



Pressemitteilung

Procter & Gamble Germany GmbH & CO
Operations OHG
Sulzbacher Str. 40
65824 Schwalbach am Taunus

1

P&G kündigt neue Nachhaltigkeitsvision und -ziele an

SCHWALBACH AM TAUNUS / CINCINNATI, 29. September 2010 - P&G hat sich zum Ziel gesetzt, das Leben von Menschen jetzt und in Zukunft zu verbessern. Inspiriert und angetrieben von diesem Ziel, das eng mit den Geschäfts- und Finanzziele verknüpft ist, beschleunigt das Unternehmen seine Fortschritte in der Nachhaltigkeit.

2007 kündigte P&G eine neue Nachhaltigkeitsstrategie und neue 5-Jahres-Ziele an, die 2009 noch erweitert wurden. Im Rahmen seiner anhaltenden Nachhaltigkeitsstrategie hat das Unternehmen jetzt eine langfristige ökologische Nachhaltigkeitsvision und entsprechende Ziele für das Jahr 2020 angekündigt, die beim messbaren Fortschreiten in Richtung dieser Vision helfen sollen.

Im Rahmen der Strategie von P&G, verantwortlich zu wachsen, wird auf eine langfristige ökologische Nachhaltigkeitsvision mit folgenden Eckpunkten hingearbeitet:

- Die P&G Werke sollen zu 100% mit erneuerbarer Energie betrieben werden.
- Für alle Produkte und Verpackungen sollen 100 % erneuerbare oder wiederverwertete Materialien verwendet werden.
- Kein Anfall von Verbraucher- und Herstellungsabfall für Mülldeponien
- Entwicklung von Produkten, die Verbraucherwünsche erfüllen, bei gleichzeitiger Schonung von Umweltressourcen

Da die Erfüllung dieser Vision Jahrzehnte in Anspruch nehmen wird, wurden auch 10-Jahres-Ziele angekündigt. Diese Ziele, die bis 2020 erreicht werden sollen, stellen eine schrittweise Annäherung an die langfristige Vision dar. Sie werden helfen, die Anstrengungen auf Bereiche zu konzentrieren, die am meisten zur ökologischen Nachhaltigkeit beitragen. Die



2020 Nachhaltigkeitsziele sind zusätzliche Ziele zu den 2012 Zielen. P&G ist zuversichtlich, diese auch zu erreichen und wird weiterhin über die Fortschritte berichten.

Ökologische Nachhaltigkeitsziele für 2020

Strategie 1: Produkte

Ersetzen von Materialien auf Erdölbasis durch nachhaltig gewonnene, erneuerbare Materialien 25 %*

Waschen von Wäsche mit kaltem Wasser 70 % aller Waschladungen

Reduktion von Verpackungen 20 % (pro Verbraucheranwendung)*

Müllaufkommen beim Verbraucher Durch Pilotstudien in entwickelten Märkten und in Entwicklungsmärkten, das Verständnis dafür zu bekommen, wie man auf die Ablagerung / Depositionierung von Feststoffabfällen in Mülldeponien verzichten kann.

Strategie 2: produzierende Standorte

Erneuerbare Energie für unsere Werke 30 %

Produktionsabfall < 0,5 % (entsorgt)

Reduktion von Lastwagentransporten 20 % (km/Volumeneinheit)*

* vs. 2010 Vergleichswert

Umweltprobleme wie Feststoffabfall, Klimawandel und Wasserknappheit machen der Welt zu schaffen. P&G ist sich bewusst, dass alle zusammen anhaltende und umfassende Anstrengungen unternehmen müssen, um diese Probleme zu lösen. Da ein einzelnes Unternehmen unmöglich alleine alle Antworten finden kann, bemüht sich P&G, an der Diskussion teilzunehmen und bei der Suche nach Lösungen zu helfen.

So nimmt beispielsweise der P&G Standort Worms am „Energie Effizienz Netzwerk der Stadt




Worms“ teil. Dieses Projekt wird vom Bund gefördert und vom Fraunhofer Institut wissenschaftlich begleitet. Ziel ist es die Energieeffizienz zu steigern und die CO2 Emission zu reduzieren.

An den deutschen Standorten werden sämtliche Umweltbelastungen wie Emissionen, Abwasser und Abfall, die bei der Herstellung und dem Versand der Produkte entstehen, erfasst und kontinuierlich reduziert. Die Anwendung nachhaltiger Technologien (z.B. Photovoltaik, Wärmerückgewinnung) spielten dabei in Gegenwart und Zukunft eine große Rolle. Viele der P&G Werke erreichten schon heute eine Recyclingquote von über 90 Prozent.

Über Procter & Gamble

Vier Milliarden Mal am Tag kommen die Verbraucher in aller Welt mit den Marken von P&G in Berührung. Das Unternehmen steht für eines der stärksten Portfolios von bewährten, hochwertigen und führenden Marken, zu denen unter anderem Pampers®, Tide®, Ariel®, Always®, Whisper®, Pantene®, Mach3®, Bounty®, Dawn®, Gain®, Pringles®, Charmin®, Downy®, Lenor®, Iams®, Crest®, Oral-B®, Duracell®, Olay®, Head & Shoulders®, Wella®, Gillette®, Braun® und Fusion® gehören. Für P&G sind mehr als 127.000 Mitarbeiter in über 80 Ländern weltweit tätig. Weitere Informationen und Berichte über P&G und unsere Marken finden Sie unter <http://www.pg.com>.

P&G Deutschland ist Förderer von 

#