

21.10.2015 - 12:25 Uhr

Unilever in Europa ohne Deponieabfall

Hamburg (ots) -

- Unilever betreibt europaweit alle Standorte, ohne Deponieabfall zu verursachen
- "In Europa haben wir jetzt gezeigt, wie ein solch ambitioniertes Ziel zu erreichen ist und hoffen auf Nachahmer in der gesamten Industrie." (Pier Luigi Sigismondi Unilever Chief Supply Chain Officer)
- Erneut Platz 1 im Dow Jones Sustainability Index

Unilever verursacht, als wahrscheinlich erstes Unternehmen dieser Größe, keine Deponieabfälle an allen seinen europäischen Standorten. Bereits vor neun Monaten hatte das Unternehmen bekannt gegeben, dass sämtliche der weltweit 242 Fabriken keine Deponieabfälle erzeugen. Zusätzlich zu den Fabriken haben jetzt auch alle weiteren 63 europäischen Standorte, wie Logistik- und Distributionszentren oder Bürogebäude, das Null-Deponieabfall-Ziel erreicht. Ausgenommen sind lediglich in geringsten Mengen anfallende Gefahrenstoffe, die gesondert entsorgt werden müssen.

Bis Jahresende strebt Unilever an, weltweit ein "Zero-Waste"-Unternehmen zu sein. Das bedeutet, dass sämtlicher an den unterschiedlichen Standorten entstehender Abfall zum Beispiel einer Wiederverwertung zugeführt oder zur Energieerzeugung genutzt wird. Zusätzlich arbeitet das Unternehmen daran, Abfall über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg zu vermeiden.

"Das Null-Deponieabfall-Ziel ist für uns ein wichtiger Baustein unserer nachhaltigen Wachstumsstrategie. In Europa haben wir jetzt gezeigt, wie ein solch ambitioniertes Ziel zu erreichen ist und hoffen auf Nachahmer in der gesamten Industrie. Geschafft haben wir das, indem wir uns mit anderen Unternehmen sowie Experten zusammengetan und unsere Mitarbeiter für dieses Ziel begeistert haben. Denn für uns steht fest: Nur gemeinsam wird es uns gelingen, weltweit und in großem Stil Abfall zu vermeiden", sagt Unilevers Chief Supply Chain Officer, Pier Luigi Sigismondi.

Unilevers Europapäsident Jan Zijderveld fügt hinzu: "Wir sind sehr stolz darauf, dass keiner unserer Standorte in Europa Deponieabfälle verursacht. Dieses Ziel zu erreichen war kein leichtes Unterfangen. So gehören uns viele Standorte nicht oder werden von uns nur teilgenutzt. Treibende Kraft war hier unser Nachhaltigkeitsprogramm, der Unilever Sustainable Living Plan. Dieser ist tief in der Organisation verankert und findet sich auch im Kern unserer Marken wieder. Nachhaltigkeit wird damit immer mehr zu einem klaren Wirtschaftsfaktor: Unsere nachhaltigen Marken wachsen schneller und dank einer gesteigerten Ressourceneffizienz oder eben auch der Vermeidung von Abfall sparen wir bares Geld."

Erneut Platz 1 im Dow Jones Sustainability Index im Bereich Lebensmittel

Das auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Geschäftsmodell von Unilever wird auch extern anerkannt. So hat das Unternehmen erneut den ersten Platz im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) im Bereich Lebensmittel belegt. Insgesamt erzielte Unilever 92 von 100 möglichen Punkten und verbesserte sich damit gegenüber dem Vorjahr um zwei Punkte. Der 1999 gegründete DJSI ist der erste globale Index, der die Leistung führender nachhaltigkeitsorientierter Unternehmen weltweit untersucht. Basis der Bewertung sind neben ökologischen auch ökonomische und soziale Kriterien. Damit hebt sich der DJSI sowohl von klassischen Aktienindizes als auch von rein ökologieorientierten Indizes ab.

Über Unilever

Unilever ist ein international führender Konsumgüterhersteller. Das Unternehmen vertreibt in über 190 Ländern Lebensmittel, Körperpflegeprodukte, Waschmittel und Haushaltsreiniger, die jeden Tag von rund 2 Milliarden Verbraucherinnen und Verbrauchern genutzt werden. Unilever beschäftigt weltweit über 172.000 Mitarbeiter und erzielte 2014 einen Umsatz von 48,4 Milliarden Euro. Mehr als die Hälfte des Umsatzes erwirtschaftet der Konsumgüterhersteller in Schwellen- und Entwicklungsländern (57% in 2014). Zu Unilever gehören einige der weltweit bekanntesten und beliebtesten Marken wie Rama, Knorr, Becel, Bertolli, Lätta, Lipton, Dove, Duschdas, Axe, Rexona, Coral, Magnum und Ben & Jerry's. Unilever hat es sich zum Ziel gesetzt bis 2020,

- das Unternehmenswachstum von dem Umwelteinfluss zu entkoppeln,
- mehr als einer Milliarde Menschen dabei zu unterstützen, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu verbessern,
- und die Lebensbedingungen von Millionen von Menschen zu steigern.

Unilever belegt auch 2015 wieder die Spitzenposition als nachhaltigstes Unternehmen im Bereich Lebensmittel im Dow Jones Sustainability Index. In Deutschland ist Unilever 2012 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie "Nachhaltigste Zukunftsstrategie" ausgezeichnet worden. Auf LinkedIn zählt Unilever zu den Top 3 der am meisten nachgefragten Arbeitgeber.

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, www.unilever.at sowie www.unilever.ch

Kontakt:

Konstantin Bark

Für Deutschland

E: mediarelations.de@unilever.com

T: +49 40 3493 1164

Für Österreich

E: mediarelations.at@unilever.com

T: +43 1 605 350

Für die Schweiz

E: mediarelations.ch@unilever.com

T: +41 52 645 6131

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014741/100779426> abgerufen werden.