Factsheet

Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2016

Procter & Gamble (P&G) ist am 25. November 2016 beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2016 mit dem „Sonderpreis Ressourceneffizienz“ ausgezeichnet worden.

Franz-Olaf Kallerhoff, Vorsitzender der Geschäftsführung Procter & Gamble Deutschland: „Der Nachhaltigkeitsgedanke ist tief in unseren geschäftlichen Abläufen und Handlungsweisen verankert. Als globales Unternehmen haben wir uns sehr ehrgeizige Ziele bei den Themen Umweltschutz und Nachhaltigkeit gesetzt. Wir sind schlichtweg davon überzeugt, dass die Menschen, die unseren Marken vertrauen, dies so von uns erwarten. Die Auszeichnung heute verstehen wir vor allem auch als Ansporn und Motivation, unseren eingeschlagenen Weg für mehr Nachhaltigkeit von der Rezeptur bis zur Herstellung, beim Verpackungsdesign und beim Recycling sowie auch beim Transport fortzusetzen“.

Virginie Helias, Vice President Global Sustainability Procter & Gamble:
„Wir verstehen Nachhaltigkeit nicht nur als Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung. Nachhaltigkeit ist für uns heute auch eine Geschäftsstrategie. Wir nutzen unsere Expertise, innovative Produkttechnologien zu entwickeln, die positiven Einfluss auf die Welt haben, in der wir leben. In Deutschland arbeiten rund 900 Forscher sehr erfolgreich an Innovationen, die herausragende Produktqualität mit größtmöglicher Ressourcenschonung verbinden.“

Nachhaltigkeit bei P&G:

Vor dem Hintergrund einer langfristigen, globalen Vision hat sich P&G konkrete Nachhaltigkeitsziele gesetzt, um Fortschritte messbar zu machen. Dazu zählen u.a.:

- Senkung der Treibhausgasemissionen um 30 % bis zum Jahr 2020:
  Die deutschen Produktionsstätten in Crailsheim, Groß-Gerau und Berlin investieren aktuell in die Reduktion ihrer CO_2 Emissionen. An allen drei Standorten werden bis Anfang 2017 neue Blockheizkraftwerke in Betreib genommen, die jeweils bis zu 3.200 Tonnen CO_2 pro Jahr einsparen.

- 900 P&G Forscher arbeiten in Deutschland daran, Produkte zu entwickeln, die herrausragende Produktqualität mit größtmöglicher Ressourcenschonung vereinen:

    - Bei Pampers konnten so über die letzten 25 Jahre durch Innovationen 50% des Windelmaterials und 70% des Verpackungsmaterials eingespart werden. Durch die neueste Produktverbesserung – die Pampers mit drei absorbierenden Kanälen – wurde der Materialverbrauch nochmals um 16% reduziert.

    - Durch den Umstieg von Kartonverpackungen auf Folienverpackungen bei Pampers Windeln konnten im Jahr 2015 in Westeuropa Materialeinsparungen von 80% erzielt werden.

    - „Ariel 3in1 Pods“ bieten durch das Drei-Kammersystem einen bisher unerreichten Grad an Kompaktierung. Daraus resultieren deutliche Einsparungen bei Material und Logistik: mindestens 40% weniger Verpackungsmaterial pro Waschladung und bis zu 20% weniger LKW Ladungen.

    - P&G steigert den Anteil an Recyclat in seinen Verpackungen kontinuierlich. 2015 wurden etwa 29.200 Tonnen Recyclat in Verpackungen verarbeitet. Die Flaschen von Ariel, Dash und Lenor Waschmitteln bestehen mittlerweile aus bis zu 50% Recyclat.

Weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit bei P&G finden Sie unter *http://de.pg.com/de-DE/nachhaltigkeitsstrategie*

Kontakt:
Procter & Gamble Germany GmbH & Co Operations oHG • Sulzbacher Str. 40 • 65824 Schwalbach a.Ts.
Leiterin Unternehmenskommunikation • Gabriele Hässig • Tel. 06196 89 6647• E-Mail: haessig.g@pg.com

Über Procter & Gamble
Procter & Gamble (P&G) bietet Verbrauchern auf der ganzen Welt eines der stärksten Portfolios mit qualitativ hochwertigen und führenden Marken wie Always®, Ambi Pur®, Ariel®, Bounty®, Charmin®, Crest®, Dawn®, Downy®, Fairy®, Febreze®, Gain®, Gillette®, Head & Shoulders®, Lenor®, Olaz®, Oral-B®, Pampers®, Pantene®, SK-II®, Tide®, Wick® und Whisper®. P&G ist weltweit in 70 Ländern tätig. Weitere Informationen über P&G und seine Marken finden Sie unter www.pg.com und www.twitter.com/PGDeutschland.