



Bayer AG  
Communications  
51368 Leverkusen  
Deutschland  
Tel. +49 214 30-1  
[media.bayer.de](https://media.bayer.de)

## Presse-Information

---

### **Bayer investiert 100 Millionen Euro in nachhaltige Gesundheitsprodukte**

- Investitionen in nachhaltige Innovation und Produktion
  - Signifikanter Beitrag, um die Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens bis 2030 zu erreichen
  - Fokus auf umweltfreundliche Marken, Produkte und Verpackungen
- 

**Basel, Schweiz, 1. Dezember 2021** – Bayer investiert 100 Millionen Euro, um nachhaltige Innovation und Produktion seiner Consumer-Health-Produkte weiter voranzutreiben. Dazu gehören unter anderem globale Marken wie Aspirin™, Bepanthen™, Claritin™ und Elevit™. Die Investitionen entsprechen 2 Prozent des Umsatzes der Division Consumer Health und zielen darauf ab, die Nachhaltigkeit und umweltfreundliche Nutzung der Gesundheitsprodukte zu fördern.

„Die Klimakrise betrifft jede Familie auf der Welt, vor allem diejenigen in unterversorgten Regionen, und ist eine der größten Gefahren für die globale Gesundheit unserer Zeit“, betont Heiko Schipper, Vorstandsmitglied der Bayer AG und Leiter der Division Consumer Health. „Mit diesen Investitionen und unserem Ziel, 100 Millionen Menschen in unterversorgten Regionen bis zum Jahr 2030 Zugang zu tagtäglicher Gesundheitsversorgung zu verschaffen, tragen wir zu einer gesünderen Welt für alle bei.“

In den vergangenen 20 Jahren<sup>1</sup> hat der Klimawandel immer mehr chronische Krankheiten und andere gesundheitliche Probleme verursacht. Dabei sind Bevölkerungsgruppen wie Kinder, Ältere, Minderheiten und Menschen in ärmeren Regionen unverhältnismäßig stark betroffen. Bayer setzt sich mit seiner Vision „Health for All, Hunger for None“ für Maßnahmen gegen den Klimawandel ein, sowohl zum Wohle unseres Planeten als auch für das Leben der Menschen.

Bayer verfolgt einen dreigleisigen, wissenschaftsbasierten Aktionsplan, der in Einklang mit den wissenschaftsbasierten Zielen des Unternehmens steht, bis 2030 in den eigenen Standorten klimaneutral zu werden und bis 2050 eine Netto-Treibhausgasemission von Null zu erreichen:

#### 1. Fokus auf nachhaltige Marken, Produkte und Verpackungen

Bayer setzt sich für die Entwicklung neuer Lösungen ein, die die Produktion und den Verbrauch der verschreibungsfreien Produkte und Nahrungsergänzungsmittel des Unternehmens nachhaltiger machen. Deshalb hat die Division den Ansatz „Recycle, Reduce, Be Responsible & Replace“ umgesetzt und sich folgende Ziele gesteckt: **100 Prozent der Verpackung bei Consumer Health werden bis 2030 recycelbar oder wiederverwendbar sein** und verbraucherfreundliche Recycling-Informationen enthalten. Bis 2030 werden zudem Verpackungen durchschnittlich zu 50 Prozent aus recycelten Materialien bestehen und 100 Prozent des Papiers aus nachhaltigen Quellen kommen. Bisher wurden unter anderem folgende Fortschritte erreicht:

- Versandkartons werden bis Ende 2021 zu 80 Prozent aus recyceltem Material bestehen
- Beginn der Umstellung der Papierverpackung bei globalen Marken wie Aleve™, Claritin™, Iberogast™ und Redoxon™ auf zertifiziertes Papier aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern
- Umsetzung eines Programms zur Ausweitung des digitalen Marketings und Reduzierung des gedruckten Werbematerials der Division
- 100 Prozent der neuen Projekte in der Produktentwicklung werden in den Bereichen Gesundheit, Umwelt und Zugang auf Nachhaltigkeit überprüft

#### 2. Gemeinsames Handeln fördern

Angesichts der Dringlichkeit des Klimawandels sind Partnerschaften erforderlich. „Niemand kann allein den Kampf gegen den Klimawandel gewinnen“, sagt Schipper. „Wir müssen eine gemeinsame Vision verfolgen, um nachhaltige, persönliche Gesundheitsversorgung in aller Welt voranzubringen.“

Bayer hat kürzlich zur Erarbeitung der [Umwelt- und Nachhaltigkeits-Charta der Global Self-Care Federation](#) beigetragen und diese unterzeichnet. Sie wird gemeinsames

Handeln – auch mit Wettbewerbern – ermöglichen, um branchenweit Fortschritte zu erzielen, die sich auf die Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen und nachhaltige Verpackungen konzentrieren.

### 3. Einsatz für Netto-Null fördern

Im Einklang mit Bayers Ziel, bis 2030 Klimaneutralität (Phasen 1 und 2) und bis 2050 Netto-Null entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Phasen 1, 2 und 3) zu erreichen, setzt die Division Consumer Health gezielte Maßnahmen um. Bisherige Fortschritte beinhalten:

- Maßnahmen zur Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks der Produktionsanlagen durch mehr Energieeffizienz und erneuerbare Energien. Damit konnten 2019 und 2020 rund 30 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen eingespart werden.
- Rund 65 Prozent der Energie, die an den drei CH-Produktionsstandorten (jeweils einer in Deutschland, Guatemala und Spanien) verbraucht wird, stammt bereits aus erneuerbaren Quellen.

### **Über Bayer**

Bayer ist ein weltweit tätiges Unternehmen mit Kernkompetenzen auf den Life-Science-Gebieten Gesundheit und Ernährung. Mit seinen Produkten und Dienstleistungen will das Unternehmen Menschen nützen und die Umwelt schonen, indem es zur Lösung grundlegender Herausforderungen einer stetig wachsenden und alternden Weltbevölkerung beiträgt. Bayer verpflichtet sich dazu, mit seinen Geschäften einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten. Gleichzeitig will der Konzern seine Ertragskraft steigern sowie Werte durch Innovation und Wachstum schaffen. Die Marke Bayer steht weltweit für Vertrauen, Zuverlässigkeit und Qualität. Im Geschäftsjahr 2020 erzielte der Konzern mit rund 100.000 Beschäftigten einen Umsatz von 41,4 Milliarden Euro. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung beliefen sich bereinigt um Sondereinflüsse auf 4,9 Milliarden Euro. Weitere Informationen sind im Internet zu finden unter [www.bayer.de](http://www.bayer.de)

#### Kontakt für Medien:

**Jennifer Kaczmarek, Tel. +1 862-404-6314**

E-Mail: [jennifer.kaczmarek@bayer.com](mailto:jennifer.kaczmarek@bayer.com)

**Andrew Knot, Tel. +41 79 929 11 06**

E-Mail: [andrew.knot@bayer.com](mailto:andrew.knot@bayer.com)

Mehr Informationen finden Sie unter [www.bayer.de](http://www.bayer.de).

Folgen Sie uns auf Twitter: [twitter.com/BayerDialog](https://twitter.com/BayerDialog)

jk (2021-0235)

**Zukunftsgerichtete Aussagen**

Diese Presse-Information kann bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen enthalten, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung von Bayer beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannt Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Finanzlage, die Entwicklung oder die Performance der Gesellschaft wesentlich von den hier gegebenen Einschätzungen abweichen. Diese Faktoren schließen diejenigen ein, die Bayer in veröffentlichten Berichten beschrieben hat. Diese Berichte stehen auf der Bayer-Webseite [www.bayer.de](http://www.bayer.de) zur Verfügung. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.

---

<sup>1</sup> [https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMe2113200?query=featured\\_home](https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMe2113200?query=featured_home).