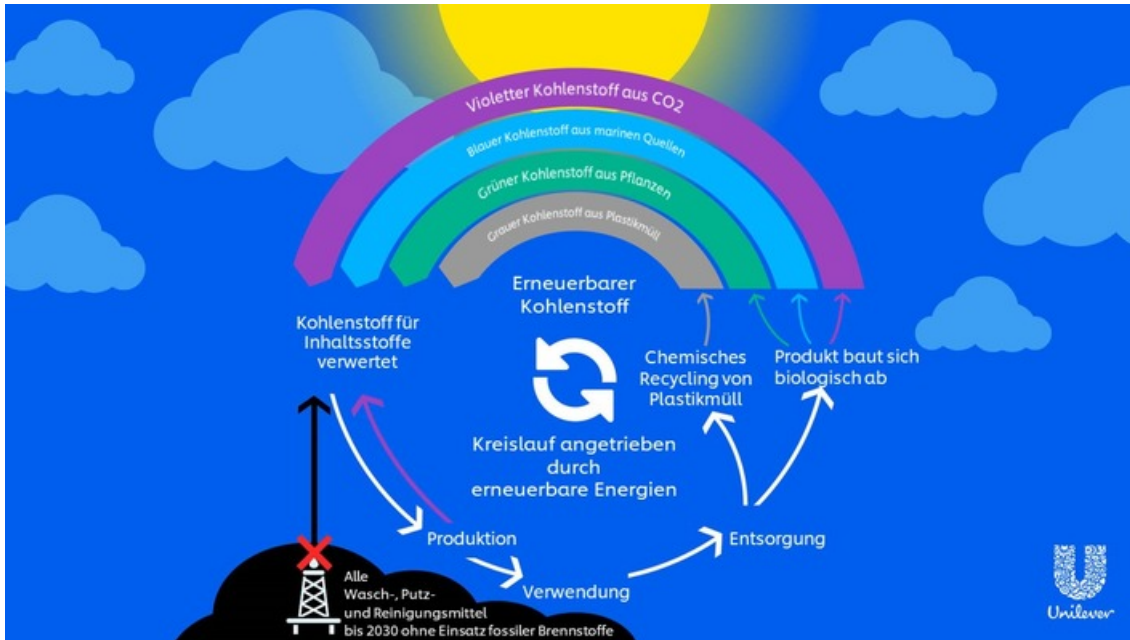


08.09.2020 - 12:37 Uhr

Unilever verbant fossile Brennstoffe aus Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln / Bis 2030 investiert der Konsumgüterkonzern eine Milliarde Euro, um das Klima zu schützen und Ressourcen zu schonen



Hamburg (ots) -

- Alle Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel des Konzerns sollen bis 2030 frei von nicht erneuerbaren Rohstoffen hergestellt werden. Dafür investiert Unilever 1 Mrd. Euro in Forschung und Entwicklung.
- Bis 2039 soll die gesamte Lieferkette der Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel Kategorie von der Materialbeschaffung über die Produktion bis in die Verkaufsregale netto-emissionsfrei werden.
- Unilever hat den innovativen Carbon Rainbow(TM) ("Kohlenstoff-Regenbogen") entwickelt. Dieser soll auch andere Unternehmen ermutigen, ihre Produktion vollständig auf Rohstoffe aus erneuerbaren oder recycelten Kohlenstoffquellen umzustellen.

Unilever investiert 1 Mrd. Euro in die Entwicklung von Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln mit erheblich geringeren Umweltbelastungen. Statt aus Erdöl oder anderen fossilen Quellen werden zukünftig nur Inhaltsstoffe aus nachwachsenden oder recycelten Rohstoffen zum Einsatz kommen. Dabei werden die Produkte weiterhin verlässlich für Hygiene und Sauberkeit sorgen - und dies zu einem erschwinglichen Preis.

Die meisten der marktüblichen Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel enthalten Inhaltsstoffe, die aus fossilen Kohlenstoffquellen gewonnen werden. Über den gesamten Lebenszyklus betrachtet verursachen diese derzeit den Großteil des CO₂-Fußabdruckes (46 %). "Clean Future" ist ein bahnbrechendes Innovationsprogramm der Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel Kategorie, zu der so bekannte Marken wie Coral, Viss/Cif und Domestos gehören. Ziel des Programms ist es, den Kohlenstoffverbrauch aus nicht erneuerbaren Quellen für alle Marken auf null herunterzufahren.

Zusätzlich investieren Unilever-Marken gemeinsam 1 Mrd. Euro in einen neuen Klima- und Umweltfonds, um den Klimawandel zu bekämpfen, die Umwelt zu schützen und zu regenerieren sowie die Ressourcen für künftige Generationen zu erhalten.

Peter ter Kulve, Präsident der Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel Kategorie: "Wir müssen unsere Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen durchbrechen. Das gilt im besonderen Maße für verarbeitende Betriebe: Sie müssen aufhören, weiterhin Kohlenstoff aus dem Boden zu pumpen. Das ist auch gar nicht so abwegig. Schließlich ist mehr als genug Kohlenstoff über dem Boden vorhanden. Wir müssen nur verstehen, wie wir ihn für uns nutzbar machen können."

Inka Naumann, Kategorie-Direktorin Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel DACH, ergänzt: "Die Nachfrage nach unseren Putz- und Reinigungsmitteln war in den letzten Monaten beispiellos. Mein Team und ich sind sehr stolz darauf, mit unseren Marken einen Beitrag zur Sicherheit in Zeiten von Covid-19 zu leisten. Aber auch der Klimawandel macht keine Pause und wir müssen unsere Kräfte bündeln, um die Erde - unser gemeinsames Zuhause - zu schützen. Daher bauen wir unser Geschäft in Deutschland, Österreich und der Schweiz radikal um."

"Clean Future" hat bereits zahlreiche Markteinführungen oder Relaunches in Deutschland, Österreich und der Schweiz inspiriert.

Deutschland

Die Marke Sieben Generationen ist in Deutschland Pionier und stellt bereits heute Produkte ganz ohne Farbstoffe und künstliche Duftstoffe her. Verwendet werden vorrangig pflanzenbasierte Inhaltsstoffe, die leistungsstark und biologisch abbaubar sind. In Hamburg ist es der Marke zudem gelungen, einen [regionalen Kreislauf](#) zu schließen.

Der Viss-Nachfüller ist eine Verpackungsrevolution auf dem Markt. Er kommt mit 75 % weniger Kunststoff als eine neue Sprühflasche aus. Die kleine 10-fach konzentrierte Kapsel wird auf den Flaschenhals aufgeschraubt. So kann nicht nur die Sprühflasche, sondern auch der Sprühkopf bis zu fünfzehn Mal wiederverwendet werden.

Das Viss Kraft & Glanz Badspray enthält 100 % Kalklösekraft natürlichen Ursprungs.

Die Verpackungen des Coral-Waschmittels stammen zu 70 % aus recyceltem Kunststoff. Die Behälter unserer Coral-Tabs sind 100% recycelbar.

Österreich

Der Cif-Nachfüller ist eine Verpackungsrevolution auf dem Markt. Er kommt mit 75 % weniger Kunststoff als eine neue Sprühflasche aus. Die kleine 10-fach konzentrierte Kapsel wird auf den Flaschenhals aufgeschraubt. So kann nicht nur die Sprühflasche, sondern auch der Sprühkopf bis zu fünfzehn Mal wiederverwendet werden.

Das Cif Kraft & Glanz Badspray enthält 100 % Kalklösekraft natürlichen Ursprungs.

Die Flaschen der Weichspülermarke Comfort bestehen bereits heute aus 100 % recyceltem Kunststoff.

Schweiz

Das Cif Power & Shine Badspray enthält 100 % Kalklösekraft natürlichen Ursprungs.

Unilevers Ansatz - der Kohlenstoff-Regenbogen

Den Ansatz, mit dem das Unternehmen sein - bis vor wenigen Jahren noch unvorstellbares - Ziel erreichen will, nennt es den Carbon Rainbow(TM) (Kohlenstoff-Regenbogen). Ziel ist es, die Kohlenstoffquellen für Produkte zu diversifizieren und nicht erneuerbare (auch bekannt als schwarzer Kohlenstoff) durch andere, umweltfreundliche Kohlenstoffquellen zu ersetzen. Genutzt werden sollen dabei aus der Luft isoliertes CO₂ (violett), CO₂ aus Pflanzen und Pflanzenextrakten (grün), CO₂ aus Meeresalgen (blau) und sogar CO₂, das aus Plastikmüll und anderem Abfall (grau) stammt. Der Kohlenstoff-Regenbogen soll auch andere Unternehmen dazu ermutigen, ihre Produktion vollständig auf Rohstoffe aus erneuerbaren oder recycelten Kohlenstoffquellen umzustellen.

Weitere Informationen:

So können Menschen, Unternehmen und Partner dazu beitragen:

- Besuchen Sie die [Website "Clean Future"](#), um mehr über Unilevers "Clean Future" Innovationsprogramm und die ausgewählten Projekte zu erfahren.
- Unilever ist Gründungsmitglied des Advisory Boards der "Renewable Carbon Initiative" (RCI) für erneuerbaren Kohlenstoff, einer neuen Koalition des nova-Instituts. Ziel ist es, erneuerbaren Kohlenstoff auf die politische Agenda zu bringen sowie eine nachhaltige Zukunft für die Chemie- und Kunststoffindustrie zu entwickeln und umzusetzen. Interessierte Unternehmen finden weitere Informationen auf der [Website des nova-Instituts](#).
- Wer einen Vorschlag für eine Innovation, eine Lösung oder eine Möglichkeit zur Zusammenarbeit mit Unilever hat, um das "Clean Future" Innovationsprogramm weiter voranzutreiben, ist eingeladen, Unilever über das Unilevers [Sustainability Partnerships and Open Innovation Submission Portal](#) zu kontaktieren.

Unilevers bestehende Nachhaltigkeitsziele

Die heutige Zielsetzung, alle Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel des Unternehmens bis 2030 frei von nicht erneuerbaren Rohstoffen herzustellen, ist eine Fortsetzung von Unilevers bestehenden Umweltverpflichtungen, darunter:

- alle Unilever-Produkte bis 2039 netto-emissionsfrei herzustellen
- die Treibhausgasbilanz unserer Produkte in der gesamten Wertschöpfungskette bis 2030 zu halbieren und gleichzeitig bis 2023 eine entwaldungsfreie Lieferkette zu erreichen
- bis 2030 nur noch biologisch abbaubare Produktformulierungen zu nutzen
- die Verwendung von Neuplastik zu reduzieren sowie mehr Kunststoff zu sammeln und zu verarbeiten, als wir verkaufen; 100 % der Kunststoffverpackungen bis 2025 so zu gestalten, dass sie wiederverwendbar, recyclingfähig oder kompostierbar sind, und bis 2025 mindestens 25 % recyceltes Plastik für unsere Verpackungen einzusetzen.

Erneuerbarer und recycelter Kohlenstoff

Erneuerbarer und recycelter Kohlenstoff umfasst alle Kohlenstoffquellen, welche die Nutzung fossilen Kohlenstoffs aus der Geosphäre ersetzen. Erneuerbarer Kohlenstoff darf aus der Biosphäre und Atmosphäre stammen. Recycelter Kohlenstoff wird aus der Technosphäre gewonnen. Erneuerbarer und recycelter Kohlenstoff zirkuliert zwischen Biosphäre, Atmosphäre und Technosphäre und erzeugt so eine Kohlenstoff-Kreislaufwirtschaft.

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 2,5 Milliarden Verbraucherinnen und Verbrauchern genutzt werden. Unilever beschäftigt weltweit über 150.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und erzielte 2019 einen Umsatz von 52 Milliarden Euro. Zu Unilever gehören einige der weltweit bekanntesten und beliebtesten Marken wie Knorr, Bertolli, Lipton, Dove, Axe, Rexona, Coral, Langnese, Eskimo, Lusso und Ben & Jerry's.

Unilever hat es sich zum Ziel gesetzt,

- bis 2020 mehr als eine Milliarde Menschen dabei zu unterstützen, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu verbessern,
- den Umwelteinfluss unserer Produkte bis 2030 zu halbieren und
- die Lebensbedingungen von Millionen von Menschen bis 2020 zu verbessern.

Unilever schafft Unternehmenswert, indem Wachstum und Vertrauen gesteigert sowie Kosten und Risiken gesenkt werden. Unsere Marken, die eine nachhaltige Lebensweise unterstützen, standen 2019 für 78 Prozent unseres Wachstums sowie 75 Prozent unseres Umsatzes.

Das Unternehmen will bis 2030 eine positive CO₂-Bilanz in seinen Produktionsprozessen erreichen. Außerdem hat Unilever zugesichert, dass 100 Prozent seiner Kunststoffverpackungen bis 2025 vollständig wiederverwendbar, recycelbar oder kompostierbar sind. Bis 2025 sollen zudem die verwendete Menge an Neuplastik halbiert und somit 350.000 Tonnen weniger Neuplastik für Verpackungen eingesetzt werden

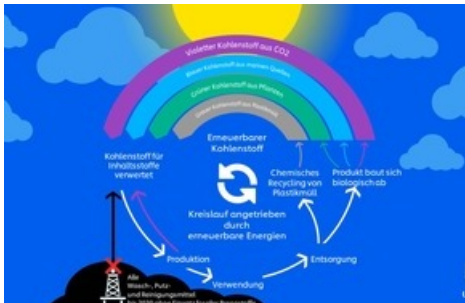
Im Dow Jones Sustainability Index belegte Unilever 2019 erneut eine führende Position und ging in diesem Jahr bereits zum zehnten Mal in Folge aus der Globescan/Sustainability Global Corporate Sustainability Leaders Survey als bestplatziertes Unternehmen hervor.

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

Pressekontakt:

Unilever Deutschland GmbH
Konstantin Bark
Telefon: +49 (0)40 69639 2164
E-Mail: Mediarelations.de@unilever.com

Medieninhalte



Kohlenstoff-Regenbogen / Unilever verbant fossile Brennstoffe aus Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/24435 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/Unilever Deutschland GmbH"



Deutschland: Viss-Nachfüller / Unilever verbant fossile Brennstoffe aus Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/24435 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/Unilever Deutschland GmbH"



Schweiz: Cif Power & Shine Badspray / Unilever verbant fossile Brennstoffe aus Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/24435 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/Unilever Deutschland GmbH"



Österreich: Cif-Nachfüller / Unilever verbant fossile Brennstoffe aus Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/24435 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Unilever Deutschland GmbH"



Deutschland: Sieben Generationen Flasche aus 100 % recyceltem Plastik / Unilever verbant fossile Brennstoffe aus Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/24435 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Unilever Deutschland GmbH"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014741/100855096> abgerufen werden.