

PRESSEMITTEILUNG

Branchen-Vorreiter: Beiersdorf bringt erste Verpackungen aus zertifiziertem erneuerbarem Kunststoff auf den Markt

- Beiersdorf setzt neue Maßstäbe: Die Verpackungen der NIVEA Natural Balance Serie werden weltweit von erdölbasiertem Plastik auf erneuerbaren Kunststoff umgestellt
- Das zertifizierte, erneuerbare Polypropylen (PP) aus SABIC's TRUCIRCLE™-Portfolio ist ein Feedstock der zweiten Generation – ein Nebenprodukt der Forstwirtschaft
- Bis 2025 will Beiersdorf 50 Prozent weniger erdölbasiertes Neuplastik einsetzen
- Reduktion der verpackungsbasierten CO₂-Emissionen ermöglicht Schritt zur Klimaneutralität

Hamburg, 23. April 2021 – Erst Ende letzten Jahres hatte Beiersdorf die Kooperation mit dem global agierenden Unternehmen SABIC bekannt gegeben. Das Ziel der Zusammenarbeit: eine nachhaltigere Kosmetikverpackung aus dem zertifizierten, erneuerbaren Polypropylen (PP) aus SABIC's TRUCIRCLE™-Portfolio herzustellen, das erdölbasiertes Neuplastik ersetzt. Ab Juni werden in nahezu 30 Ländern rund um die Welt die Gesichtspflegeprodukte der NIVEA Natural Balance-Serie in den innovativen, umweltfreundlicheren Verpackungen in den Regalen stehen.

„Wir sind stolz, im Bereich der erneuerbaren Kunststoffverpackungen ein Vorreiter in unserer Industrie zu sein. Die ambitionierten Ziele, die wir uns mit unserer Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN gesetzt haben, werden mit viel Engagement und harter Arbeit schrittweise in die Tat umgesetzt“, so Jean-François Pascal, Vice President Corporate Sustainability bei Beiersdorf.

Hohe Ansprüche an das Material

Begonnen hat das Projekt zunächst damit, dass der Markt für alternative Kunststoffe umfassend analysiert wurde. Die Anforderungen an das Material waren hoch, denn Beiersdorf möchte nachhaltiger werden, ohne Kompromisse bei der Qualität einzugehen. „Zu unseren hochwertigen Hautpflegeprodukten gehört natürlich auch eine ebenso hochwertige Verpackung, die vielen Anforderungen gerecht werden muss“, sagt Michael Becker, Head of Global Packaging Development bei Beiersdorf. „Dazu gehören einerseits optische und haptische Ansprüche, die unsere Verwenderinnen und Verwender von NIVEA gewohnt sind, aber auch die vollständige Recyclingfähigkeit – im Sinne der angestrebten Kreislaufwirtschaft.“

Beiersdorf hat sich zum Ziel gesetzt, 50 Prozent weniger erdölbasiertes Neuplastik bis 2025 einzusetzen – ebenso sollen alle Verpackungen wiederverwendbar, wiederbefüllbar oder

recyclingfähig sein. Zudem war ein wichtiges Kriterium bei der Wahl des Rohstoffs und des Lieferanten, dass das sogenannte „Feedstock-Konzept“ auf einem Ausgangsmaterial der zweiten Generation basiert. Das war mit Tallöl gegeben. Eine Verpackung aus Zuckerrohr oder Mais herzustellen und sich damit einer Nahrungsquelle zu bedienen, kam nicht in Frage. „Der zertifizierte, erneuerbare Kunststoff, den wir von SABIC beziehen, hat keinerlei visuelle Auffälligkeiten oder sonstige nachteilige Eigenschaften. Demzufolge ist der Tiegel aus erneuerbarem PP weder optisch noch haptisch von der bisherigen Verpackung zu unterscheiden. Zudem verfolgt SABIC mit seinem Feedstock-Konzept einen ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz. Das hat uns überzeugt“, erläutert Hannah Rasel, Senior Packaging Specialist bei Beiersdorf.

Nachhaltige Lieferantenwahl

Für das neue Verpackungskonzept ist Beiersdorf auch neue Wege im Einkauf gegangen, wie Isabel Hochgesand, Chief Procurement Officer von Beiersdorf, erläutert: „Wir steigen jetzt viel früher und tiefer in der Lieferkette ein und bauen dort neue Lieferantenbeziehungen auf. Nachhaltiger zu werden bedeutet, als Hersteller auch die Entwicklung neuer Materialien entlang der Wertschöpfungskette voranzutreiben. Wir gehen über bisherige Lieferantenbeziehungen hinaus und bringen Vorlieferanten mit unseren Tier-1-Lieferanten zusammen.“ In der Tat hatte Beiersdorf SABIC selbst identifiziert und dann mit an den Tisch gebracht, um zusammen mit dem langjährigen Lieferanten der Gesichtspflegeiegel Berry Global die Umstellung auf die nachhaltigere Verpackung umzusetzen. Beiersdorf erachtet diese Vorgehensweise als mitentscheidend dafür, dass das Projekt von der Idee bis zur Umsetzung in nur neun Monaten realisiert werden konnte. „Wir brauchen diese starken Partnerschaften entlang der Wertschöpfungskette und sind sehr froh, dass wir mit unseren Lieferanten Berry Global und SABIC eine so gute Kooperation aufsetzen konnten“, ergänzt Julia Wiedemann, Global Category Manager Sustainable Packaging im Einkauf bei Beiersdorf.

Prinzip der Massenbilanzierung

Die neue, nachhaltigere Verpackung, die Beiersdorf für seine NIVEA Natural Balance Gesichtspflegeprodukte nun einführt, basiert auf dem Prinzip der Massenbilanzierung in Übereinstimmung mit dem International Sustainability & Carbon Certification (ISCC PLUS) Schema. Die Rohstoffbasis für den nachwachsenden Kunststoff ist zertifiziertes, erneuerbares Tallöl, ein Feedstock der zweiten Generation und Nebenprodukt der Forstwirtschaft. Es ersetzt Rohöl und wird nach dem Prinzip der Massenbilanzierung nahtlos in den Herstellungsprozess integriert – ohne dass ein eigener Produktionsdurchlauf aufgesetzt werden muss.

Neue Verpackung ermöglicht Klimaneutralisierung

Die Umstellung der Verpackung auf erneuerbares Plastik hat nicht nur den Vorteil, dass fossile

Ressourcen geschont werden, sondern auch, dass damit eine Reduktion von CO₂-Emissionen einhergeht. Pro hergestelltem Tiegel werden ca. 76 g CO_{2e} eingespart, eine Reduktion von rund 60 Prozent im Vergleich zum Ausgangsprodukt. Das Projekt zählt daher auch auf das Klimaziel des Unternehmens ein, 30 Prozent absolute Reduktion der Treibhausgasemissionen über die gesamte Wertschöpfungskette (Scope 1-3) bis 2025 zu realisieren. Verbleibende Emissionen, die sich bei der Herstellung des Produkts nicht vermeiden oder reduzieren lassen, werden bei den NIVEA Natural Balance Tiegeln mithilfe von Aufforstungsprojekten ausgeglichen, d.h. klimaneutralisiert. Dies ist neu für Beiersdorf und seine größte Hautpflegemarke. Das acht Produkte umfassende Gesichtspflegeangebot wird deutlich erkennbar als „klimaneutralisiert“ im Regal stehen.

4R's für nachhaltigere Verpackungen

Für Beiersdorf spielt das Thema nachhaltige Verpackungen eine zentrale Rolle. Entlang der 4R's (Reduce – Reuse – Recycle – Replace) wird intensiv daran gearbeitet, in allen Dimensionen Verbesserungen zu erzielen und neu zu denken. Dazu zählen der Einsatz von erneuerbaren Rohstoffen, den das Unternehmen mit viel Energie vorantreibt, ebenso wie die Materialreduktion (Reduce) und Refill-Konzepte (Reuse), sowie gänzlich plastikfreie Verpackungen (Replace). Mit den 4R's verfolgt Beiersdorf seinen „Plastik Pledge“, mit dem für 2025 folgende Ziele definiert sind: 100 Prozent der Verpackungen auf recycelbare, wiederbefüllbare oder wiederverwendbare Verpackungen umzustellen, den Rezyklat-Anteil bei Plastikverpackungen auf 30 Prozent zu erhöhen, sowie den Einsatz von erdölbasiertem Neuplastik um 50 Prozent zu reduzieren. Diese Ziele sind Teil der [Nachhaltigkeitsagenda](#) CARE BEYOND SKIN, mit der sich das Unternehmen unter anderem Ziele zur Förderung der Kreislaufwirtschaft und für den Klimaschutz gesetzt 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 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.

[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