

## MEDIENINFORMATION

### Arçelik gibt Nachhaltigkeitsziele für 2030 bekannt

- **100 % der Elektrizität, die in globalen Produktionsanlagen verwendet wird, soll aus erneuerbaren Quellen stammen**
- **Abfallrecycling soll auf 99 % und die Verwendung von recycelten Materialien auf 40 % steigen**
- **Der Energie- und Wasserverbrauch pro Produkt wird um 45 % sinken (2019 reduzierte Arçelik seinen Energieverbrauch pro Produkt um 43,5 %)**
- **Erhöhung der weiblichen Führungskräfte auf 30 % bis 2030**

Arçelik, Muttergesellschaft von 12 führenden Haushaltsgeräte-Marken, darunter zwei der größten in Europa, Beko und Grundig, sowie elektrabregenz und Branchenführer im Bereich Nachhaltigkeit hat mit „Respecting the World, Respected Worldwide“ seinen 12. Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Darin werden die Übernahme von Nachhaltigkeit als Geschäftsmodell und kurz-, mittel- sowie langfristige Ziele bis 2030 angekündigt.

**Istanbul / Wien, 5. Juni 2020** – Arçelik CEO Hakan Bulgurlu dazu: „Eine nachhaltige Welt ist möglich, wenn wir heute die richtigen Schritte unternehmen. Mit dieser Überzeugung haben wir unseren 'In Touch Technology'-Ansatz entwickelt. Mit unserer globalen Reichweite, unserem großen Netzwerk von Stakeholdern und unseren Technologien, die unseren Planeten und unser Leben verbessern, streben wir danach, ein Teil der Lösung bei der Bewältigung von Umwelt- und Sozialproblemen zu sein. Bis zum Jahr 2030 wollen wir 100 % der Elektrizität, die wir in unseren weltweiten Produktionsanlagen verbrauchen, aus erneuerbaren Energiequellen bereitstellen und die Abfall-Recyclingquote auf 99 % und die Verwendung von Recycling-Anteilen auf 40 % steigern.“

„Der Ausbruch von COVID-19 hat in kurzer Zeit die ganze Welt in Mitleidenschaft gezogen und uns erneut daran erinnert, dass unsere wichtigste Verantwortung darin besteht, unsere Umwelt, das Ökosystem, die biologische Vielfalt und die natürlichen Ressourcen zu schützen. Wir glauben, dass alle Unternehmen nach der Pandemie Nachhaltigkeit als ihr Geschäftsmodell übernehmen werden. Die Menschen werden mit ihren Kaufentscheidungen die Unternehmen auch dazu ermutigen, Verantwortung für ökologische und soziale Probleme zu übernehmen,“ so Bulgurlu.

#### **Senkung des Energie- und Wasserverbrauchs pro Produkt um 45 %**

Bis 2030 will das Unternehmen 15 MW an erneuerbaren Energiesystemen errichten und den Energieverbrauch pro Produkt in seinen Werken in Südafrika, Russland, der Türkei, Rumänien, China, Thailand und Pakistan im Vergleich zum Basisjahr 2015 um 45 % senken. Im Jahr 2019 hat Arçelik in seinen Werken in der Türkei, Rumänien, China, Russland und Südafrika den Energieverbrauch pro Produkt um 43,5 % im Vergleich zu 2010 gesenkt. Ziel ist es, in den türkischen Produktionsanlagen bis 2025 ein kohlenstoffneutrales Unternehmen zu werden und den Wasserverbrauch pro Produkt bis 2030 um 45 % im Vergleich zu 2015 zu senken. Das Unternehmen hat seine Ziele für 2020 auch erreicht, indem es seinen Wasserverbrauch pro Produkt um 52 % im Vergleich zum Basisjahr 2012 in seinen Werken in der Türkei, Rumänien, China, Russland und Südafrika gesenkt hat.

#### **Der Anteil weiblicher Führungskräfte wird bis 2030 auf 30 % steigen**

Das Unternehmen erhöhte den Anteil weiblicher Führungskräfte im Jahr 2019 auf 18,6 % und strebt nun an, diesen bis 2030 auf 30 % zu erhöhen. Weiters will Arçelik auch sicherstellen, dass über 50 % der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an mindestens einer freiwilligen Aktivität pro Jahr teilnehmen.

## **Initiativen für ein gesünderes Leben**

Mit der Marke Beko und den laufenden Programmen sollen bis 2030 80 Millionen Menschen für eine gesunde Lebensweise sensibilisiert werden. Mit der Marke Grundig hat man sich dem Kampf gegen die Verschwendung von Nahrungsmitteln verschrieben, um 3,5 Millionen Menschen für einen verantwortungsbewussten Konsum zu sensibilisieren und 500.000 Menschen mit 1 Million Mahlzeiten zu versorgen, indem 1.200 Tonnen Nahrungsmittel eingespart werden.

## **Arçeliks bemerkenswerteste Fortschritte auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit im Jahr 2019:**

- Arçelik sparte etwa 90.000 GJ Energie ein, dank 233 Energieeffizienzprojekten, die in den Werken initiiert wurden. Die Treibhausgasemissionen wurden um 7.180 Tonnen reduziert. Das Unternehmen hat mit seinen Energieeffizienzprojekten 1,03 Millionen Euro eingespart.
- Arçelik sparte dank der Projekte zur Wassereffizienz und Abfallreduzierung in allen Werken 400.000 € ein.
- In den türkischen Werken verwendete Arçelik 77% recycelte Pappkartons für die Produktverpackung und verhinderte so das Fällen von 270.748 Bäumen. Von 2014, als zwei Recyclingwerke für Elektro- und Elektronikaltgeräte ihren Betrieb aufnahmen, bis 2019 sparte Arçelik insgesamt 299 GWh Energie ein (dies entspricht dem täglichen Stromverbrauch von 36 Millionen Haushalten). Diese Menge entspricht der jährlichen Energieproduktion von 46 Windturbinen mit je 2,5 MW Leistung. Durch das Recycling von Abfallprodukten wurden in dieser Zeit 143.000 Tonnen CO<sub>2</sub> vermieden. Darüber hinaus wurden 6,2 Millionen Tonnen Wasser eingespart, indem alte Technologieprodukte durch neue umweltfreundliche Produkte ersetzt wurden.

## **Branchenführer in Sachen Nachhaltigkeit**

Arçelik hat mit seinen Nachhaltigkeitsbemühungen im Jahr 2019 seine Führungsrolle gestärkt. Das Unternehmen wurde im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) als Branchenführer in der Kategorie „Langlebige Haushaltswaren“ ausgezeichnet. Der Index stellt den Goldstandard im Bereich der Nachhaltigkeit von Unternehmen. Arçelik war das erste und einzige Industrieunternehmen aus der Türkei, das drei Jahre in Folge des DJSI aufgenommen wurde. Arçelik wurde in den Nachhaltigkeitsindex Borsa Istanbul (BIST), den MSCI-Nachhaltigkeitsindex sowie in den FTSE4Good Emerging Markets Index aufgenommen und erhielt den Zero Waste Private Sector Award der Republik Türkei. Arçelik erhielt im Klimaprogramm 2019 des Carbon Disclosure Project (CDP) die Note A- und B im CDP-Wasserprogramm 2019.

„Arçelik hat mit dem Nachhaltigkeitsbericht einmal mehr gezeigt, Branchenführer in Sachen Nachhaltigkeit zu sein. In Österreich leisten wir mit unseren Marken Beko, Grundig und elektrabregenz und unseren laufenden Programmen einen wesentlichen Beitrag zu gesünderer Ernährung und machen uns stark gegen Lebensmittelverschwendung,“ so Philipp Breitenacker, Head of Marketing der Elektra Bregenz AG.

Den gesamten Bericht gibt es hier: <https://www.arcelikglobal.com/sustainability/0001.html>

Foto: Hakan Bulgurlu, CEO von Arçelik

Fotocredit: Arçelik /Elektra Bregenz AG, Abdruck honorarfrei

## **ÜBER ARÇELİK**

Arçelik wurde 1955 gegründet und ist in der langlebigen Konsumgüterindustrie mit Produktion,

Marketing und After-Sales-Service tätig. Arçelik bietet Produkte und Dienstleistungen in 146 Ländern mit 30.000 Mitarbeitern, 23 verschiedenen Produktionsstätten in 9 Ländern (Türkei, Rumänien, Russland, China, Südafrika, Thailand, Pakistan, Indien und Bangladesch), 35 Vertriebs- und Marketinggesellschaften auf der ganzen Welt mit 12 Marken (Arçelik, Beko, Grundig, Blomberg, elektrabregenz, Arctic, Leisure, Flavel, Defy, Dawlance, Voltas Beko, Altus) an. Arçelik ist an der Istanbul Stock Exchange gelistet. [www.arcelikglobal.com](http://www.arcelikglobal.com)

Rückfragen richten Sie bitte an:

Dr. Alexandra Vasak

Reiter PR

Tel.: +43/699/120 895 59

[alexandra.vasak@reiterpr.com](mailto:alexandra.vasak@reiterpr.com)

Philipp Breitenecker/Head of Marketing

Elektra Bregenz AG

Tel.: +43/664/384 42 30

[philipp.breitenecker@elektrabregenz.com](mailto:philipp.breitenecker@elektrabregenz.com)