

Pressemitteilung

WWF und Beiersdorf verlängern Zusammenarbeit für nachhaltigere Palmölproduktion in Indonesien bis 2026

- Beiersdorf treibt Palmöl-Engagement als wichtigen Teil der Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN weiter voran
- Zielsetzung bis 2026: RSPO-Zertifizierung für 200 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern zur Förderung des lokalen Naturschutzes und nachhaltigen Palmölanbaus
- Als weiterer Partner unterstützt Beiersdorf-Zulieferer Evonik das WWF-Projekt in West-Kalimantan

Hamburg, 24. Januar 2023 - Die Beiersdorf AG und der World Wildlife Fund For Nature (WWF) verstärken ihr gemeinsames Engagement, um die Natur auf der Insel Borneo zu schützen. Für vier weitere Jahre unterstützt der Hautpflegekonzern das Projekt der Naturschutzorganisation in West-Kalimantan, dem indonesischen Teil der Insel. Dort wollen die Partner die weitere Zerstörung von Regenwäldern verhindern, indem sie den Anbau von nachhaltigem Palmöl fördern und den Lebensstandard der Kleinbauern und Kleinbäuerinnen verbessern. Als neuer Partner wird sich auch das Spezialchemieunternehmen Evonik, ein Zulieferer von Beiersdorf für Palm(kern)öl-Derivate, in dem Projekt engagieren.

Borneo ist die drittgrößte Insel der Erde, beheimatet eines der weltweit wichtigsten Regenwaldgebiete und verfügt über eine riesige Artenvielfalt. Große Flächen dieses bedeutsamen Ökosystems mussten in den vergangenen Jahrzehnten bereits Palmölplantagen weichen. Seit 2018 arbeiten Beiersdorf und der WWF mit Kleinbäuerinnen und Kleinbauern im Kapuas-Hulu-Distrikt zusammen. Dabei wurde unter anderem der Kleinbauernverband „Mitra Bersama“ gegründet - als Voraussetzung für eine geplante RSPO-Zertifizierung der Plantagen (RSPO: Roundtable on Sustainable Palm Oil).

Zielsetzungen für 2026

In der zweiten Projektphase bis Juni 2026 sollen 200 Mitglieder von „Mitra Bersama“, die zusammen über etwa 300 Hektar Land verfügen, nach dem RSPO-Standard zertifiziert werden. Ein weiteres Ziel der zweiten Projektphase ist es, dass die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern einen direkten Marktzugang zu einer Palmölmühle erhalten.

„Das Projekt von Beiersdorf, Evonik und dem WWF verbindet transformative Zielsetzungen von Unternehmen mit lokalem Naturschutz, dies macht unsere Zusammenarbeit besonders. Gemeinsam stärken wir eine nachhaltige Palmölproduktion, um gesunde, artenreiche Waldsysteme zu erhalten“, sagt Silke Düwel-Rieth, Leiterin Wirtschaft und Märkte beim WWF Deutschland.

Langfristig verfolgen Beiersdorf und Evonik die Vision, Palm(kern)öl-Derivate für ihre Produkte direkt aus der Projektregion zu beziehen. Die Zertifizierung von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern ist daher ein wichtiger Baustein für die beiden Unternehmen, die sich für die Nachhaltigkeit entlang ihrer gesamten

Lieferkette von Palm(kern)öl-Derivaten einsetzen. Die beiden Unternehmen arbeiten bereits gemeinsam mit dem WWF in einem Palmölprojekt in der Region Tabin im malaysischen Teil von Borneo. Auch dort sollen ein verbesserter Palmölanbau und der Schutz der Lebensräume von Wildtieren zu einer nachhaltigeren Entwicklung der Landschaft beitragen.

„Nachhaltigkeit ist unser führendes Geschäftsprinzip. So basiert ein großer Anteil unserer Kosmetik- und Reinigungslösungen bereits auf nachwachsenden Rohstoffen. Dabei ist uns die Herkunft unserer Rohstoffe besonders wichtig“, erklärt Yann d’Hervé, Leiter der Business Line Care Solutions bei Evonik.

„Den nachhaltigen Anbau von Palmöl zu fördern und die Entwaldung zu stoppen, ist uns ein wichtiges Anliegen“, erklärt Jean-François Pascal, Vice President Corporate Sustainability bei Beiersdorf. „Unser Engagement ist seit Jahren fest in unserer Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN verankert. Wir freuen uns, dieses Engagement nun gemeinsam mit dem WWF und Evonik noch weiter auszubauen.“

Projektfortschritte seit 2018

Die erste Phase des Projekts in West-Kalimantan hat die Basis für die geplante RSPO-Zertifizierung gelegt. Umgesetzt wurden unter anderem Schulungen, damit die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern ihre Plantagen nachhaltiger bewirtschaften können, und der Aufbau des Verbandes „Mitra Bersama“. Die eigentlich für die erste Projektphase vorgesehene Zertifizierung der Palmölfelder bezüglich einer nachhaltigeren Produktion konnte noch nicht erreicht werden und steht nun für die nächste Phase auf dem Plan.

Die Rolle von Palm(kern)öl für die Kosmetikbranche

Der globale Konsum von Palmöl wird für das Jahr 2022 auf rund 75 Millionen Tonnen geschätzt; Indonesien ist das größte Erzeugerland mit über 40 Millionen Tonnen. Auf die Kosmetik-, Pharma- sowie Wasch- und Reinigungsbranche entfällt ein Anteil von rund 20 Prozent¹⁾. Die Kosmetikbranche setzt Palm(kern)öl in der Regel nicht direkt ein, sondern arbeitet mit sogenannten Palm(kern)öl-Derivaten. Sie werden beispielsweise als Tenside zum Aufschäumen oder als Emulgatoren für eine geschmeidig machende Wirkung verwendet.

Beiersdorf nutzt zur Herstellung seiner Haut- und Körperpflegeprodukte unter anderem der Marken NIVEA und Eucerin rund 30.000 Tonnen Palm(kern)öl-Derivate pro Jahr. Seit Ende 2020 bezieht der Konzern sie vollständig aus Quellen nach RSPO Mass Balance. Beiersdorf hat sich vorgenommen, spätestens ab 2025 palmbasierte Rohstoffe entwaldungsfrei zu beschaffen.

Evonik entwickelt innovative Inhaltsstoffe für Kosmetikprodukte und beliefert unter anderem Beiersdorf mit Palm(kern)öl-Derivaten. Darüber hinaus nutzt das Unternehmen Palm(kern)öl-Derivate auch zur Produktion nachhaltiger Schmierstoffadditive.

Beide Unternehmen engagieren sich seit Jahren nicht nur für einen nachhaltigen Anbau von Palmöl, sondern auch für Transparenz in der Lieferkette, und sie teilen die Vision einer entwaldungsfreien Beschaffung.

1) Quelle: Konsum von Palmöl weltweit bis 2022/2023 | Statista

Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit 140 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. Namhafte Marken wie Aquaphor, Coppertone, Chantecaille, Labello, 8x4, arix, Hidrofugal, Maestro oder Florena ergänzen unser breites Portfolio im Unternehmensbereich Consumer. 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 2021 einen Umsatz von 7.627 Mio. Euro sowie ein betriebliches Ergebnis (EBIT) von 933 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 2021.

Weitere Informationen finden Sie unter www.beiersdorf.de.

[Twitter](#)
[YouTube](#)
[LinkedIn](#)
[Xing](#)

Über den WWF

Der WWF Deutschland ist Teil der internationalen Umweltschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF). Seit mehr als 50 Jahren arbeitet das WWF-Netzwerk rund um den Globus daran, die Umweltzerstörung zu stoppen und eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben. In mehr als 100 nationalen und internationalen Projekten setzt sich der WWF Deutschland aktuell für den Erhalt der biologischen Vielfalt und unserer natürlichen Lebensgrundlagen ein. Über 700.000 Förderinnen und Förderer unterstützen ihn dabei. Der WWF Deutschland arbeitet in Projekten, Branchenansätzen und bilateralen Partnerschaften konstruktiv mit Unternehmen zur Lösung von Umweltproblemen zusammen. Der WWF berät bei der ganzheitlichen Umstellung zu einem [„One Planet Business“](#), einem Unternehmen, das nach wissenschaftsbasierten Zielen innerhalb der planetaren Grenzen wirtschaftet. Im Bereich Klimaschutz bietet der WWF zum Beispiel Unterstützung beim Evaluieren und Setzen von ambitionierten Klimazielen ([„Science Based Targets“](#)) und steht als fachlicher Ansprechpartner zur Verfügung.

Über Evonik

Evonik ist ein weltweit führendes Unternehmen der Spezialchemie. Der Konzern ist in über 100 Ländern aktiv und erwirtschaftete 2021 einen Umsatz von 15 Mrd. € und einen Gewinn (bereinigtes EBITDA) von 2,38 Mrd. €. Dabei geht Evonik weit über die Chemie hinaus, um den Kunden innovative, wertbringende und nachhaltige Lösungen zu schaffen. Rund 33.000 Mitarbeiter verbindet dabei ein gemeinsamer Antrieb: Wir wollen das Leben besser machen, Tag für Tag.

Kontakt

Beiersdorf AG

Corporate Communications
Anke Schmidt
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

Kontakt

WWF

Pressestelle
Julian Phillip
Tel.: +49 (0)30-311 777 472
E-Mail: julian.philipp@wwf.de

Kontakt

Evonik

Market Communications
Elizabeth Hawkins
Tel.: +49 (0)6181 59-3508
E-Mail: elizabeth.hawkins@evonik.com