

Medieninformation

Wien, 12. Mai 2021

Electrolux senkte CO₂-Emissionen um 70 Prozent

Seit 2015 hat der weltweit agierende Hausgerätehersteller Electrolux seinen CO₂-Fußabdruck empfindlich reduziert. Von 2015 bis 2020 wurden die CO₂-Emissionen aus dem Betrieb um bereits 70 Prozent verringert. Bis 2030 sollen die Kohlenstoff-Emissionen aus den weltweiten Fabriken und Standorten auf Null gesenkt werden. Das geht aus dem kürzlich veröffentlichten Nachhaltigkeitsbericht des Konzerns hervor.

Die Reduktion gelang durch eine konsequente Umstellung auf erneuerbare Energiequellen und Standortmodernisierungen. So spart etwa eine Solaranlage in einem australischen Werk in Adelaide jährlich rund 2.500 Tonnen CO₂ ein. In den USA wurde der Standort Springfield modernisiert, dessen Energieeffizienz um 30 Prozent verbessert und der CO₂-Ausstoß um 40 Prozent verringert. Und auch in einem F&E-Werk in Italien wurde Dank des Einsatzes neuester Technologien der Energieverbrauch um 70 Prozent gesenkt.

Der konzernweite Plan zur Klimaneutralität sieht vor, bis 2025 den CO₂-Ausstoß aus dem Betrieb um 80 Prozent zu reduzieren und jenen aus der Nutzung von Electrolux-Produkten um 25 Prozent. Bis 2030 soll der Betrieb komplett klimaneutral passieren und bis 2050 soll diese Klimaneutralität für die gesamte Wertschöpfung gelten. Diese Roadmap wurde wissenschaftsbasiert entwickelt und von der Science Based Targets Initiative (SBTi) genehmigt.

Das Electrolux-Programm „For a better 2030“ involviert die höchste Managementebene des Konzerns. Electrolux-CEO Jonas Samuelson dazu: „Besonders stolz bin ich auf unser neues Anreizprogramm für Führungskräfte. Das Programm soll die Top-260-Manager bei Electrolux dafür belohnen, die Klimaschutzmaßnahmen im gesamten Konzern voranzutreiben – damit wir unser wissenschaftsbasiertes Klimaziel bis 2030 erreichen.“

Der Nachhaltigkeitsbericht dokumentiert die Fortschritte des Programms in mehreren Bereichen - zum Beispiel:

Energie- und wassereffiziente Produkte

Electrolux investiert ein Drittel des Forschungs- und Entwicklungsbudgets in Produktinnovationen für gesteigerte Wasser- und Energieeffizienz. Bereits 26 Prozent der 2020 verkauften Einheiten zeichneten sich durch niedrigsten Wasser- und Energieverbrauch aus.

Circular Economy

Bis 2030 sollen Electrolux-Produkte aus zu mindestens 50 Prozent recyceltem Material bestehen. Der erste Prototyp eines Staubsaugers, der bereits vollständig aus recyceltem Kunststoff besteht, wurde im Oktober 2020 vorgestellt. Der Anteil an recyceltem Material im Bereich Geschirrpflege konnte bereits um 40 Prozent gesteigert werden.

Nachhaltige Ernährung

Lebensmittel sind in vielfacher Hinsicht kostbar. Weniger Lebensmittelabfälle sind nicht nur ein moralisches Ziel, sondern wirken sich auch positiv aufs Klima aus. Um das Bewusstsein der Konsumenten zu schärfen und ihnen konkrete Lösungen anzubieten hat sich die Electrolux Food Foundation zum Ziel gesetzt, bis 2030 300.000 Menschen zu einer nachhaltigen Ernährung zu

inspirieren. Durch erste, insbesondere virtuelle Veranstaltungen konnten bisher 9.400 Teilnehmer erreicht werden.

Hinzu kommen noch weitere Themen wie eine nachhaltige Lieferkette, für die in 2020 192 Top-Lieferanten sich zur Offenlegung und Reduzierung von Emissionen verpflichtet haben, oder eine auf Ethik, Integrität und Respekt beruhende Unternehmenskultur, für die 79 Prozent der berechtigten Mitarbeiter eine Anti-Korruptionsschulung absolviert haben.

Weitere Anstrengungen nötig

Electrolux sieht sich auf einem guten Weg hin zu einem nachhaltigen Unternehmen, aber noch lange nicht am Ende angekommen. Trotz allem, was bisher bereits geschafft wurde, gibt es auch noch viele Bereiche, die zusätzliche Anstrengungen erfordern, um die gesteckten Ziele zu erreichen. Bei der Verwendung von wiederaufbereitetem Stahl etwa sollen die Erfahrungen aus Nordamerika dazu dienen, auch in anderen Regionen entsprechende Lieferanten zu identifizieren und so die Recyclingquote zu erhöhen. Die Deklaration von Chemikalien entlang der gesamten Wertschöpfungskette muss bei Lieferanten in den einzelnen Regionen noch verbessert werden. Und auch der Energiebezug aus zertifizierten erneuerbaren Quellen muss weiter vorangetrieben werden.

Electrolux ist ein weltweit führender Hersteller von Hausgeräten für den privaten und gewerblichen Einsatz. Jedes Jahr kaufen Kunden in über 120 Märkten mehr als 60 Millionen Produkte. Der Schwerpunkt des Unternehmens liegt auf innovativen, durchdachten Geräten, die auf Basis umfassender Konsumentenbefragungen entwickelt werden und so den realen Bedürfnissen der Verbraucher und Profis entsprechen. Bekannte Marken wie Electrolux, AEG, Eureka und Frigidaire bilden ein Portfolio aus Kühlschränken, Geschirrspülern, Waschmaschinen, Herden, Klimaanlage und Kleingeräten, wie zum Beispiel Staubsauger. 2020 erwirtschaftete Electrolux mit 48.000 Mitarbeitern einen Umsatz von 116 Milliarden SEK (circa 11,48 Mrd. Euro). Weitere Informationen finden Sie unter www.aeg.at und www.electroluxgroup.com.

Rückfragen bitte an:

Electrolux Austria GmbH
Martin Bekerle, Director Marketing & PR Austria
T. 01/86640-263
M. martin.bekerle@electrolux.com