

PRESSEMITTEILUNG

Gegen die Plastikflut: Beiersdorf erreicht wichtige Meilensteine auf dem Weg zu nachhaltigeren Verpackungen

- Durchbruch im Verpackungsdesign: Innovative NIVEA-Flasche mit 50% weniger Plastik – präsentiert auf der heutigen „Plastic-Free World Conference“
- Ziel Kreislaufwirtschaft: 90% der PET-Flaschen in Europa bis Ende 2020 aus Rezyklat
- Gemeinsam den Wandel gestalten: UN Plastic Treaty, Zusammenarbeit mit Fraunhofer Institut, Werner & Mertz, dem Drogeriemarkt und anderen

Hamburg, November 9, 2020 – Plastik bedroht die weltweiten Ökosysteme: Jährlich gelangen rund 11 Millionen Tonnen Plastikmüll in die Ozeane – das entspricht knapp 20.000 Flugzeugen des Typs Airbus A380 – und die Menge wird sich in den nächsten 20 Jahren voraussichtlich verdreifachen. Erdölbasierte Kunststoffe belasten aber nicht nur die Umwelt, sondern auch das Klima: Setzt sich die aktuelle Entwicklung fort, werden die Emissionen aus Kunststoffproduktion und Müllverbrennung bis 2050 zwischen zehn und 13 Prozent des jährlichen Kohlenstoffbudgets verbrauchen, das uns zur Erreichung des 1,5 Grad Ziels zur Verfügung steht. Um dieses immense Problem zu lösen, müssen Unternehmen wie Regierungen die Herstellung, Nutzung und Entsorgung von Plastik grundlegend hinterfragen und neu denken – auf lokaler wie auf globaler Ebene.

Bahnbrechende Innovation: Neue NIVEA-Flasche spart 50% Kunststoff

Nach intensiver Forschung und Packungsentwicklungsarbeit ist Beiersdorf ein echter Durchbruch gelungen: Flasche und Verschlusskappe der neuen NIVEA Naturally Good Body Lotion kommen mit 50% weniger Plastik aus als die Standard NIVEA Bodylotion-Flasche. Die neue Flasche ist sehr dünn und hat einen besonders geformten Boden, so dass sie sich leicht zusammendrücken und aufrollen lässt – ähnlich einer Zahnpastatube. Dies bringt den Vorteil, dass Verbraucher die Lotion deutlich einfacher entleeren können. Die Flasche ist nach Gebrauch vollständig recycelbar und kann bei vorhandenen Recyclinginfrastrukturen in den Materialkreislauf zurückgeführt werden. Nicht zuletzt konnte auch der Transport des Produkts von der Produktionsstätte in den Handel nachhaltiger gestaltet werden, da die dünnere und leichtere Verpackung zu einer optimierten Palettenbestückung führt, was CO2 Emissionen reduziert.

Ziel Kreislaufwirtschaft: 90% aller PET-Flaschen in Europa bis Ende 2020 aus Altplastik

Um seinen ökologischen Fußabdruck zu minimieren, verfolgt Beiersdorf einen vierdimensionalen Ansatz: Die so genannten "4R's" (Reduce – Reuse – Recycle – Replace) setzen den Rahmen für die Gestaltung nachhaltigerer Verpackungen: Reduzieren, wiederverwenden, wiederverwerten oder auch gänzlich ersetzen. Auch der Verzicht von Kunststoff bzw. der Einsatz alternativer Materialien für Verpackungen wird für die Sortimente der Marken NIVEA und Eucerin, sowie

weitere geprüft. Die Vision des Unternehmens ist die Etablierung einer Kreislaufwirtschaft. Ein zentrales Element ist dabei die Nutzung von Altplastik, welches aus der Wiederaufbereitung von Kunststoffverpackungen stammt, die bereits eine Verwendung durchlaufen haben und dann als Haushaltsmüll in die Wertstofftonne oder den „Gelben Sack“ entsorgt wurden. Durch den Einsatz solcher Sekundärrohstoffe für die Herstellung von neuen Produktverpackungen werden natürliche Ressourcen geschont, der Einsatz von erdölbasiertem Neuplastik vermieden und CO₂-Emissionen reduziert.

Bis Ende 2020 wird Beiersdorf 90% seiner PET-Flaschen in Europa auf Recyclingmaterial umgestellt haben. Allein durch diese Maßnahme werden mehr als 1.200 Tonnen fossiles Neuplastik pro Jahr eingespart. Auch aktuelle Produktneuheiten, wie die NIVEA Shower Fresh Blends Duschprodukte, kamen in PET-Flaschen auf den Markt, die mindestens 97% recyceltes Plastik enthalten, wodurch 150 Tonnen fossiles Neuplastik pro Jahr vermieden werden. Als erstes Land wird noch in diesem Jahr Deutschland den Großteil des NIVEA Shower & Shampoo-Sortiments auf recyceltes Material (PCR) umgestellt haben. Dies beinhaltet PET und HDPE Flaschen, die aus sogenannten „Post-Consumer“ Abfällen hergestellt werden, und rund 3.400 Tonnen fossilen Primärkunststoff einsparen. Weitere europäische Länder werden folgen.

Den Wandel gestalten: Beiersdorf engagiert sich über Unternehmensgrenzen hinweg

„Wir sind der festen Überzeugung, dass das globale Plastikproblem nicht von einzelnen Unternehmen allein gelöst werden kann. Nur über eine branchen- und wertschöpfungsketten-übergreifende Zusammenarbeit können wir eine nachhaltige Veränderung bewirken. Daher ergreifen wir Maßnahmen, die über unsere Unternehmensgrenzen hinausgehen: Wir arbeiten mit Lieferanten und Handelspartnern zusammen, mit NGOs, wissenschaftlichen Institutionen und anderen Akteuren“, erklärt Jean-Francois Pascal, Vice President Corporate Sustainability bei Beiersdorf. „Wir wollen das Thema aktiv vorantreiben und den notwendigen Wandel mitgestalten.“ So hat Beiersdorf als eines von 29 anderen Unternehmen den vom WWF, der Ellen MacArthur Foundation und der Boston Consulting Group (BCG) initiierten [Business Call für ein UN-Abkommen gegen die Plastikverschmutzung](#) (UN Plastic Treaty) unterzeichnet. Darin werden die Regierungen aufgefordert, eine globale Richtlinie zum Thema Plastik auszuhandeln und zu vereinbaren.

Im Bereich „Reuse“ hat Beiersdorf die erste [Nachfüllmaschine](#) für Duschgel entwickelt und in Zusammenarbeit mit der deutschen Drogeriemarktkette dm in ausgewählten Läden implementiert. Mit dem Ziel, die Einmalnutzung von Plastik zu reduzieren und gemeinsam mit den Konsumenten zu lernen, wurde die Maschine unter Berücksichtigung höchster Qualitäts- und Hygienestandards, einer intuitiven Bedienbarkeit und modernstem Design konzipiert. Das Konzept gewann bereits zwei Preise: den [Design MUSE Award](#) und den [Sustainability Reader Award 2020](#) von Packaging Europe.

Darüber hinaus ist Beiersdorf bereits seit 2019 Partner von Terracycle und Teil der "Zero Waste Initiative" [Loop](#). Bei diesem Ansatz werden entleerte Produktverpackungen beim Verbraucher zu Hause abgeholt, gereinigt, wieder befüllt und erneut zugestellt. Auch hier wird der

Kreislaufgedanke erprobt. Beiersdorf ist mit zwei NIVEA MEN After Shave Produkten an dem Projekt beteiligt.

Beim Thema „Recycling“ hat sich Beiersdorf kürzlich der [Initiative HOLYGRAIL 2.0](#) des europäischen Markenverbandes AIM angeschlossen, um gemeinsam mit mehr als 80 anderen Unternehmen die Möglichkeiten der digitalen Wasserzeichentechnologie für eine präzisere Abfall-Sortierung zu testen und bestenfalls europaweit zu implementieren. In diesem Jahr hat Beiersdorf außerdem in Zusammenarbeit mit Werner & Mertz und dem Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung (IVV) einen [Industriestandard für Kosmetikverpackungen](#) entwickelt. Er zielt darauf ab, die Qualität der von Recyclingunternehmen zur Verfügung gestellten Rezyklate zu verbessern und damit die Verwendung von mechanisch recyceltem „post-Consumer“ (PCR) Kunststoff für die gesamte Branche voranzutreiben. Dieser erstmalige Industriestandard wird der Branche noch in diesem Jahr zur Verfügung gestellt.

Neue Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN mit ambitionierten Zielen

Dem Selbstverständnis des Unternehmens – „Care Beyond Skin“ – folgend, hatte Beiersdorf zu Beginn des Jahres eine neue Nachhaltigkeitsagenda definiert: für die Verbraucher, für die Gesellschaft und für die Umwelt. Stefan De Loecker, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG: „Care Beyond Skin ist unser Selbstverständnis und so haben wir auch genau dies als Motto unserer Nachhaltigkeitsagenda gewählt: CARE BEYOND SKIN. Sie orientiert sich an den Nachhaltigkeitszielen der UN (Sustainable Development Goals, SDGs) und sie ist unser Beitrag, die globale Erwärmung auf 1,5 Grad zu begrenzen. Um unseren ökologischen Fußabdruck signifikant zu reduzieren, müssen wir unsere Produkte noch weiter verbessern und eine Kreislaufwirtschaft fördern. In diesem Zusammenhang spielen unsere Aktivitäten im Bereich der Produktverpackungsoptimierung, insbesondere auch im Hinblick auf Plastik, eine wichtige Rolle. Wir haben uns ambitionierte Ziele gesetzt, an denen wir intensiv arbeiten – und wir schreiten sehr gut voran.“

Die konkreten Zielsetzungen 2025, die die Beiersdorf AG für das Themengebiet Plastik als wichtigen Eckpfeiler des Fokusfelds „For Fully Circular Resources“ der Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN definiert hat, lauten wie folgt: Den Einsatz von erdölbasiertem Neuplastik um 50% zu reduzieren, den Anteil von Recyclingmaterial in Kunststoffverpackungen auf 30% zu erhöhen und 100% aller Produktverpackungen wiederbefüllbar, wiederverwendbar oder recyclingfähig zu machen.

Über die Beiersdorf AG

Die Beiersdorf AG ist ein führender Anbieter innovativer und hochwertiger Hautpflegeprodukte und verfügt über mehr als 135 Jahre Erfahrung in diesem Marktsegment. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg beschäftigt weltweit rund 20.000 Mitarbeiter und ist im deutschen Leitindex für Aktien, dem DAX, gelistet. Im Geschäftsjahr 2019 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von über 7,6 Mrd. Euro. Das Beiersdorf Produktportfolio zeichnet sich durch starke, international führende Haut- und Körperpflegemarken aus, zu denen u.a. NIVEA – die weltweite Nr. 1 in der Hautpflege*

– Eucerin, Hansaplast und La Prairie gehören. Mit ihren innovativen und hochwertigen Produkten überzeugen sie Tag für Tag Millionen von Menschen weltweit. Weitere namhafte Marken wie Labello, Aquaphor, Florena, 8X4, Hidrofugal, arix, Maestro und Coppertone ergänzen das umfangreiche Portfolio. Die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE, ein ebenfalls weltweit führender Hersteller in ihrer Branche, versorgt Industrie, Gewerbe und Verbraucher mit selbstklebenden Produkt- und Systemlösungen.

** Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2019.*

Kontakt:

Beiersdorf AG

Anke Schmidt

Vice President Corporate Communications & Government Relations

Phone: +49 40 4909-2001

E-Mail: cc@beiersdorf.com