auf 88 Punkte

#### Produktverbesserungen

- Recycelte PET-Verpackung
- Inhaltsstoffe aus mindestens 90 % natürlichen Ursprungs
- Verbessertes Verhältnis von Gewicht zu Inhalt

# CLEAN & CONSCIOUS TOOL



## Emissionen der Formulierungen

Um die CO<sub>2</sub>-Bilanz der Formulierungen zu verstehen, haben wir eine Lebenszyklusanalyse für all unsere Inhaltsstoffe durchgeführt. Anhand dieser wissenschaftlichen Methodik analysieren wir die Auswirkung jedes einzelnen Inhaltsstoffes während seines gesamten Lebenszyklus – von der lokalen Quelle bis hin zu der Chemikalie, die wir für unsere Produkte verwenden.



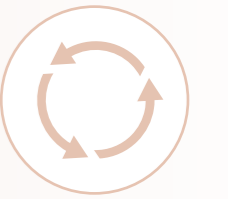
## Emissionen der Verpackungen

Wir verwenden diese Analysemethode auch, um die Auswirkungen unserer Verpackungen während ihres Lebenszyklus zu untersuchen.



## Verhältnis Gewicht/Volumen

Durch eine leichte Verpackung wird die Gesamtauswirkung von Produkten reduziert. Daher verfolgen wir das Verhältnis von Gewicht zu Volumen unserer Produkte nach.



## 3 R

Wir verfolgen nach, ob unsere Produkte die 3 R erfüllen: ob sie nachfüllbar sind (Refillable), ob die Verpackung Recyclbar ist und/oder aus Recycltem Material hergestellt wurde.



## Abbaubarkeit

Anhand des methodischen Ansatzes des Clean & Conscious Tools konzentrieren wir uns auch auf die Abbaubarkeit jedes einzelnen Inhaltsstoffs. Daneben testet eine unabhängige Drittpartei all unsere Produkte, die aus- bzw. abgewaschen werden, auf ihre Abbaubarkeit in Übereinstimmung mit OECD 301 Richtlinien. Die Formulierung sollte leicht abbaubar sein (60 % innerhalb von 28 Tagen), wenn sie ins Abwasser gelangt.



## Wasserverbrauch für die Verpackung

Dies beinhaltet den gesamten Wasserverbrauch bei der Herstellung der Verpackung.



## Wasserverbrauch für die Formulierungen

Dies beinhaltet das gesamte Wasser, das mit der Herstellung der Inhaltsstoffe, dem Wasserverbrauch für den Anbau und dem Wasserverbrauch für chemische Prozesse verbunden ist.

Wir analysieren die Ökotoxizität unserer Inhaltsstoffe und Produkte für das Abwasser. Wir befolgen EU-Verordnungen und Richtlinien, um die Ökotoxizität unserer Produkte zu bewerten. Bei der Auswahl unserer Inhaltsstoffe suchen wir immer nach Möglichkeiten, die Auswirkungen auf das Abwasser zu vermindern.

## Ökotoxizität



REDUCED CO<sub>2</sub> FOOTPRINT  
BIODEGRADABLE FORMULAS

CIRCULAR PACKAGING

90% NATURAL ORIGIN



## Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs

Um den Prozentsatz der Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs zu bestimmen, verwenden wir die Norm ISO 16128. Der Prozentsatz steht für den Anteil an Inhaltsstoffen aus der Natur, die mehr als 50 % ihres natürlichen Zustands nach der Verarbeitung beibehalten, einschließlich des Wassergehalts.



## Beschaffung

Derzeit überprüfen wir die Grundlagen, wie zum Beispiel das Rohmaterial, die Herkunft und Zertifizierungen. Wir werden zukünftig noch umfassendere Metriken für die Beschaffung entwickeln.



# CONSCIOUS

*Das Treffen nachhaltiger Entscheidungen für unsere Verpackungen und unser Geschäft.*

Neben der Entwicklung sicherer und sauberer Formulierungen mit Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs wollen wir auch bewusste Entscheidungen für unsere gesamte Wertschöpfungskette treffen. Die Verminderung der Umweltauswirkungen unseres

Unternehmens gehört zu unseren fortwährenden Prioritäten. Um dies zu erreichen, messen, überwachen und veranlassen wir bei allen Betriebsabläufen verbesserte Verfahren – von der Lieferkette über die Herstellung der Verpackung bis hin zur Logistik.

## Für unsere Säule „Conscious“ haben wir die folgenden drei Hauptziele:



Bis 2025 streben wir an, dass all unsere Produkte entweder nachfüllbar oder recycelbar sind und/oder aus recycelten Materialien bestehen.



Bis 2026 werden wir unseren Energieverbrauch pro m<sup>2</sup> im Vergleich zum Ausgangswert aus dem Jahr 2020 um 10 % reduzieren.



Bis 2025 werden unsere produktbezogenen Lieferanten mindestens eine Silbermedaille bei der EcoVadis-Bewertung aufweisen.

## UNSERE CO<sub>2</sub>-BILANZ

Seit 2019 messen wir unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz. Dies beinhaltet die Emissionen unserer Gebäude, Büros und Stores (Bereiche 1 und 2) sowie die Emissionen unserer Lieferkette im weiteren Sinne (Bereich 3). Um die CO<sub>2</sub>-Bilanz unseres Unternehmens zu ermitteln, verwendeten wir den Greenhouse Gas (GHG) Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard. Das GHG Protocol ist der am häufigsten verwendete und akzeptierte Standard zur Erfassung von Treibhausgasemissionen in der Wertschöpfungskette.

Auf Grundlage des GHG Protocols werden unsere Emissionen wie folgt unterteilt: Bereich 1 – direkte Emissionen; Bereich 2 – indirekte, energiebezogene Emissionen; und Bereich 3 – alle indirekten Emissionen der Wertschöpfungskette des Unternehmens. 2020 konnten wir unsere Basisemissionen berechnen, und 2021 haben wir auch weiterhin unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz nachverfolgt und bemessen, während wir unsere Emissionen des Bereichs 3 detaillierter erfassten.

Quantis, ein externes Beratungsunternehmen für Nachhaltigkeit, verifizierte unsere Treibhausgasemissionen, indem es unsere Ergebnisse, Annahmen und Emissionsfaktoren für 2021 prüfte.

Unser CO<sub>2</sub>-Ausstoß lag im Jahr 2021 bei 164.184 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äq.

- **Bereich 1: 1.611 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äq.** Kühlmittelverluste und zum Heizen verwendetes Gas.
- **Bereich 2\*: 449 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äq.** Elektrizität und Heizung für unsere Büros und Stores.
- **Bereich 3: 162.124 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äq.** Inhaltsstoffe, Produktverpackung, erworbene Waren und Dienstleistungen, Produktherstellung, Transport und Vertrieb, Arbeitswege von Mitarbeitern, betriebliche Abfälle, Ende des Lebenszyklus von Produkten, Konzessionen usw.

Unser Gesamt-CO<sub>2</sub>-Ausstoß ist 2021 im Vergleich zu 2020 angestiegen. Das liegt hauptsächlich an folgenden Faktoren:

- Unser Unternehmen ist 2021 im Vergleich zu 2020 erheblich gewachsen. Wir sind gerade dabei, uns im Einklang mit wissenschaftlichen Erkenntnissen Ziele für die CO<sub>2</sub>-Reduzierung zu setzen, die gleichzeitig unser angestrebtes Produktionswachstum ermöglichen. Im Jahr 2022 werden wir einen Leitplan zur Dekarbonisierung auf Grundlage dieser Ziele entwickeln.
- 2020 war ein ungewöhnliches Jahr aufgrund der COVID-19-Pandemie, die unsere Geschäftstätigkeit beeinträchtigt hat.



Wir sind stolz, dass wir für unsere eigenen Betriebsabläufe (Bereiche 1 und 2) 2020 Klimaneutralität erreicht haben, die wir auch 2021 beibehalten konnten.

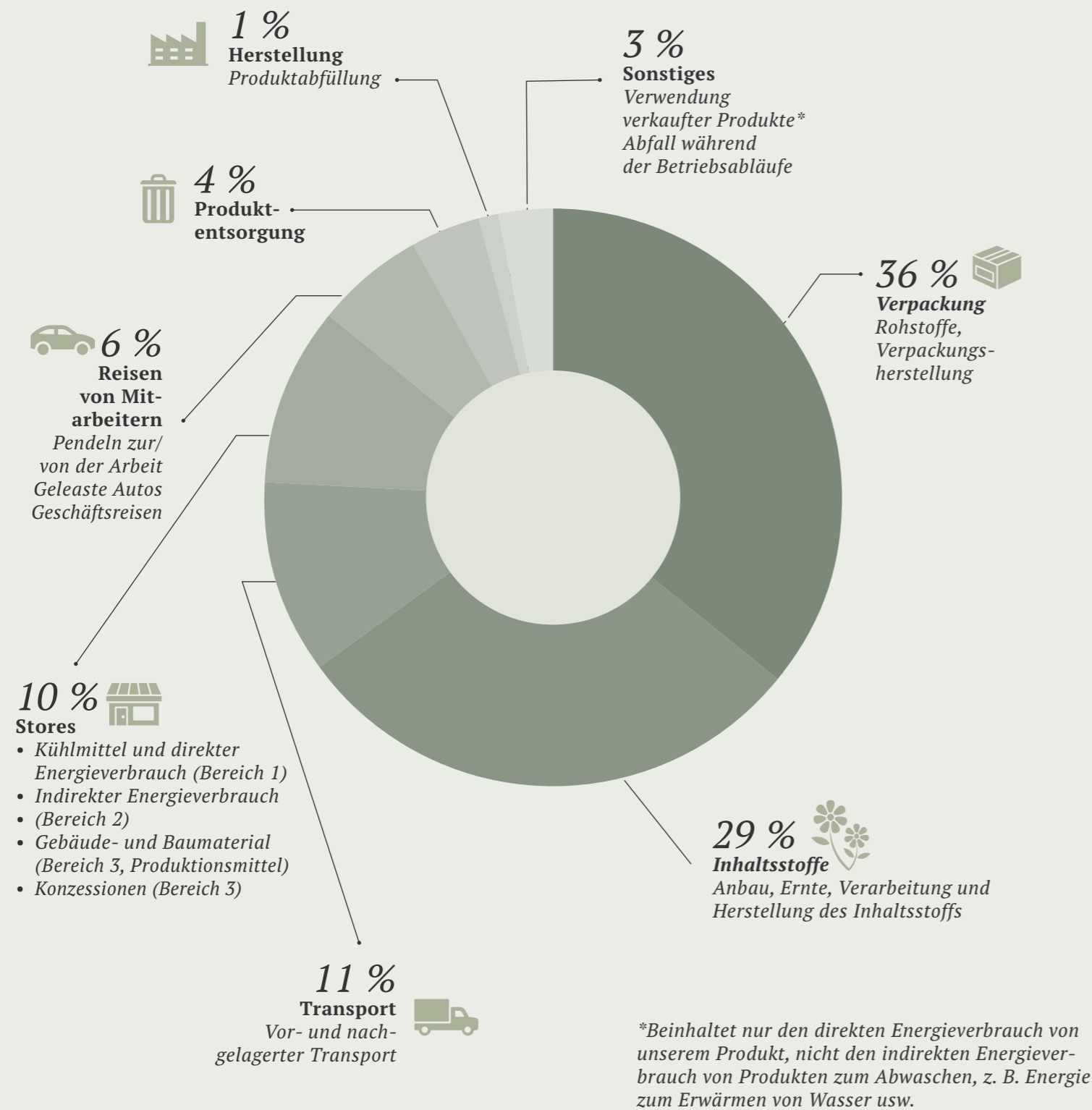
- In unserem Bericht zu den Emissionen im Jahr 2020 wurden aufgrund fehlender Daten und unzureichender Datenqualität nur 80 % unseres Umsatzvolumens berücksichtigt. Für das Jahr 2021 jedoch haben 100 % unseres Umsatzvolumens in die Berechnungen der Treibhausgasemissionen einbezogen.

Wir haben dies durch die Umstellung auf Verträge für erneuerbare Energien erreicht, Herkunftsgarantien erlangt und die verbleibenden Emissionen kompensiert. Wir stellen sicher, dass wir in jedem neuen Land, in dem wir arbeiten, umweltfreundliche Energieverträge abschließen. Wenn das nicht möglich ist, sichern wir Herkunftsgarantien um nachzuweisen, dass unser Strom aus erneuerbaren Quellen stammt.

In Zusammenarbeit mit ClimatePartner tragen wir zu Windenergieprojekten in Indien zur CO<sub>2</sub>-Kompensierung bei. Dies ist ein Verified Carbon Standard (VCS)-Projekt, mit dem die Lebensgrundlagen verbessert und das Ökosystem geschützt werden sollen. Weitere Informationen zu dieser Initiative finden Sie [hier](#).

\*Auf Grundlage der marktbasierter Methode

### Aufstellung unserer Emissionen



Wie die Abbildung auf der nächsten Seite zeigt, liegt der größte Anteil an Emissionen im Bereich 3. Der größte Beitrag zu unserer Bilanz im Bereich 3 liegt bei den Inhaltsstoffen (47.452 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äq.), bei der Primärverpackung (59.890 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äq.), gefolgt vom Transport (18.934 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äq.).

Wir haben uns das Ziel gesetzt, unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz in allen Bereichen zu reduzieren. Im Laufe des Jahres 2021 begannen wir mit einer Neudefinition und Erweiterung unserer aktuellen Ziele zur CO<sub>2</sub>-Reduzierung, um die erforderlichen Werte des Pariser Klimaabkommens zu erzielen. Wir verpflichten uns, die CO<sub>2</sub>-Bilanz unserer Formulierungen bis 2025 um mindestens 20 % zu reduzieren. Auf Grundlage dieses Ziels nahmen wir uns für 2021 für alle Formulierungen vor, dass diese zu mindestens 90 % aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs bestehen, und begannen mit der entsprechenden Formulierungsumstellung unserer Produkte. 2021 begannen wir mit der Bewertung unserer ersten Kollektion, The Ritual of Ayurveda, sowie unseres gesamten Sortiments an Körperpeelings. Darüber hinaus haben wir 2021 Inhaltsstoffe mit großen Auswirkungen (wie einige Silikone) durch Alternativen mit weniger starken Auswirkungen ohne Qualitätsverlust ersetzt.

In Übereinstimmung mit dem Pariser Klimaabkommen legen wir derzeit wissenschaftlich basierte Ziele zur CO<sub>2</sub>-Reduzierung für Verpackung, Transport und Stores sowie weitere Emissionen in unserer Wertschöpfungskette fest. Wir sind sicher, dass wir an dieser Stelle erhebliche Einsparungen erreichen können.

Um unsere Treibhausgasemissionen besser ermitteln zu können, streben wir kontinuierlich danach, die Datenqualität für alle Bereiche zu verbessern, besonders für Bereich 3, da in diesem Bereich die meisten Emissionen erzeugt werden. Dies ist besonders relevant für bestimmte Kategorien innerhalb dieses Bereiches, unter anderem für Verpackung, Produktionsmittel und Abfall. Bei den Bereichen 1 und 2 liegt der Fokus hauptsächlich auf unseren Kältemitteln und Heizquellen. Derzeit bestimmen wir unsere Treibhausgasemissionen so gut es geht mit den verfügbaren Daten. Uns ist jedoch klar, dass wir detaillierte Daten brauchen. Darum arbeiten wir kontinuierlich an der Verbesserung unserer Datenerfassungssysteme und der Datenqualität.

## Stores und Büros

Wir möchten verantwortungsbewusste Entscheidungen in unserer gesamten, schnell wachsenden Organisation treffen, auch in unseren Stores und Büros. 2021 machten die Energie, die in unseren Stores und Offices (Bereich 2) verbraucht wurde, zusammen mit den Kühlmitteln, die für die HLK-Systeme in den Stores verwendet wurden, ca. 1 % unserer gesamten CO<sub>2</sub>-Bilanz aus. Zwar ist dies nicht der Bereich mit der größten CO<sub>2</sub>-Emission, es ist allerdings ein Bereich, auf den wir direkt Einfluss nehmen können, um Verbesserungen einzuführen. Wir stellen sicher, dass unsere Stores mit LED-Lampen und umweltfreundlichen Klimaanlage ausgestattet sind. Und wir schulen unsere Store Mitarbeiter hinsichtlich der Einführung nachhaltiger Verhaltensweisen. Gemeinsam mit unseren Partnern werden wir auch weiterhin den Energieverbrauch unserer Stores (Bereiche 1 und 2) optimieren und reduzieren. Unser Ziel ist eine Reduzierung des Energieverbrauchs pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche um 10 % bis 2026. Wir haben bereits die Auswirkungen mehrerer Vorab-Interventionen untersucht und sind derzeit dabei, Möglichkeiten zu finden, wie wir den Energieverbrauch in unseren Stores noch weiter senken können. Diese Arbeit wird voraussichtlich 2022 abgeschlossen sein.

Unsere gesamten eigenen Rituals Stores und Büros werden mit umweltfreundlichem Strom versorgt, was wir hauptsächlich mit dem Wechsel zu Verträgen für erneuerbare Energien erreicht haben. Wenn dies aufgrund von Vertragslaufzeiten nicht möglich war, haben wir Herkunftsgarantien bekommen, mit

denen nachgewiesen wird, dass unsere Energie aus erneuerbaren Quellen stammt. Da der Großteil unseres Energieverbrauchs in Europa stattfindet, haben wir hauptsächlich Herkunftsgarantien erlangt, mit denen nachgewiesen wird, dass der Strom aus europäischer Windkraft stammt.

2021 begannen wir, Möglichkeiten zu untersuchen, unsere neuen Stores mit weniger Auswirkungen zu bauen (um unsere Emissionen im Bereich 3 zu reduzieren). Derzeit erstellen wir eine Hotspot-Analyse der Umweltauswirkungen für den Bau und die Einrichtung neuer Stores. In diesem Zuge werden wir eindeutige Richtlinien zur umweltgerechten Gestaltung für die Zukunft festlegen.

## Lagerung und Vertrieb

Bei Rituals arbeiten wir bei der Herstellung und dem Vertrieb unserer Produkte vornehmlich mit spezialisierten Partnern aus Europa zusammen. Da ca. 95 % unserer Produkte in Europa hergestellt werden (in der Nähe unserer Hauptmärkte), werden die Umweltauswirkungen minimiert, da weniger (Luft-)Transport erforderlich ist. Darüber hinaus ermutigen wir unsere Lieferanten und Vertriebspartner, Möglichkeiten zu finden, ihre Umweltauswirkungen zu reduzieren.

Der Transport unserer Produkte zu unseren Stores, zu den Kunden und zu unseren Wholesale-Partnern trägt derzeit ca. 11 % zu unserer CO<sub>2</sub>-Bilanz bei. Unser Ziel ist, unsere relative Transport-Bilanz (CO<sub>2</sub>-Äq./€ Bruttoumsatzvolumen) bis 2025 um 10 % zu senken im Vergleich zum Ausgangswert von 2020.

Seit 2020 arbeiten wir daran, die Auswirkungen unserer Lieferkettenaktivitäten zu reduzieren.

2021 begannen wir damit, Geschenksetprodukte direkt zum Verpacker zu senden, statt sie über unser eigenes Lager zu versenden – dadurch konnten wir die Anzahl an Kilometern, die diese Produkte transportiert werden, wesentlich verringern. Während 2021 haben wir auch begonnen, weitere mögliche Bereiche zu erkunden, in denen wir die Lieferfrequenz zum Wiederaufstocken unserer Stores verringern können. Wir sprechen häufiger mit unseren Logistikpartnern über mögliche, nachhaltige Lösungen und arbeiten kontinuierlich an der Verbesserung der Effizienz unserer Lieferkette.

## Geschäftsreisen

Als Team treffen wir bewusste Entscheidungen, wenn es um Reisen geht. Wir versuchen, unnötige Geschäftsreisen zu vermeiden, allerdings sind sie manchmal unumgänglich für

den Aufbau unserer Markenkultur, die Erkundung neuer Märkte und die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. Daher kompensieren wir jedes Jahr die Emissionen, die durch unsere Flugreisen ausgestoßen werden, mit einem Verified Carbon Standard (VCS). Da 2021 noch viele Reisebeschränkungen bestanden, machen Reisen nur einen kleinen Teil unserer CO<sub>2</sub>-Bilanz in diesem Jahr aus: 455 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äq., das ist weniger als 1 % unserer gesamten CO<sub>2</sub>-Bilanz für 2021. Und auch jetzt, da die Reisebeschränkungen aufgrund von COVID-19 aufgehoben werden, verringern wir weiterhin Geschäftsreisen in unserem Unternehmen. Wir haben in all unseren Büros optimierte Videokonferenzanordnungen. Außerdem müssen die Kollegen nun immer genau nachprüfen, ob ein Flug wirklich erforderlich ist. Darüber hinaus legt unsere Richtlinie für Geschäftsreisen den Mitarbeitern nah, kurze Strecken lieber mit dem Zug statt dem Flugzeug zurückzulegen.



## VERPACKUNG

Bis 2025 wollen wir unser Ziel der Zero-Waste-Verpackung erreichen: wir entwerfen all unsere Verpackungen so, dass sie nachfüllbar, recycelbar oder aus recycelten Materialien hergestellt sind. Mit jedem von uns entwickelten Produkt arbeiten wir daran, eine Verpackung zu schaffen, die ihren Zweck in Bezug auf Funktionalität, Verwendung von Ressourcen, Abfallreduzierung und Auswirkungen auf die Umwelt optimal erfüllt.

### Unsere Zero-Waste-Reise

- Kontinuierliche Verbesserung unserer Verpackungen auf Grundlage wissenschaftsbasierter Methoden.
- Bis 2025 sollen all unsere Verpackungen entweder nachfüllbar, recycelbar oder aus recycelten Materialien hergestellt sein. Dadurch soll unnötige Verpackung möglichst vermieden werden.
- Wir motivieren unsere Kunden, Nachfüllpackungen zu kaufen und diese nach der Nutzung zu recyceln.

### Auswirkungen der Verpackung

Mit dem von uns entwickelten Clean & Conscious Tool zur Bewertung unserer Produkte bewerten wir sowohl die Formulierungen als auch die Verpackung. Es hat sich herausgestellt, dass die CO<sub>2</sub>-Auswirkungen der Produktverpackung oft ebenso bedeutend ist wie die Auswirkungen des Produkts selbst. Daher werden alle unsere Verpackungen von The LCA Centre, einem unabhängigen Forschungsinstitut, nach der Methode der forensischen Lebenszyklusanalyse (LCA = Life-Cycle Assessment)

bewertet. Dies hilft uns zu verstehen, wie sich unsere derzeitigen und künftigen Verpackungslösungen und mögliche Alternativen auf die Umwelt auswirken und so rationale Entscheidungen über die verwendeten Materialien zu treffen. Um die Auswirkungen unserer Verpackungen zu reduzieren, befolgen wir das Prinzip der 3 R: Refill, Reduce, Recycle (nachfüllen, reduzieren, recyceln).

### Refill (Nachfüllen) – Produkte, die so entwickelt wurden, dass sie immer wieder verwendet werden können

Als Marke möchten wir auf der einen Seite unsere Kunden verwöhnen und ihnen helfen, sich um ihr Wohlbefinden zu kümmern, während wir auf der anderen Seite verantwortungsbewusst handeln möchten. Unsere Nachfülloptionen erfüllen beide Zwecke: Durch sie können unsere Kunden mit unseren wunderschönen, luxuriösen Tiegeln ihre Badezimmer verschönern und gleichzeitig etwas Gutes für den Planeten tun.

Wir bieten inzwischen Nachfülloptionen für unsere Körpercremes, Handseifen, Duftstäbchen, Hautpflegeprodukte, Rasiercreme und Autoparfums an.

2021 hatten unsere Nachfüllprodukte und die entsprechenden Nachfüllpackungen einen Anteil von 21 % an unserem Umsatz. Der Gesamtverkauf von Nachfüllpackungen ist im Vergleich zu 2020 um 16 % gewachsen, und diesen Trend fördern wir aktiv.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, unser Nachfüllsortiment zu erweitern und zu bewerten, welche weiteren Produkte als Nachfüllprodukte angeboten werden können.

### Mit der umweltbewussten Nachfüllkollektion von Rituals eingesparte Ressourcen\*



**Körpercreme**  
CO<sub>2</sub> | 66 %  
Energie | 56 %  
Wasser | 26 %



**Duftstäbchen**  
CO<sub>2</sub> | 23 %  
Energie | 34 %  
Wasser | 56 %



**Hautpflege**  
CO<sub>2</sub> | 74 %  
Energie | 69 %  
Wasser | 75 %



**Handseife**  
CO<sub>2</sub> | 78 %  
Energie | 77 %  
Wasser | 71 %



**Autoparfum**  
CO<sub>2</sub> | 48 %  
Energie | 50 %  
Wasser | 44 %



**Rasiercreme**  
CO<sub>2</sub> | 62 %  
Energie | 60 %  
Wasser | 36 %



**Pflegeprodukte für Herren**  
CO<sub>2</sub> | 54 %  
Energie | 52 %  
Wasser | 39 %

\*Diese Einsparungen beruhen auf der Verwendung von fünf Nachfüllpackungen im Vergleich zum Kauf von fünf nicht nachfüllbaren Produkten. Für das Autoparfum basiert dies auf einer Nachfüllpackung. Diese extern verifizierte Studie wurde vom LCA Centre durchgeführt.

Dank unserer Kunden, die das Nachfüllkonzept sehr gut annehmen, verwenden wir weniger Ressourcen unseres Planeten. 2021 erzielten wir die folgenden Einsparungen:



14,4

Millionen Liter Wasser  
(5,8 olympische Schwimmbecken)



1,4

Kilotonnen CO<sub>2</sub>  
(1.597 Hin- und Rückflüge zwischen Amsterdam und NYC)



492.028

kg Abfall  
(619 Formel-1-Rennwagen)



24.618.824

MJ-Äq. Energie  
(Energieverbrauch von 2.280 Haushalten)

### 1 Nachfüllpackung = 1 Baum

Wir haben bei Rituals vom 21. April bis zum 25. April die Earth Week unterstützt.

Während dieser Woche und am Green Friday baten wir unsere Kunden darum, bei der Nachfüllbewegung mitzumachen. Zum Schutz unserer Welt hat Rituals sich verpflichtet, für jede verkaufte Nachfüllpackung einen Baum zu pflanzen, zu schützen oder zu erhalten. Allein 2021 haben wir im Rahmen unserer Nachfüllinitiative mit dem The Canopy Project von EARTHDAY ORG 413.196 Bäume gepflanzt.

### Warum Bäume?

Es ist ganz einfach – ohne Bäume kann unsere Erde nicht überleben. Sie reinigen die Luft, die wir atmen, spenden lebenswichtigen Schatten und verhindern Bodenerosion – es gibt viele Gründe, aus denen Bäume für unsere Existenz wesentlich sind. In der aktuellen Erderwärmung tragen Treibhausgase dazu bei, dass sich das Klima rasend schnell verändert. Bäume absorbieren verunreinigte Luft aus der Atmosphäre, um sich selbst zu versorgen.

Auf diese Weise kann jeder Baum helfen, die Erwärmung des Planeten zu verlangsamen und die Auswirkungen des Klimawandels zu reduzieren. Wir bei Rituals wissen, wie wichtig Bäume für die Zukunft unseres Planeten sind. Mit unserer Nachfüllinitiative tragen wir unseren Teil dazu bei, eine nachhaltigere Zukunft zu gestalten.

Zusammen mit unseren Partnern haben wir das Ziel, bis Ende 2022 5 Millionen Bäume weltweit zu pflanzen, zu schützen oder zu erhalten. Wir werden in unserem Nachhaltigkeitsbericht für das Jahr 2022 über die Fortschritte unseres Baumpflanzprojektes berichten.

### Recycle (Recyclen) – Materialien im Kreislauf halten

2021 haben wir auf die Verwendung von recyceltem Kunststoff (95 % recyceltes PET) für die Behälter unseres Parfum d'Intérieur, der Körperpeelings, Körpercremes, Badeschäume, Badekristalle, des Milchbads, der Duschöle, Handgele und des Reinigungsschaums umgestellt. Dadurch konnten wir auf 397.598 kg neu hergestellte Kunststoffe verzichten.

Der aktuelle Prozentsatz recycelter Materialien in unserem PET-Portfolio liegt damit bei 68 %. Unser Ziel ist, diesen Prozentsatz bis 2025 auf 100 % zu erhöhen. Auf dieser Reise steht als Nächstes der Beginn der Verwendung von recyceltem PET für unsere Handseife und den Handbalsam für die Küche auf dem Plan. Darüber hinaus suchen wir nach einer recycelten Alternative für Produkte der Kollektionen The Ritual of Sakura, Amsterdam Collection und The Ritual of Namaste mit ihren einzigartigen weißen Verpackungen.



**Reduzieren – weniger Materialien, weniger Abfall, besser für die Erde.**

Unsere Nachfüllkonzepte sind nicht unsere einzige Bemühung, unsere Materialverwendung zu reduzieren. Wir haben darüber hinaus die Materialmenge in unseren bestehenden Verpackungen so weit wie möglich reduziert. Beispielsweise haben wir die Verpackung für unseren bekannten Duschschaum überarbeitet und die Verwendung von Aluminium um 10 % verringert, wodurch die Verpackung leichter wurde.

Über die Jahre haben wir aufgehört, Kartonboxen für viele unserer Produkte zu verwenden. Außerdem haben wir 2021 eine leichtere Box für die Kerzen unserer Private Collection eingeführt. Diese Beispiele zeigen, dass wir sowohl an sichtbaren als auch an unsichtbaren Verpackungsreduzierungen arbeiten. Wir werden auch weiterhin nach Möglichkeiten suchen, Verpackungen in unserem gesamten Sortiment weiter zu reduzieren.



The advertisement features a central image of a lush green tree in a white pot, which is placed inside a white cylindrical container. Below the pot is a jar of 'THE RITUAL OF JING' soothing body cream. The background is a solid light green. At the top center is the 'EARTH WEEK' logo, which consists of a globe with the words 'EARTH' and 'WEEK' around it. To the left of the tree is a dark green circle with the text 'Für mehr Nachhaltigkeit'. To the right of the tree is a white bracket with the text 'Nachfüllpackung'. At the bottom, there is a line of text: 'Für jede verkaufte Nachfüllpackung wird ein Baum gepflanzt\*\*'. Below this is the Earth Day logo and the text 'EARTHDAY.ORG'. At the very bottom, there is a small disclaimer: '\*Solange der Vorrat reicht. Gilt nur für ausgewählte Produkte. Gilt nicht in Kombination mit anderen Angeboten.'

**EARTH WEEK**

Für mehr Nachhaltigkeit

Nachfüllpackung

THE RITUAL OF JING  
静  
RELAX  
soothing body cream  
sacred lotus & yuzu

Für jede verkaufte Nachfüllpackung wird ein Baum gepflanzt\*\*

\*\*In Zusammenarbeit mit dem offiziellen Canopy Project von EarthDay.org.

EARTHDAY.ORG

\*Solange der Vorrat reicht. Gilt nur für ausgewählte Produkte. Gilt nicht in Kombination mit anderen Angeboten.



# ecovadis

## Prüfungsthemen



Umwelt



Arbeitsrecht und Menschenrechte

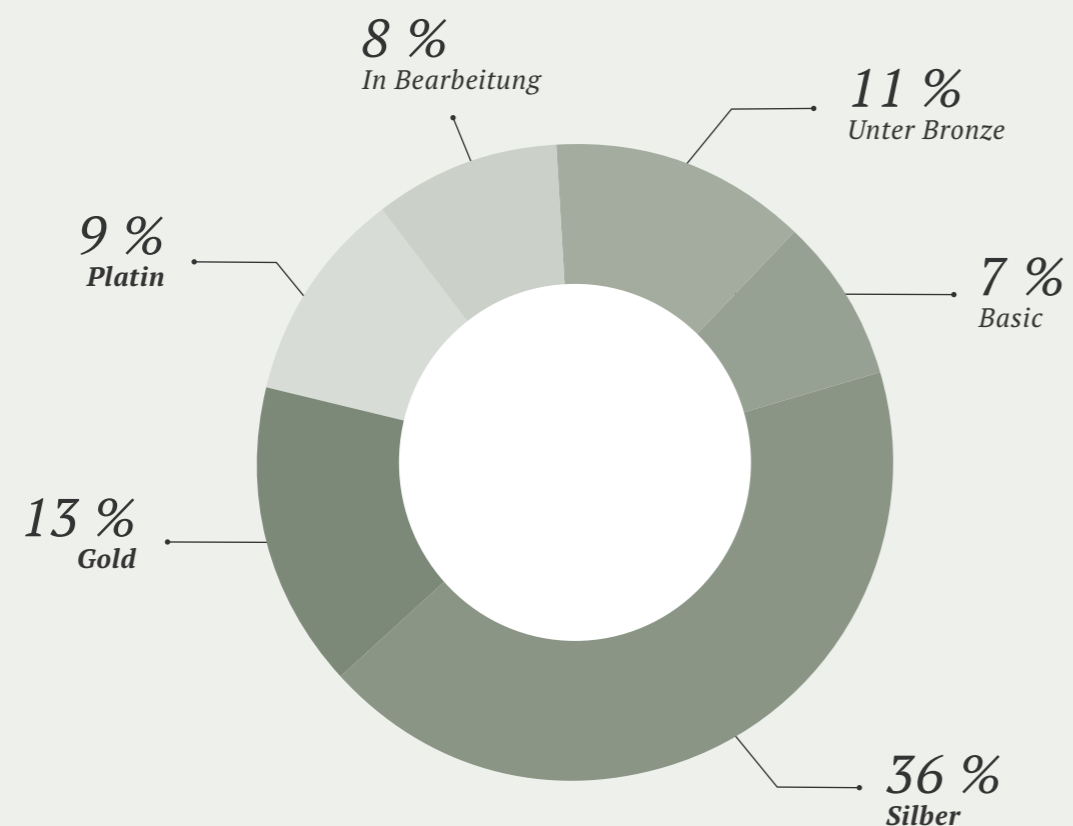


Ethik



Nachhaltige Beschaffung

## Aufstellung der Lieferantenbewertung



### Bewertung von Lieferanten: EcoVadis

Neben der gemeinsamen Arbeit an der Entwicklung nachhaltiger Produkte arbeiten wir auch eng mit unseren Lieferanten für Kosmetik- und Home-Produkte zusammen, um die Nachhaltigkeit unserer Produkte von der Herstellung bis zum Vertrieb zu verbessern.

Rituals nutzt EcoVadis als Plattform zur Bewertung von Lieferanten, um die Vorgehensweisen wichtiger Lieferanten in den Bereichen Nachhaltigkeit und soziale Unternehmensverantwortung zu analysieren und um eine fortwährende Beziehung zu Lieferanten zu ermutigen, die auf kontinuierlichen Verbesserungen beruht. EcoVadis Assessment gehört zu den renommiertesten Bewertungs-Tools. Die Bewertung beinhaltet eine umfassende Untersuchung der Vorgehensweisen des Lieferanten im Hinblick auf Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung.

Alle Lieferanten von Rituals mit Ausgaben von über 500.000€ müssen EcoVadis Assessment innerhalb von drei Monaten ausfüllen. 98 % unserer direkten Lieferanten für die Produktherstellung nehmen daran teil. Dies sind die Lieferanten, die an der Abfüllung und Herstellung unserer Verpackungen beteiligt sind.

Die evidenzbasierten Bewertungen von EcoVadis liefern ein Ergebnis von 0 bis 100 Punkten. Im Durchschnitt erzielen

unsere wichtigsten Lieferanten 55 Punkte. Wie Sie dem Diagramm auf der linken Seite entnehmen können, erzielen über 20 % den Status Platin oder Gold, 36 % erzielen Silber, 27 % Bronze und 7 % liegen unterhalb von Bronze.

Wir erwarten von all unseren teilnehmenden Lieferanten, mindestens 45 Punkte zu erzielen (Bronze-Status). Wenn ein Lieferant einen Wert von unter 45 Punkten erzielt, stuften wir diesen Lieferanten als gefährdet ein und verlangen erhebliche Verbesserungen innerhalb von sechs Monaten. Bis 2021 gab es nur vier Lieferanten, die bei ihrer ersten Bewertung mit EcoVadis unter unserem Grenzwert lagen. Derzeit nehmen sie die erforderlichen Verbesserungen vor.

### Unsere zukünftigen Ziele

In der Zukunft erwarten wir von allen teilnehmenden Lieferanten, dass sie bei ihrer EcoVadis Bewertung mindestens den Status Silber erzielen. Von unseren höchstrangigen Lieferanten erwarten wir, dass sie bis 2025 den Status Gold erzielen. Neben der Zusammenarbeit bei der Verbesserung des EcoVadis-Werts unserer Lieferanten möchten wir außerdem ein verlässliches Lieferanten-Datenportal für alle mit Nachhaltigkeit verbundenen Daten und ein entsprechendes Verfahren einrichten, mit dem alle relevanten Lieferanten regelmäßig entsprechende Daten bereitstellen. Im weiteren Verlauf möchten wir den Anteil an Lieferanten vergrößern, die teilnehmen und durch EcoVadis bewertet werden. 2022 werden 100 % unserer direkten Lieferanten an EcoVadis teilnehmen.

Zusätzlich werden wir mehr indirekte Lieferanten und Dienstleister in unser EcoVadis-Netzwerk einbeziehen, zum Beispiel die Lieferanten unserer Format- und Designabteilung. Mit EcoVadis werden zudem regelmäßig die Kriterien für den Erhalt von Punkten für den entsprechenden Status angehoben, um also den Silberstatus beizubehalten und Goldstatus zu erhalten, müssen die Lieferanten sich kontinuierlich verbessern.

#### Erfassen von Umweltdaten

Zusätzlich zu EcoVadis erfassen wir Umweltdaten von den Lieferanten, die unsere Produkte herstellen.

Zur Erfassung der Daten bitten wir:

- Wichtige Lieferanten, Daten zu Energie, Wasser, Abwasser, Abfall und Sondermüll bereitzustellen, damit wir die Umweltauswirkungen bemessen können.
- Lieferanten chemischer Substanzen, Umweltdaten über unsere Clean & Conscious Tool bereitzustellen.
- Verpackungslieferanten, Daten und Informationen zu Herstellungsverfahren bereitzustellen, damit wir Lebenszyklusanalysen durchführen können.
- Die Daten bilden die Grundlage für eine weitere Verbesserung und Zusammenarbeit. Die Datenqualität wird innerhalb von Rituals bewertet und mit jedem Lieferanten besprochen, um zukünftige Qualitätsverbesserungen sicherzustellen.

#### Vorschau

Wir sind stolz darauf, dass wir 2021 weiterhin wichtige Verbesserungen hinsichtlich der Auswirkungen unseres gesamten Herstellungsprozesses erreicht haben. Wir möchten sicherstellen, dass bis 2025 alle unsere Verpackungen entweder nachfüllbar, recycelbar und/oder aus recyceltem Material hergestellt sind.

Unser übergeordnetes Ziel für die Zukunft ist Klimaneutralität. 2021 begannen wir mit dem Erkunden eines Pfades, der uns zu wissenschaftsbasierten Zielen hinsichtlich Klimaneutralität führt. Dies sind die Ziele, die die globale Erwärmung unter 2° C halten und Bemühungen verfolgen, sie auf 1,5° C zu beschränken. Wir arbeiten noch daran, Ziele zur CO<sub>2</sub>-Reduzierung in unserer gesamten Wertschöpfungskette innerhalb des Klimaneutralitätsrahmens zu erkennen und festzulegen, und wir planen, bis 2022 definierte Ziele zu haben.

Schließlich werden wir auch weiterhin mit verantwortungsvoller Beschaffung arbeiten. Wir möchten, dass bis 2025 all unsere teilnehmenden Lieferanten mindestens den Silberstatus bei ihrer EcoVadis Bewertung erhalten. Für unsere hochrangigen Lieferanten streben wir den Goldstatus an.





# CARING

*Programme fördern und entwickeln, die zu einer verantwortungsbewussten Gesellschaft beitragen.*

Unser Ziel als Unternehmen ist die Bereitstellung von Produkten für Body & Home für unsere Kunden, damit diese alltägliche Routinen in bedeutungsvolle Momente verwandeln können. Während wir dieses Ziel verfolgen, liegt unser Augenmerk nicht nur auf unseren Kunden.

Wir dürfen nicht den Blick auf die Gemeinschaften verlieren, die außerhalb unserer Kundenreichweite liegen. Deshalb unterstützen wir Projekte, die uns am Herzen liegen und der DNA unseres Unternehmens entsprechen.

## Für unsere Säule „Caring“ streben wir drei umfassende Ziele an:



Den Menschen mit The Art of Soulful Living helfen, Körper, Geist und Seele in Einklang zu bringen.



Als stolzer Unterstützer von Tiny Miracles bietet Rituals lebensverändernde Chancen für ausgeschlossene Gemeinschaften in Mumbai, Indien. Damit ermöglichen wir den Menschen, aus dem Armutskreislauf auszubrechen und ein unabhängiges, selbstbestimmtes Leben zu führen.



Wir möchten eine Welt kreieren, in der die Kinder auf die Zukunft vorbereitet und widerstandsfähiger sind. Wir möchten die Voraussagen der World Health Organisation abwenden, nach denen stressbezogene, mentale Gesundheitsprobleme bis 2030 die weltweite Krankheitslast dominieren werden.

## WOHLBEFINDEN FÜR DIE MENSCHEN UND DEN PLANETEN

---

### **The Art of Soulful Living**

Rituals möchte Leben bereichern, Momente zum Abschalten an hektischen Tagen kreieren und das Wohlbefinden verbessern. Wir möchten die Menschen ermutigen zu entdecken, was sie für ein glückliches Leben wirklich benötigen – ohne sich dabei von den Erwartungen anderer leiten zu lassen. Aus diesem Grund haben wir eine ganz neue Markenphilosophie entwickelt: The Art of Soulful Living. Um den Menschen zu helfen, Körper, Geist und Seele in Einklang zu bringen, haben wir einen Kompass mit 13 unterschiedlichen, lebensbejahenden Themen entwickelt, der eine Anleitung für die Reise zur Selbstentdeckung bereithält. Mit einfachen und leicht zugänglichen Routinen und Gewohnheiten hoffen wir, Menschen helfen zu können, mehr Aufmerksamkeit auf sich Selbst zu richten und ein erfüllteres, achtsameres Leben zu führen. Weitere Informationen zu The Art of Soulful Living finden Sie [hier](#).

### **Tiny Miracles**

Seit 2011 ist Rituals stolzer Unterstützer von Tiny Miracles. Als wegbereitende Stiftung und B Corp-zertifiziertes Unternehmen hat Tiny Miracles eine Möglichkeit gefunden, Menschen zu helfen, die von der Gesellschaft ausgeschlossen sind – damit sie ein Leben voller neuer Chancen führen können.

### **Foundation**

Die Tiny Miracles Foundation betreibt Entwicklungsprogramme innerhalb von ausgeschlossenen Gemeinschaften in Mumbai.

Ihr ganzheitlicher Ansatz basiert auf fünf Säulen: Achtsamkeit, Gesundheitsfürsorge, Kompetenztraining, Bildung und Glück. Bis heute sind acht Gemeinschaften mit über 3.000 Gemeinschaftsmitgliedern aktiv beteiligt – mit großartigen Ergebnissen. Die Aktivitäten bauen das Selbstvertrauen der Teilnehmer auf und bieten ihnen Chancen, ihr Leben in die eigenen Hände zu nehmen. Durch die Unterstützung dieser Stiftung konnten Kinder an Hausarbeitsklassen und Menschen an Kompetenztrainings teilnehmen. Zudem wurde Gesundheitsfürsorge bereitgestellt und gemeinsame Feste wurden gefeiert.

### **Die Partnerschaft**

Neben dem finanziellen Beitrag hat Rituals seine Zusammenarbeit mit Tiny Miracles erweitert. Die gemeinsam entworfenen Taschen waren in diesem Jahr ein großer Erfolg: 2021 wurden Hunderttausende Rituals Taschen von den Frauen hergestellt, die bei Tiny Miracles in Indien arbeiten. Diese Taschen wurden von Rituals verkauft oder Kunden für einen bestimmten Mindesteinkaufswert geschenkt. Das Projekt schafft auch weiterhin Jobs – und



## TINY MIRACLES

---

das führt zu einer bleibenden, positiven Veränderung. Mit einem verlässlichen Einkommen können die Menschen dieser Gemeinschaften jetzt ihr Leben selbst in die Hand nehmen. Das macht unsere Partnerschaft so einzigartig und innovativ.

### Geschichte

Tisha ist eine junge Frau, die in Mumbai lebt und zur Universität geht. Sie ist ein Beispiel für ein Mitglied der Gemeinschaft, für das dieses Programm viel erreicht hat. Tishas Familie lebte auf dem Gehsteig einer geschäftigen Straße in Mumbai, gefangen in einem Kreislauf der Armut, ohne Chance, diesen Kreislauf zu durchbrechen. Ihre Mutter Jayshree ist 2010 zu Tiny Miracles gekommen. Inzwischen ist sie eine der Frauen, die Taschen für Rituals herstellen.

Mit dem festen Gehalt aus diesem Job konnte sie im Laufe der Zeit Geld sparen und sogar ein Zimmer außerhalb von Mumbai kaufen, das sie untervermietet, um ein zusätzliches Einkommen zu erzielen.

Durch Jayshrees harte Arbeit und Unterstützung konnte Tisha Chancen wahrnehmen, die ihre Mutter nie hatte. Jetzt kann Tisha studieren, ihre Träume verwirklichen und ihren beruflichen Zielen nachgehen.





Die Super Chill Foundation ist eine unabhängige Organisation, die sich mit der Verbesserung des mentalen Wohlbefindens von Kindern befasst.

## SUPER CHILL FOUNDATION

Heutzutage stehen Grundschüler vor größeren Herausforderungen als je zuvor. Darum ist Rituals Gründungspartner und aktueller Spender für die Super Chill Foundation: eine Organisation, die sich um das mentale Wohlbefinden von Kindern kümmert. Das Ziel ist, eine neue Generation von widerstandsfähigen und mental starken Kindern zu formen, die mit den Herausforderungen ihrer Zeit umgehen können. Die Super Chill App wurde in Klassenzimmern in den Niederlanden und Flandern eingeführt. In dieser App gibt es spielerische Übungen auf Grundlage von Achtsamkeits- und Yogatechniken. Sie sollen wertvolle Persönlichkeitskompetenzen vermitteln, auf die die Kinder ihr ganzes Leben lang zurückgreifen können.

Bei Super Chill gibt es Übungen, die sowohl allein als auch gemeinsam mit der ganzen Klasse durchgeführt werden können. Diese Übungen können Kindern dabei helfen, mit unterschiedlichen Gefühlen und Energieleveln umzugehen. Sie können dabei helfen, die Konzentration und das Stressmanagement zu verbessern,

Kreativität zu fördern und zur Selbstreflexion und Widerstandsfähigkeit zu ermutigen. Kinder lernen anhand dieser Übungen auch etwas über ihren Selbstwert und ihre persönlichen Fähigkeiten.

2021 hat die Stiftung über 90.000 Kinder in den Niederlanden und im flämischsprachigen Teil Belgiens erreicht – über 4.500 Lehrer nutzten die App. Im November hat die Stiftung ihr erstes Online-Event veranstaltet (The Super Chill Days), an dem über 4.000 Kinder teilnahmen. Während des Events lernten ganze Klassenräume voller Kinder jeden Tag unterschiedliche Fähigkeiten mithilfe von Übungen innerhalb der App. Sie erlernten Achtsamkeitstechniken, mit denen sie im Augenblick sein und ihren Atem, ihre Bewegungen und Gefühle beobachten konnten. Sie wurden ermutigt, selbstbewusst und stark zu sein, selbst in den schwierigsten Situationen. Und sie lernten, wie sie ihre Aufmerksamkeit nach innen richten können. Das Event dauerte insgesamt eine Woche. Am Freitag nahm sogar TikTok Star Numidia teil und machte

bei allen Übungen zusammen mit den Kindern mit. Die Grundschule Aventurijn (Houten, Niederlande) erzielte aufgrund der großen Anzahl teilnehmender Kinder den Titel der „Super Chilleste Schule in den Niederlanden“.

In diesem Jahr wurde in Zusammenarbeit mit der Universität Amsterdam ein Forschungsprojekt gestartet, um die

Effektivität der Super Chill App zu bemessen. Diese Ergebnisse werden verwendet, um die Methode noch weiter zu verbessern. Darüber hinaus gibt es Pläne für eine Expansion in das Ausland. Das Ziel der Stiftung? Das Wohlbefinden so vieler Kinder wie möglich zu verbessern. Ihr Ziel ist es, mindestens 2 Millionen Kinder weltweit Zugang zu den Super Chill Programmen zu ermöglichen.



### Unsere Beiträge

Bei Rituals dreht sich alles ums Wohlbefinden. Wir möchten uns nicht nur um unsere Kunden kümmern, sondern auch um diejenigen in der Gesellschaft, die Unterstützung brauchen. Daher werden wir in den kommenden Jahren unsere Beiträge noch weiter ausbauen, als Sponsor und Spender. Insbesondere für Projekte, mit denen das Wohlbefinden der Gemeinschaft auf der ganzen Welt unterstützt wird. Super Chill ist dabei einer der Hauptempfänger.

Empfänger	Beiträge 2021
Tiny Miracles Foundation	125.000 €
War Child	106.849 €
Super Chill Foundation	924.599 €
<b>Gesamtsumme</b>	<b>1.156.448 €</b>



# VORSCHAU

*Ein Blick in die Zukunft*

*Liebe Leserinnen und Leser,*

Danke für Ihr Interesse an der Reise von Rituals zu nachhaltigem Wohlbefinden. Wir freuen uns auf die Weiterreise mit unseren Kollegen, unseren Kunden und unseren Partnern. Auf unserem Weg in die Zukunft möchten wir auf dem aufbauen, was wir bereits erreicht haben, und weiterhin mit Fürsorge, Mitgefühl und Engagement dabei helfen, eine bessere Welt zu schaffen.

Das Erreichen des B Corp-Status war ein wichtiger Meilenstein auf unserem Weg zu nachhaltigem Wohlbefinden, doch uns ist klar, dass dies erst der Anfang ist. Wir werden die nächsten erforderlichen Schritte unternehmen, um den von uns gesetzten Zielen

näherzukommen. Im Jahr 2021 haben wir unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz noch weiterentwickelt und daran gearbeitet, einen Plan auszuarbeiten, der mit den im Rahmen des Pariser Klimaabkommens erforderlichen Reduzierungen übereinstimmt (das Abkommen ist ein rechtlich bindender internationaler Vertrag zum Klimawandel). Wir bewegen uns weiterhin in Richtung Klimaneutralität, gemäß der Methodik der wissenschaftsbasierten Zielinitiative, und planen, unsere Ziele 2022 zu veröffentlichen. Neben unseren Aktionen zum Thema Klima werden wir uns intensiv mit dem Thema Verpackung befassen, um eine Kreislaufwirtschaft zu gewährleisten.



Dies ist kein Weg, den wir allein gehen sollten. Wir freuen uns darauf, mit anderen Marken der Kosmetikbranche zusammenzuarbeiten und sind stolz darauf, Teil der B Corp Beauty Coalition und des EcoBeautyScore Consortium zu sein. Auf diese Weise können wir Ideen mit anderen Unternehmen austauschen und so gemeinsam eine bessere Zukunft gestalten.

Im kommenden Jahr werden wir unsere Berichterstattung noch weiter an die Sustainability Reporting Directive (CSRD) anpassen und einen datenbasierten Ansatz nutzen, um über unsere Fortschritte zu berichten. Wir freuen uns darauf, Ihnen von unserer Reise zu berichten. Falls Sie Fragen oder Anmerkungen haben, erreichen Sie uns unter [sustainability@rituals.com](mailto:sustainability@rituals.com).

**Niki Schilling**

*Director Innovations & Sustainability*



*Keizersgracht 679 – 689  
1017 DW Amsterdam  
Niederlande  
sustainability@rituals.com  
rituals.com*