

12.05.2014 - 12:36 Uhr

Unilever weitet Nachhaltigkeitsprogramm aus

Thayngen (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial wird über obs versandt und ist abrufbar unter <http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> -

- Nachhaltigkeit treibt konzernweites Wachstum
- "Uns ist bewusst, dass Unternehmen eine noch größere Verantwortung übernehmen müssen. Deshalb werden wir uns in den Bereichen noch stärker engagieren, auf die wir als Unternehmen einen positiven Einfluss nehmen können", Paul Polman, CEO Unilever.
- Fokus auf Klimawandel, Ernährungssicherheit (Food security) sowie Wasser- und Sanitärversorgung

Unilever zieht im Jahr drei nach Veröffentlichung des Unilever Nachhaltigkeitsprogramms (Unilever Sustainable Living Plan) eine positive Bilanz. Das Unternehmen macht weiter sehr gute Fortschritte dabei, das eigene Geschäftsmodell auf nachhaltiges Wachstum auszurichten. Besondere Erfolge erzielte der Konsumgüterhersteller vor allen in den Bereichen, die er direkt beeinflussen kann.

"Nachhaltigkeit ist für uns weiterhin ein entscheidender Wachstumstreiber. Wir sehen, wie ein auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Geschäftsmodell, Mitarbeiter und Verbraucher noch enger an unser Unternehmen bindet. Unser Plan hilft uns, Geld zu sparen, Risiken zu minimieren und Innovationen voranzutreiben. Insbesondere Marken wie Dove, Lifebuoy, Pureit und Domestos, die einen besonderen Fokus auf Nachhaltigkeit legen, haben global ein überdurchschnittliches Wachstum erzielt", sagt Paul Polman, CEO Unilever.

Unilever baut Nachhaltigkeitsengagement aus

Angetrieben von diesen Erfolgen und von der Erkenntnis, dass das Unternehmen mit seinen Erfahrungen und seinem Einfluss einen tiefgreifenden Wandel bewirken kann, wird Unilever sein Nachhaltigkeitsengagement weiter verstärken:

- So wird das Unternehmen den Kampf gegen die Abholzung unterstützen, denn diese verursacht bis zu 15% der globalen Treibhausgas-Emission.
- Unilever macht sich für nachhaltige Landwirtschaft stark und leistet so einen Beitrag zur globalen Ernährungssicherung. Gleichzeitig wird das Unternehmen die Unterstützung von Kleinbauern deutlich ausweiten. Sie stehen für den Anbau von 80% der landwirtschaftlichen Rohwaren in Asien und im südlichen Afrika.
- Weiter wird das Unternehmen die Gesundheit und das Wohlbefinden von einer Milliarde Menschen verbessern, indem es sie dabei unterstützt, Zugang zu sauberem Trinkwasser und sanitären Einrichtungen zu erhalten.

Neben dem Fokus auf diese Bereiche, wird Unilever die eigenen Nachhaltigkeitsziele um weitere soziale Komponenten ergänzen. Dazu hat das Unternehmen angekündigt, in Zukunft die folgenden Ziele in sein Nachhaltigkeitsprogramm zu integrieren:

- Faire Arbeitsbedingungen entlang der Lieferkette
- Die Förderung von Frauen innerhalb des Unternehmens und ebenfalls entlang der gesamten Lieferkette
- Verstärkte Einbindung von Kleinbauern, Kleinhändlern und jungen Menschen (Inklusion)

Dazu Paul Polman: "Wir sind auf einem guten Weg zu mehr nachhaltigem Wachstum, aber wir sind noch lange nicht am Ziel. Uns ist bewusst, dass Unternehmen eine noch größere Verantwortung übernehmen müssen. Deshalb werden wir uns in den Bereichen, in denen wir als Unternehmen einen positiven Einfluss nehmen können, noch stärker engagieren."

Unilever Nachhaltigkeitsprogramm auf dem Prüfstand

Wie bereits in den vergangenen Jahren hat das Unternehmen sein Programm und die erzielten Erfolge mit Experten aus Wirtschaft, Handel, Verbraucherverbänden sowie Vertretern von Nichtregierungsorganisationen aus der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) kritisch diskutiert. Insgesamt bewerten die Experten das Programm des Unternehmens sehr positiv. "Ich bin

immer noch sehr beeindruckt. Das ist eines der ambitioniertesten Programme auf globaler Ebene, das dem WWF bekannt ist", sagt Martina Fleckenstein, Leiterin Landwirtschaft beim WWF Deutschland.

Hintergrund Unilever Nachhaltigkeitsprogramm (Unilever Sustainable Living Plan)

Im November 2010 hat sich Unilever mit dem Unilever Sustainable Living Plan einen 10-Jahres Plan für nachhaltiges Wachstum gesetzt. Dieser Plan umfasst die gesamte Lieferkette - von der Beschaffung der Rohwaren über die Verwendung der Produkte durch die Konsumenten bis hin zur Abfallentsorgung. Im Nachhaltigkeitsplan hat sich das Unternehmen bis 2020 drei große Ziele gesetzt:

- Die Steigerung von Gesundheit und Wohlbefinden von mehr als einer Milliarde Menschen
- Halbierung der Umweltbelastungen pro Verkaufseinheit
- 100% nachhaltige Beschaffung aller landwirtschaftlichen Rohwaren und Verbesserung der Lebensbedingungen von Millionen von Menschen entlang der Lieferkette

Bis Ende 2013 erzielte Unilever folgende Fortschritte:

- 48% aller landwirtschaftlichen Rohwaren stammen aus nachhaltigem Anbau (im Vergleich zu 14% im Jahr 2010).
- Unilever hat 303 Millionen Menschen dabei geholfen, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden über die Hygienemarken Lifebuoy, Signal, Pureit Trinkwasseraufbereiter und Dove zu verbessern (im Vergleich zu 52 Millionen im Jahr 2010).
- 31 % des Portfolio-Volumens erfüllte im Jahr 2013 die höchsten ernährungsphysiologischen Standards, die über nationale Ernährungsempfehlungen hinausgehen.
- Das Unternehmen hat 570.000 Kleinbauern geschult und unterstützt sowie Anzahl der Shakti-Unternehmerinnen in Indien von 48.000 im Jahr 2012 auf 65.000 Ende 2013 erhöht.

In den eigenen Produktionsstätten hat Unilever sehr gute Fortschritte im Jahr 2013 zu verzeichnen:

- Reduzierung von CO₂-Emission aus Energie um 32% pro produzierte Tonne
- Reduzierung der Wasserentnahme um 29% pro produzierte Tonne
- Reduzierung des Gesamtabfalls pro produzierte Tonne um 66% seit 2008 (das entspricht 97.000 Tonnen weniger Abfall im Vergleich zu 2008)
- Keine Deponieabfälle in drei Viertel aller Produktionsstätten (100% in DACH), im Vergleich zu 35% im Jahr 2010

Kosteneinsparungen:

Unilever hat durch Effizienzsteigerungen in der Produktion EUR350 Mio. seit 2008 eingespart

Über Unilever

Unilever ist ein international führender Konsumgüterhersteller. Das Unternehmen vertreibt Lebensmittel, Körperpflegeprodukte, Waschmittel und Haushaltsreiniger in über 190 Ländern. Unilever beschäftigt weltweit 174.000 Mitarbeiter und erzielte 2013 einen Umsatz von 49,8 Milliarden Euro. Mehr als die Hälfte des Umsatzes erwirtschaftet der Konsumgüterhersteller in Schwellen- und Entwicklungsländern (57% in 2013). Unilever arbeitet jeden Tag für eine bessere Zukunft. Mit seinen Produkten und Dienstleistungen hilft das Unternehmen Menschen dabei, sich wohl zu fühlen, gut auszusehen und mehr vom Leben zu haben. Zu Unilever gehören einige der weltweit bekanntesten und beliebtesten Marken wie Rama, Knorr, Becel, Bertolli, Lätta, Lipton, Dove, Duschdas, Axe, Rexona, Coral, Langnese und Ben & Jerry's. 14 dieser Marken erzielen einen jährlichen Umsatz von mehr als 1 Milliarde Euro.

Unilever hat es sich zum Ziel gesetzt, den Umsatz zu verdoppeln, dabei den Umwelteinfluss (inklusive der Rohwarenbeschaffung, Produktion, Verbrauch und Entsorgung) zu reduzieren und den positiven, sozialen Einfluss zu erhöhen. Das Unternehmen hat sich dazu verpflichtet bis 2020, mehr als eine Milliarde Menschen dabei zu unterstützen, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu verbessern, 100% der landwirtschaftlichen Rohwaren aus nachhaltigem Anbau zu beziehen und das angestrebte Wachstum vom Einfluss auf die Umwelt zu entkoppeln. Mehr als 50 zeitbasierte Ziele helfen Unilever dabei, diese drei großen Ziele zu erreichen.

Unilever ist Mitglied des Dow Jones Sustainability Index und belegte 14 Mal in Folge die Spitzenposition als nachhaltigstes Unternehmen im Bereich Lebensmittel ("Foods"). Weiter ist das Unternehmen Teil der FTSE4Good Index Series und hat mit einer Top-Bewertung die Aufnahme in den FTSE4Good Environmental Leaders Europe 40 Index geschafft. 2012 hat Unilever die Climate Counts Scorecard erhalten und belegt 2013 zum dritten Mal in Folge den ersten Platz in der Liste der Global Corporate Sustainable Leaders nach einer Erhebung durch die GlobeScan Inc. und Sustainability Ltd. Auf LinkedIn zählt Unilever zu den am meisten nachgefragten Arbeitgebern.

In Deutschland ist Unilever mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2012 in der Kategorie "Nachhaltigste Zukunftsstrategie"

ausgezeichnet worden.

Weitere Informationen zum Unilever-Nachhaltigkeitsprogramm finden Sie hier: www.unilever.de/sustainable-living

Weitere Informationen zum Unternehmen finden Sie hier: www.unilever.com und unter www.unilever.de

Kontakt:

Konstantin Bark

Telefon: +49 (0)40 3493 1164

Fax: +49 (0)40 3493 3520

E-Mail: Mediarelations.de@unilever.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014741/100755817> abgerufen werden.