



Presseabteilung

Unilever Deutschland GmbH, Strandkai 1, 20457 Hamburg

Tel: 040 – 3493 1164 Fax: 040 – 3493 3520

E-Mail: mediarelations.de@unilever.com www.unilever.de

FACTSHEET NACHHALTIGKEIT

FACTSHEET NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeit ist bei Unilever Teil der Unternehmensstrategie. Bereits seit elf Jahren in Folge führt das Unternehmen den Dow Jones Sustainability Index im Bereich Foods an und veröffentlicht seit mehr als 15 Jahren Umweltkennzahlen unter anderem zu CO₂, Wasser und Abfall.

1. Weniger Wasser

Seit 1995 hat Unilever in seinen Produktionsstätten den Wasserverbrauch pro Produkttonne um 63 Prozent gesenkt.

2. Strom aus Wasserkraft

Alle Produktionsstätten und die Zentrale der Unilever Deutschland GmbH beziehen seit Anfang 2010 Strom aus Wasserkraft. Lieferant ist die Lechwerke AG in Augsburg. Dadurch werden die CO₂-Emissionen um 60.000 Tonnen pro Jahr gesenkt. Bis 2012 wird Unilever auf Grundlage der Zahlen von 2004 den CO₂-Ausstoß weltweit um 25 Prozent verringern.

3. Umweltfreundliches Gebäude

Das Unilever-Haus in der Hamburger HafenCity ist das weltweit erste Gebäude, das fast ausschließlich mit energiesparenden LED-Lampen beleuchtet wird. Dank Betonkernkühlung kommt es ohne Klimaanlage aus. Das Gebäude erhielt bereits zahlreiche Auszeichnungen, wie den BEX-Award und den Gold Standard im nachhaltigen Bauen.

4. Effiziente Stromerzeugung

Das neue Blockheizkraftwerk im Eiscreme-Werk in Heppenheim mit einer Gesamtleistung von 1,6 Megawatt und einem Gesamtwirkungsgrad von 87 Prozent produziert 20 Prozent des benötigten Stroms vor Ort. Die Abwärme erhitzt das Primärheizwassernetz des Werkes.

5. Klimafreundlichere Waschmittel

Die Einführung der kompakten und konzentrierten Waschmittel, wie z.B. Coral Klein & Kräftig, haben zu einer Reduzierung der Treibhausgase entlang der gesamten Wertschöpfungskette um ca. 15 Prozent geführt.

6. Palmöl aus zertifiziertem Anbau

Bereits in 2008 hat Unilever sich dazu verpflichtet, bis zum Jahr 2015 das gesamte eingesetzte Palmöl rückverfolgbar aus nachhaltigem Anbau zu beziehen. In 2010 werden bereits 30 Prozent des von Unilever eingekauften Palmöls zertifiziert sein. Unilever setzt sich aktiv für ein Moratorium gegen die Abholzung von tropischem Regenwald ein.

7. Kontrollierter Kartoffelanbau

In Deutschland kommen die Kartoffeln für die Marke Pfanni aus regionalem, kontrolliertem Vertragsanbau. Zu den Kriterien des kontrollierten Vertragsanbaus zählen u.a. die Auswahl geeigneter Anbausorten, die Prüfung der Bodenqualität und ein generelles Verbot der Klärschlammausbringung.

8. Tee aus nachhaltigem Anbau

Ende 2010 wird der Tee für die Lipton Yellow Label Teebeutel aus nachhaltigem Anbau stammen. Bis zum Jahr 2015 wird Unilever für alle Teebeutel der Traditionsmarke Lipton weltweit ausschließlich Tee von Farmen beziehen, die von der Rainforest Alliance zertifiziert sind.

9. Ben & Jerry's Fair Trade Eiscreme

Bis Ende 2011 werden alle Ben & Jerry's Eiscremes den Fair Trade Status haben, d.h. die Rohwaren werden Fair Trade zertifiziert sein. Die Milch wird weiterhin von regionalen Bauern geliefert.

10. Weniger Abfall

Seit 1995 konnte der Abfall pro Produkttonne in den Unilever-Werken weltweit um 68 Prozent reduziert werden.

