

PRESSEMITTEILUNG

Beiersdorf setzt ambitionierte Klimaziele für 2025 – Anerkennung durch „Science Based Targets Initiative“

- „Science Based Targets Initiative“ bestätigt: Konzernweite CO₂-Reduktionsziele im Einklang mit 1,5-Grad-Szenario von Klimawissenschaftlern
- Beiersdorf Consumer und tesa wollen energiebezogene Treibhausgasemissionen gemeinschaftlich um 30 Prozent absolut bis 2025 reduzieren (Scope 1 und 2), sowie die Emissionen in der Lieferkette (Scope 3) um 10 Prozent senken
- Beiersdorf Consumer Bereich will im Rahmen seiner neuen Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN 30 Prozent absolute Reduktion für Scope 3 bis 2025 realisieren

Hamburg, 18. Juni 2020 – Beiersdorf verpflichtet sich zu neuen, ambitionierten Klimazielen und leistet damit seinen Beitrag zur Begrenzung der globalen Erderwärmung auf 1,5°C. Bis 2025 sollen sämtliche CO₂-Emissionen des Gesamtkonzerns deutlich gesenkt werden. Dies gilt für die Geschäftsbereiche Consumer und tesa gleichermaßen. Für die energiebezogenen Emissionen (Scope 1 und 2) sollen 30 Prozent absolute Reduktion bis 2025 erreicht werden. Auch der CO₂-Ausstoß außerhalb des Unternehmens (Scope 3), beispielweise bei Lieferanten und Dienstleistern, soll reduziert werden. Eine Reduktion der Treibhausgasemissionen in der Wertschöpfungskette um 10 Prozent bis 2025 soll erzielt werden.

Diese ambitionierten Klimaziele wurden jetzt von der „Science Based Targets Initiative“ (SBTi) anerkannt. Die Organisation bestätigt damit, dass Beiersdorfs Zielsetzungen den neuesten Erkenntnissen der Klimawissenschaft entsprechen. Ein von SBTi anerkanntes Ziel können aktuell 111 weltweit Firmen vorweisen. Darunter befinden sich lediglich acht Unternehmen, die ihren Hauptgeschäftssitz in Deutschland haben, sowie weitere acht, die der „Consumer Products & Durables“ Branche weltweit zugehörig sind.

„Der Klimawandel stellt uns als Gesellschaft vor enorme Herausforderungen. Wir sehen es nicht nur als unsere Pflicht, sondern sind fest davon überzeugt, dass wir mit einem starken Engagement im Klimaschutz vorangehen müssen, um der globalen Erderwärmung und ihren Folgen entgegenzuwirken“, erklärt Stefan De Loecker, Vorstandsvorsitzender der Beiersdorf AG. „Die Anerkennung unserer ambitionierten Ziele durch die SBTi bestätigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind, eine nachhaltige Zukunft aktiv mitzugestalten.“

Über die von der SBTi anerkannten Klimaziele des Gesamtkonzerns hinaus, hat sich der Geschäftsbereich Consumer im Bereich der Scope 3-Emissionen 30 Prozent absolute Reduktion

bis 2025 vorgenommen. Darüber hinaus sollen alle Produktionsstandorte des Geschäftsbereichs Consumer bis 2030 klimaneutral werden.

Bereits anlässlich der UN-Klimakonferenz in Madrid im Dezember 2019 hatte Beiersdorf die „Business Ambition for 1,5°C“ unterzeichnet und sich damit zur Ausarbeitung neuer, ambitionierter Klimaziele verpflichtet. Ebenfalls hatte Beiersdorf mit beiden Geschäftsbereichen Consumer und tesa die langfristige freiwillige Selbstverpflichtung unterzeichnet, bis spätestens 2050 „Net-Zero Emissions“ (Netto-Null- Emissionen) zu erreichen.

In den vergangenen Jahren hat Beiersdorf, und dabei insbesondere der Geschäftsbereich Consumer, deutliche Fortschritte bei der Senkung seiner CO₂-Emissionen erzielt: Die energiebezogenen CO₂-Emissionen konnten im Zeitraum 2014 bis 2019 um 60 Prozent absolut gesenkt werden. Maßnahmen zur Energieeinsparung, die nachhaltige Gestaltung von Produktions- und Bürostandorten und Zertifizierung nach LEED, sowie eine nachhaltige Logistik gehören zum umfassenden Klimaschutzprogramm des Unternehmens. Seit Ende 2019 werden zudem 100 Prozent des weltweit eingekauften Stroms aus erneuerbaren Energiequellen bezogen.

In der seit Beginn dieses Jahres gültigen Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN bündelt das Unternehmen sein Engagement im Bereich Klimaschutz im Fokusbereich „For a Carbon Positive Future“. Neben dem wichtigen Thema Klimaschutz sind in der Nachhaltigkeitsagenda noch sechs weitere Fokusbereiche definiert, in denen der Geschäftsbereich Consumer mit den bekannten Marken NIVEA und Eucerin einen maßgeblichen Beitrag für Umwelt und Gesellschaft leisten will.

Auch der Geschäftsbereich tesa hat in den vergangenen Jahren zahlreiche Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz und zur Reduzierung der CO₂-Emissionen umgesetzt. So konnten seit 2015 die spezifischen CO₂-Emissionen pro Tonne Endprodukt um 34,5 Prozent gesenkt werden und damit fast 60.000 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart werden. Gegenwärtig wird Strom zu 27 Prozent aus erneuerbaren Quellen genutzt, 38 Prozent durch KWK (Kraft-Wärme-Kopplung) produziert.

Weitere Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement des Beiersdorf Geschäftsbereichs Consumer finden Sie unter www.beiersdorf.com/sustainability. Zum Geschäftsbereich tesa erfahren Sie mehr unter www.tesa.com/de-de/ueber-uns/verantwortung.

Über die Science Based Target Initiative

Hinter der Science Based Targets Initiative (SBTi) stehen weltweit führende Klimaschutzorganisationen wie Carbon Disclosure Project (CDP), United Nations Global Compact (UNGC), sowie das World Resources Institute (WRI) und der World Wide Fund for Nature (WWF). Die

Initiative definiert Best Practices im Bereich der wissenschaftsbasierten Klimazielsetzungen und bewertet das Engagement von Unternehmen auf unabhängiger Basis.

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 weltweit größte Hautpflegemarke* – 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, atrix, 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 2018.

Kontakt:

Beiersdorf AG

Inken Hollmann-Peters

Vice President Corporate Communications & Sustainability

Tel: +49 40 4909-2001

E-Mail: cc@beiersdorf.com