

Electrolux Group erreicht als eines der ersten Unternehmen wissenschaftsbasiertes Klimaziel

Die Electrolux Group ist ihrem Plan drei Jahre voraus: Im Jahr 2018 gehörte das Unternehmen zu den ersten 100 Unternehmen, die ihre Klimaziele auf Basis von globalen, wissenschaftsbasierten Grundlagen definiert haben. Nun ist Electrolux eines der ersten Unternehmen weltweit, das dieses Ziel bereits erreicht hat. Dies ist nur eines der Highlights aus dem jetzt veröffentlichten Electrolux Nachhaltigkeitsbericht 2022.

Electrolux hat seine absoluten Scope-1- und Scope-2-Treibhausgasemissionen (direkte und indirekte Treibhausgasemissionen im Produktionsbetrieb) im Vergleich zu 2015 um 82 Prozent gesenkt und damit sein Ziel einer Reduktion von 80 Prozent bis zum Jahr 2025 frühzeitig übertroffen. Auch die Scope-3-Emissionen (die bei der Nutzung von Produkten entstehen) sind im Vergleich zu 2015 um über 25 Prozent zurückgegangen. Damit hat das Unternehmen das Ziel, seine Scope-3-Emissionen bis 2025 um 25 Prozent zu senken, bereits drei Jahre vor der gesteckten Frist erreicht.

„Wir waren weltweit eines der ersten 100 Unternehmen, die sich ein ehrgeiziges Klimaziel gesetzt haben – und jetzt gehören wir zu den allerersten Unternehmen, die es erreicht haben. Als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit sehen wir uns in der Verantwortung zu zeigen, was möglich ist – und dieses Ergebnis unterstreicht genau das“, sagt Jonas Samuelson, CEO der Electrolux Group.

„Unsere Arbeit hört hier nicht auf. Wir sind bereits dabei, unsere neue wissenschaftsbasierte Zielvorgabe von der Initiative Science Based Targets (SBTi) genehmigen zu lassen, während wir parallel kontinuierlich daran arbeiten, ein noch nachhaltigeres Unternehmen zu sein – etwa durch unsere Betriebe, unsere Produkte und die Art und Weise, wie wir den Konsument:innen ein nachhaltigeres Leben ermöglichen“, ergänzt Vanessa Butani, Electrolux Group VP Sustainability.

„In dem sie sich ambitionierte, wissenschaftlich fundierte Klimaziele stecken, zeigen Unternehmen ihr Engagement und ihren Beitrag, um die globale Erwärmung im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen auf unter 1,5 Grad Celsius zu beschränken. Mit der Erreichung ihres ersten Klimaziels ist die Electrolux Group ein großartiges Beispiel, wie sich Unternehmen dafür einsetzen, dass die Industrie den Menschen und unserem Planeten besser gerecht wird“, sagt Maxfield Weiss, Executive Director CDP Europe.

Nachhaltige Meilensteine in 2022

Besseres Unternehmen

- * 98 Prozent des weltweit in Electrolux Betrieben verbrauchten Stroms stammt aus erneuerbaren Energien.
- * 124.000 Menschen wurden seit 2016 von der Electrolux Food Foundation über nachhaltige Ernährung informiert.
- * 35 Prozent der Seefracht wird mit nachhaltigeren Kraftstoffen transportiert.

Bessere Lösungen

- * Die energie- und wassereffizientesten Produkte der Electrolux Group haben 24 Prozent der gesamt verkauften Geräte sowie 39 Prozent des Bruttogewinns ausgemacht.
 - * Die Innenverkleidungen der neuen Einbaukühlschränke von Electrolux bestehen aus 70% recyceltem Kunststoff.
 - * 4.000 Komponenten wurden auf ihre chemische Verträglichkeit geprüft.
-

Besser leben

* Kühlschränke mit Cooling 360- und ColdSense-Technologie sorgen dafür, dass Zutaten länger haltbar sind und helfen somit dabei, Lebensmittelabfälle zu reduzieren.

* Weltweit wurden Millionen von Menschen durch die Electrolux Kampagne zum Thema „Wegwerf-Mode“ erreicht, die zu nachhaltigeren Waschgewohnheiten anregt.

* Electrolux hat erstmalig einen Staubsauger komplett ohne Farbe auf den Markt gebracht, um den Einsatz von Chemikalien, Energie und Material zu reduzieren.

Internationale und regionale Nachhaltigkeitsinitiativen

Innovation treibt nachhaltige Produkte voran

Ein weiterer Nachhaltigkeits-Meilenstein im Kühlbereich ist eine neue Serie von Einbaukühlschränken, die über einen Ecometer verfügen und deren Innenverkleidung aus 70% recyceltem Kunststoff hergestellt sind. Im Wäschepflegebereich sparen neue Frontlader-Waschmaschinen im Vergleich zu Toplader-Waschmaschinen durchschnittlich über 450 Liter Wasser pro Jahr ein.

Fast 98 Prozent der Produktionsabfälle werden recycelt oder wiederverwertet

Bis Ende 2022 wurden 55 Prozent der Electrolux Fabriken nach dem „Zero Waste to Landfill“-Programm zertifiziert – mit dem Ziel, bis 2025 alle Standorte zertifizieren zu lassen. Ziel des „Zero Waste to Landfill“-Programms ist es, bis zum Jahr 2025 mehr als 99 Prozent des Abfalls zu recyceln und wiederzuverwerten, der weltweit an den Electrolux Produktionsstandorten entsteht.

Kinder auf der ganzen Welt für eine nachhaltigere Ernährung begeistern

Im Jahr 2022 brachte die Electrolux Food Foundation ein Toolkit auf den Markt, das Lehrer:innen das nötige Rüstzeug an die Hand gibt, um Kinder über nachhaltige Ernährung aufzuklären. Bislang sind weltweit 88.000 Kinder zu Food Heroes geworden, um eine nachhaltigere Welt zu fördern. Das Food Heroes-Toolkit kann kostenlos auf www.replate.com heruntergeladen werden.

Kleine Schritte mit großer Wirkung: Energie sparen und CO₂-Ausstoß im Werk Rothenburg reduzieren

Im Produktionswerk in Rothenburg ob der Tauber nutzen Electrolux Mitarbeiter:innen seit Kurzem vorhandene, aber bisher nicht genutzte Wärmeenergie aus den Emailieröfen, um Energie einzusparen und gleichzeitig den CO₂-Ausstoß zu reduzieren. Mittels eines Umluftgebläses und einer Filteranlage wird die Abwärme aus dem Emailierwerk gereinigt und zur Beheizung der Herdmontagelinien genutzt. In einem durchschnittlichen Jahr können so zukünftig rund 530 Megawattstunden Energie eingespart und 98 Tonnen an CO₂-Ausstoß vermieden werden. Damit könnten circa 47 Zwei-Personen-Haushalte ihre 80 Quadratmeter Wohnung ein Jahr lang beheizen.

Laden Sie hier die vollständige Version sowie die Kurzversion des Berichts hier herunter:

Kurzversion Electrolux Nachhaltigkeitsbericht 2022 (Deutsch): <https://www.aeg.de/siteassets/regional-assets/emea/germany/downloads/electrolux-group-nachhaltigkeitsbericht-de-2022.pdf>

Website Electrolux Nachhaltigkeitsbericht 2022 (Englisch): www.electroluxgroup.com/en/category/sustainability/

Die Electrolux Group ist ein weltweit führender Gerätehersteller, der das Leben seiner Kundinnen und Kunden seit über 100 Jahren besser macht. Wir erfinden Geschmack, Pflege und Wohlbefinden für Millionen von Menschen neu, immer in dem Bestreben, mit unseren Innovationen und Lösungen Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit zu sein. Unter unseren Marken, zu denen u.a. AEG, Electrolux und Frigidaire gehören, verkaufen wir in ca. 120 Ländern jährlich rund 60 Millionen Haushaltsgeräte. 2022 erwirtschaftete die Electrolux Group mit 51.000 Mitarbeitern weltweit einen Umsatz von 135 Mrd. SEK (ca. 12,1 Mrd. EUR). Weitere Informationen finden Sie unter www.electroluxgroup.com.

Für weitere Informationen,
kontaktieren Sie bitte:

Electrolux Group
Pressesprecher Deutschland
Maximilian Müller
E: maximilian.muller@electrolux.com

Electrolux Hausgeräte GmbH
Fürther Straße 246
90429 Nürnberg
+49 911 323 0
www.electroluxgroup.com

Über die Initiative Science Based Targets (Wissenschaftsbasierte Ziele)

Die Initiative Science Based Targets (SBTi) ist eine Partnerschaft zwischen dem Carbon Disclosure Project (CDP), dem United Nations Global Compact Netzwerk, dem World Resources Institute (WRI) und dem World Wide Fund for Nature (WWF). Die SBTi-Initiative fördert ehrgeizige Klimaschutzmaßnahmen in der Privatwirtschaft, indem sie es Organisationen ermöglicht, wissenschaftsbasierte Emissionsreduktionsziele im Einklang mit einer 1,5 Grad-Zukunft festzulegen. Tausende von Organisationen auf der ganzen Welt führen den Übergang zu einer Netto-Null-Wirtschaft an, indem sie sich mit Hilfe der SBTi wissenschaftlich fundierte Emissionsreduktionsziele setzen.

Die Electrolux Group ist ein weltweit führender Hausgerätehersteller, der das Leben seiner Kundinnen und Kunden seit über 100 Jahren besser macht. Wir erfinden Geschmack, Pflege und Wohlbefinden für Millionen von Menschen neu, immer in dem Bestreben, mit unseren Innovationen und Lösungen Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit zu sein. Unter unseren Marken, zu denen u.a. AEG, Electrolux und Frigidaire gehören, verkaufen wir in ca. 120 Ländern jährlich rund 60 Millionen Haushaltsgeräte. 2022 erwirtschaftete die Electrolux Group mit 51.000 Mitarbeitern weltweit einen Umsatz von 135 Mrd. SEK (ca. 12,1 Mrd. EUR). Weitere Informationen finden Sie unter www.electroluxgroup.com.

Für weitere Informationen,
kontaktieren Sie bitte:

Electrolux Group
Pressesprecher Deutschland
Maximilian Müller
E: maximilian.muller@electrolux.com

Electrolux Hausgeräte GmbH
Fürther Straße 246
90429 Nürnberg
+49 911 323 0
www.electroluxgroup.com