



Pressemitteilung

Bayer und Liveo Research führen eine neuartige und innovative Blisterverpackung für pharmazeutische Anwendungen mit verbesserter Umweltbilanz ein

Die neue One-Material-Blisterverpackung reduziert den CO₂-Fußabdruck und die Auswirkungen auf die natürlichen Ressourcen ohne zusätzliche Kosten für den Verbraucher

Basel, 30. Oktober 2024 – Bayer hat als erstes Unternehmen der Gesundheitsbranche eine One-Material-Blisterverpackung aus Polyethylenterephthalat (APET) für seine bekannte Marke Aleve eingeführt. Diese innovative Lösung, die in Zusammenarbeit mit dem auf Pharmaverpackungen spezialisierten Unternehmen Liveo Research entwickelt wurde, reduziert den CO₂-Fußabdruck dieser Verpackungen um 38 %¹ und ist durch den Verzicht auf die Verwendung von Polyvinylchlorid (PVC) einen großen Schritt in Richtung Umweltschutz. Blisterverpackungen, die häufig für rezeptfreie und verschreibungspflichtige Produkte verwendet werden, stellen seit langem eine Herausforderung für die ökologische Nachhaltigkeit dar, da sie aus mehreren Schichten von Kunststoff und Aluminium bestehen können und daher schwer zu sortieren und zu recyceln sind. Das Unternehmen hat zunächst in den Niederlanden mit der Markteinführung begonnen und plant, in den kommenden Jahren sämtliche Blisterverpackungen durch nachhaltigere Alternativen zu ersetzen.

Mit der Einführung dieser neuen Blisterverpackung wird Bayer:

- Den CO₂-Fußabdruck der Verpackung um 38 % pro Einheit reduzieren.
- Faktoren, die zum Verlust der biologischen Diversität beitragen, verringern, indem der Wasserverbrauch um 78 % und die Flächennutzung um 53 % (pro Einheit) gesenkt werden.

¹ Pro Einheit, im Vergleich zu aktuellen Verpackungen, basierend auf einer durch Dritte verifizierten Ökobilanz.

- Das Gewicht der Verpackung im Vergleich zur jetzigen um 18 % reduzieren (pro Einheit).

Die Markteinführung ist das Ergebnis einer umfassenden und langen Zusammenarbeit zwischen den Experten von Bayer und Liveo Research.

„Unser Ziel ist es, unsere Verpackungen zu transformieren, einen Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen, während wir gleichzeitig unseren ökologischen Fußabdruck minimieren und letztlich zirkuläre Lösungen entwickeln“, sagte Chris Padain, Vice President und Global Head of Design, Packaging, Product Experience & Sustainability der Division Consumer Health von Bayer. „Mit einem verbesserten CO₂-Fußabdruck sowie einer reduzierten Wasser- und Flächennutzung sind wir stolz auf diesen ersten Schritt in unserer Reise zur ökologischen Nachhaltigkeit.“

„Mit der Einführung unseres PET-One-Material Blisters in die Aleve-Produktpalette von Bayer haben wir bewiesen, dass eine nachhaltigere Blisterverpackung in großem, globalem Maßstab möglich ist. Abfall und CO₂ können schon heute eingespart werden“, sagt Dr. Carsten Heldmann, CEO von Liveo Research. „Als spezialisiertes pharmazeutisches Verpackungsunternehmen werden wir die Branche weiterhin dabei unterstützen, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen und gleichzeitig die strengen, regulatorischen Anforderungen zu erfüllen.“

PET ist ein weit verbreiteter recycelbarer Kunststoff in anderen Branchen. Die Umstellung der Verpackungen von rezeptfreien Medikamenten von PVC auf PET ist zwar ein Schritt in Richtung nachhaltiger Verpackungen, aber es bedarf eines Wandels innerhalb der Recyclingindustrie, um sicherzustellen, dass Innovationen wie diese Teil der Kreislaufwirtschaft werden. Bayer arbeitet branchenweit mit der Global Self-Care Federation und dem Blister Pack Collective zusammen und ist kürzlich der Recycling Partnership beigetreten, um den Fortschritt zu beschleunigen und einen systemischen Wandel herbeizuführen. Dazu gehört die Förderung der Forschung über neue Verpackungsmöglichkeiten für nicht verschreibungspflichtige Medikamente und die Entwicklung von Kreislaufverpackungslösungen unter Beibehaltung der Produktwirksamkeit, -qualität und -sicherheit sowie die Zusammenarbeit mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette, um innovative Verpackungslösungen zu entwickeln und die Recycling-Infrastruktur zu verbessern.

Über Bayer

Bayer ist ein weltweit tätiges Unternehmen mit Kernkompetenzen in den Life-Science-Bereichen Gesundheit und Ernährung. Getreu seiner Mission „Health for all, Hunger for none“ möchte das Unternehmen mit seinen Produkten und Dienstleistungen 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 2023 erzielte der Konzern mit rund 100.000 Beschäftigten einen Umsatz von 47,6 Milliarden Euro. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung beliefen sich bereinigt um Sondereinflüsse auf 5,8 Milliarden Euro.

Weitere Informationen finden Sie unter www.bayer.com/de

Über Liveo Research

Liveo Research ist ein global führender Hersteller von Materialien für Verpackungen in der pharmazeutischen Industrie, der Medizintechnik und weiterer Spezialanwendungen wie z.B. Schrumpfetiketten. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Basel (Schweiz) hat Produktionsstandorte in Bötzingen und Staufen (Deutschland), in Delaware (USA), in Singapur und in Taicang (China). Liveo Research wurde 1962 gegründet und beschäftigt heute rund 1.000 Mitarbeiter weltweit. Neben einem breiten Produktportfolio an Verpackungsmaterialien bietet das Unternehmen seinen Kunden auch umfangreiche Services wie "LiveoOptima" an, die sie dabei unterstützen, die besten, nachhaltigen Verpackungslösungen zu finden.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.liveoresearch.com

Pressekontakte:

Jennifer Kaczmarek
Tel.: +1 862 4046314
E-Mail: jennifer.kaczmarek@bayer.com

Dr. Jörg Hoepfner
Tel.: +49 (0) 7663 63 171
E-Mail: joerg.hoepfner@liveoresearch.com

Forward-Looking Statements

This release may contain forward-looking statements based on current assumptions and forecasts made by Bayer management. Various known and unknown risks, uncertainties and other factors could lead to material differences between the actual future results, financial situation, development or performance of the company and the estimates given here. These factors include those discussed in Bayer's public reports which are available

on the Bayer website at www.bayer.com. The company assumes no liability whatsoever to update these forward-looking statements or to conform them to future events or developments.