

## PRESSEMITTEILUNG

### **Weiterer Meilenstein erreicht: Beiersdorf bringt erste klimaneutralisierte Produkte unter der Marke NIVEA auf den Markt und stärkt damit Klimaengagement**

- Für den Klimaschutz: Beiersdorf setzt Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN jetzt auch konsequent auf Produktebene um
- Mit NIVEA Natural Balance Gesichtspflegeprodukten kommen erste klimaneutralisierte Produkte auf den Markt; gesamtes deutsches NIVEA Duschgelsortiment folgt im Juni
- Nachhaltige Verpackungsinnovation: zertifizierter, erneuerbarer Kunststoff ersetzt erdölbasiertes Neuplastik und reduziert CO<sub>2</sub>-Emissionen

**Hamburg, 22. April 2021** – Beiersdorf treibt mit seiner Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN das Thema Klimaschutz intensiv voran und erreicht dabei einen weiteren Meilenstein: Mit der NIVEA Natural Balance Gesichtspflegeserie erscheinen nun die ersten klimaneutralisierten Produkte des Hamburger Hautpflegeunternehmens in rund 30 Ländern auf dem Markt, weitere werden folgen. Mit diesem Schritt und weiteren Initiativen arbeitet der Konzern intensiv an seiner Transformation hin zu mehr Nachhaltigkeit und einem reduzierten ökologischen Fußabdruck. „Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen, vor der die Gesellschaft und unsere Verbraucher stehen. Daher ist der Klimaschutz zentraler Dreh- und Angelpunkt unseres Nachhaltigkeitsengagements ‚Care Beyond Skin‘ bei Beiersdorf“, erläutert Stefan De Loecker, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG. „Die Nachhaltigkeitsinitiativen innerhalb und außerhalb unseres Unternehmens zielen darauf ab, Emissionen zu reduzieren – auch bei unseren Marken und Produkten“, so De Loecker.

### **Vom Klimaschutz zur Produktnachhaltigkeit**

Ob Eucerin, NIVEA oder Hansaplast – die Beiersdorf-Marken sind fester Bestandteil der Nachhaltigkeitsagenda und ihre Produkte leisten einen wichtigen Beitrag zur Transformation. Die verschiedenen Sortimente werden seit Jahren hinsichtlich ihrer Umweltauswirkungen optimiert. Ende 2019 konnten 55 Prozent des Umsatzes von Beiersdorf mit Produkten erwirtschaftet werden, deren ökologischer Fußabdruck optimiert wurde.<sup>1</sup> Nun geht Beiersdorf einen Schritt weiter: Neben der Reduktion von CO<sub>2</sub> auf Produktebene werden die nicht-vermeidbaren Emissionen mithilfe von Aufforstungsprojekten kompensiert und damit der Klimaschutz gestärkt. Produkte, deren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck bereits stark reduziert werden konnte, werden von nun an klimaneutralisiert und damit zum neuen Maßstab für die Produktnachhaltigkeit.

---

<sup>1</sup> Vgl. zum Basisjahr 2011.

Unter diese Kategorie der „Klima-Champions“ fällt nicht nur die NIVEA Natural Balance Gesichtspflegeserie, sondern auch das in Deutschland erhältliche NIVEA Duschpflegesortiment, das über dreißig Produkte umfasst. Die Produkte erfüllen ebenfalls die Kriterien für die Umsetzung von Kompensations- bzw. Aufforstungsprojekten und sind ab Juni klimaneutralisiert im Handel erhältlich. „Wir erreichen mit diesem Schritt einen wichtigen Meilenstein – in Richtung Klimaschutz durch die Aufforstungsprojekte, die wir unterstützen – und ebenso in Richtung Transparenz gegenüber unserer Verbraucherinnen und Verbraucher, die nunmehr klar und deutlich am Produkt erkennen können, dass sie eine besonders nachhaltige Wahl treffen“, erläutert Jean-François Pascal, Vice President Corporate Sustainability bei Beiersdorf.

## **Erneuerbares Plastik als Hebel für Klimaneutralität**

Die NIVEA Natural Balance Gesichtspflegeprodukte kommen als erste klimaneutralisierte Serie des Hamburger Hautpflegeunternehmens auf den Markt. Eine Verpackungsinnovation, die deutliche CO<sub>2</sub>-Reduktionen mit sich bringt, lieferte das Sprungbrett für die Klimaneutralität. Sowohl der Tiegel als auch der Deckel der Gesichtscremes sind aus zertifiziertem, erneuerbarem Plastik hergestellt. Der verwendete Rohstoff Tallöl ist ein Nebenprodukt der Forstwirtschaft und wird nach dem Prinzip der zertifizierten Massenbilanzierung eingesetzt. „Mit der Nutzung dieses erneuerbaren Rohstoffs setzen wir konsequent unsere Zielvorgabe in Taten um. Bis 2025 wollen wir 50 Prozent weniger erdölbasiertes Neuplastik für unsere Verpackungen einsetzen. Mit den Tiegeln aus erneuerbarem Kunststoff sind wir ein Vorreiter in unserer Branche“, so Michael Becker, Head of Global Packaging Development. Neben der Verpackung sind auch die Formeln besonders nachhaltig: Sie bestehen zu 99 Prozent aus natürlichen und veganen Inhaltsstoffen und sind frei von Mikroplastik<sup>2</sup>. Zudem produziert Beiersdorf seit 2019 mit 100 Prozent Ökostrom.

## **„Plastikfrei“ und weitere nachhaltige Innovationen**

Eine weitere Innovation, die in ihrer Nachhaltigkeit nicht nur durch ihre Verpackung, sondern auch durch ihre Formel überzeugt, ist NIVEA MagicBAR, das erste zertifizierte Produktangebot von NIVEA. Die festen Gesichtereinigungsprodukte kommen ganz ohne Plastikverpackung aus und werden in einer Faltschachtel aus recyceltem Karton verkauft, was den ökologischen Fußabdruck des Produkts geringhält. Zudem spart die feste Formel in der Herstellung Wasser – ein weiteres Plus im Vergleich zu Reinigungsprodukten in flüssiger Form.

Ein Beispiel für die erfolgreiche Optimierung der bestehenden Sortimente sind die Duschpflegeprodukte von NIVEA. Seit 2019 sind sämtliche Formeln frei von Mikroplastik<sup>2</sup> und seit 2020 zudem biologisch abbaubar. Dann folgte die Umstellung der Flaschen auf recycelte Materialien. So konnte das Sortiment eine signifikante Reduktion seines CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks erreichen. Im deutschen Handel wird das gesamte Sortiment ab Juni klimaneutralisiert erhältlich

---

<sup>2</sup> Beiersdorf orientiert sich an der Definition des „Umweltprogramms der Vereinten Nationen“ (UNEP), die Mikroplastikpartikel als feste Kunststoffteilchen mit weniger als 5 mm Durchmesser beschreibt, die nicht biologisch abbaubar sowie nicht wasserlöslich sind.

sein. Für den hiesigen Marktführer<sup>3</sup> in der Duschkategorie ein bedeutender Schritt und ein Statement für den Klimaschutz.

Auch Eucerin und die Beiersdorf Health-Care-Marken arbeiten stetig an der Optimierung ihrer Produkte. Eucerin verzichtet immer häufiger auf Beipackzettel und wird deren Verwendung für alle nichtmedizinischen Produkte bis Juli 2021 komplett einstellen. Hansaplast, Elastoplast und CURITAS setzen seit Beginn dieses Jahres neue, leichtere Faltschachteln für einen Großteil ihrer Produktverpackungen ein und konnten damit ihren ökologischen Fußabdruck weiter verkleinern.

## **Klimaschutz geht nur gemeinsam**

Beiersdorf verfolgt nicht nur eine Transformation des eigenen Unternehmens, sondern treibt den Wandel der Branche und darüber hinaus aktiv voran. Dabei setzt das Unternehmen auf dauerhafte, starke Partnerschaften mit Lieferanten und Handelspartnern, mit NGOs und Forschungseinrichtungen. So ist Beiersdorf beispielsweise ein Unterzeichner des New Plastics Economy Global Commitments, das von der Ellen MacArthur Foundation und dem UN-Umweltprogramm (UNEP) geleitet wird und den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft für Kunststoffe fördern und beschleunigen soll. Die Kreislaufwirtschaft spielt eine entscheidende Rolle bei der Bekämpfung von Treibhausgasemissionen, indem sie die Art und Weise verändert, wie wir Produkte und Lebensmittel entwerfen, herstellen und verwenden. Zudem hat Beiersdorf in einer Kooperation mit Werner & Mertz und dem Fraunhofer Institut für Verfahrenstechnik einen ersten frei verfügbaren „Kosmetikstandard“ als Guideline für die Verwendung von Altplastik in Kosmetikverpackungen entwickelt. Auf deutscher Ebene engagiert sich Beiersdorf seit 2019 intensiv im Rezyklat-Forum, welches von dm-drogerie markt und acht weiteren Industrie- und Handelspartnern initiiert wurde, um die Kreislaufwirtschaft zu stärken und die Wiederverwertung von Verpackungen auszuweiten. Beiersdorf ist dabei Teil des Lenkungsausschusses und wird dieses Jahr im November zum zweiten Mal Gastgeber des Forums sein, welches mittlerweile rund 50 Mitglieder hat.

## **Über die Beiersdorf AG**

Beiersdorf steht seit über 135 Jahren für innovative, hochwertige Haut- und Körperpflege sowie wegweisende Hautforschung. International führende Marken wie NIVEA – die weltweite Nummer 1 in der Hautpflege\* –, EUCERIN (Dermokosmetik), LA PRAIRIE (Selektivkosmetik) und HANSAPLAST (Pflaster- und Wundversorgung) überzeugen Tag für Tag Millionen Menschen auf der ganzen Welt. Weitere namhafte Marken wie LABELLO, AQUAPHOR, FLORENA, 8X4, HIDROFUGAL, GAMMON, COPPERTONE, MAESTRO, CHAUL und STOP THE WATER WHILE USING ME! ergänzen das umfangreiche Portfolio. Über die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE ist Beiersdorf auch als einer der weltweit führenden Hersteller technischer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher\*innen aktiv.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg erzielte im Geschäftsjahr 2020 einen Umsatz von 7.025 Mio. Euro sowie ein betriebliches Ergebnis (EBIT) von 828 Mio. Euro. Beiersdorf beschäftigt weltweit

---

<sup>3</sup> Quelle: Nielsen Market Shares, Value, MAT 02/21

über 20.000 Mitarbeiter\*innen, die durch gemeinsame Werte, eine starke Unternehmenskultur und den Beiersdorf Purpose „Care Beyond Skin“ verbunden sind. Mit der Strategie [C.A.R.E.+](#) verfolgt das Unternehmen ein mehrjähriges Investitionsprogramm, das auf wettbewerbsfähiges, nachhaltiges Wachstum zielt. Das Programm steht im Einklang mit der ambitionierten [Nachhaltigkeitsagenda](#), mit der Beiersdorf einen klaren Mehrwert für Verbraucher\*innen, die Gesellschaft und die Umwelt schafft.

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

Weitere Informationen finden Sie unter [www.beiersdorf.de](http://www.beiersdorf.de).

[Twitter](#)

[YouTube](#)

[LinkedIn](#)

[Xing](#)

## **Kontakt:**

Beiersdorf AG

Anke Schmidt

Vice President Corporate Communications & Government Relations

Tel: +49 40 4909-2001

E-Mail: [cc@beiersdorf.com](mailto:cc@beiersdorf.com)