

Sechs Unternehmen starten Product Carbon Footprint Pilotprojekt in Deutschland.

PCF Pilotprojekt Deutschland/ Projektpartner

- dm-drogerie markt GmbH + Co KG
- FRoSTA AG
- Henkel KGaA
- Tchibo GmbH
- Deutsche Telekom AG/ T-Home
- Tetra Pak GmbH + Co KG

dm-drogerie markt

Mit mehr als 970 Märkten ist dm-drogerie markt Deutschlands zweitgrößter Drogeriemarktfilialist und zählt zu den 200 umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland. Im vergangenen Geschäftsjahr wuchs der Umsatz deutschlandweit um etwa 12 Prozent und stieg auf 3,017 Milliarden Euro. Seit Jahren gehört dm im Ranking der Wirtschaftswoche zu den Top-Arbeitsplatzschaffern in Deutschland. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen bundesweit mehr als 17.400 Mitarbeiter. Rund 1.000 jungen Menschen bietet der Drogeriemarktfilialist im kommenden Lehrjahr 2008/2009 die Chance auf eine qualifizierte Ausbildung – eine erneute Rekordzahl für das Karlsruher Handelsunternehmen.

Produkt, für das der PCF ermittelt wird

Toilettenpapier der dm-eigenen Qualitätsmarke "sanft + sicher".

Statement

Daiga-Patricia Riemer, dm-drogerie markt, Verantwortliche für Umwelt&Ressourcen/Logistik:
„dm-drogerie markt nutzt die Möglichkeit einer Beteiligung am Pilotprojekt, Product Carbon Footprint', um sich mit dem zukunftsrelevanten Thema CO₂-Bilanzierung intensiv vertraut zu machen. Die langfristige Analyse und damit die Reduzierung von CO₂-Emissionen sind für dm im Sinne eines nachhaltigen und verantwortungsvollen Wirtschaftens von zentraler Bedeutung. Der Nachhaltigkeitsgedanke mit dem Ziel eines schonenden Umgangs mit natürlichen Ressourcen und die Reduktion der Emissionen sind in unserem Unternehmen als Grundhaltung fest verankert. Das Pilotprojekt bietet uns die Chance, dieses Vorhaben auch über die gesetzlichen und vertraglichen Verpflichtungen hinausgehend mitzugestalten. Perspektivisch können wir unsere Kunden anregen, Kaufentscheidungen bewusster zu treffen und ganz persönlich zum Klimaschutz beizutragen.“

Projekträger



Projektpartner



FROSTA

Die FROSTA AG ist einer der größten Hersteller von Tiefkühlkost in Europa. Produziert wird in drei Werken in Deutschland und einem in Polen. Die FROSTA AG beschäftigt 1.372 Mitarbeiter und erzielte 2007 einen Umsatz von 349 Mio. Euro. Die Marke FROSTA ist Marktführer für Tiefkühlkomplettgerichte in Deutschland und verzichtet seit 2003 als erste und einzige Tiefkühlmarke in Deutschland in allen Gerichten auf den Zusatz von Farbstoffen, Aromen, Geschmacksverstärkern, Stabilisatoren und Emulgatoren.

Produkt, für das der PCF ermittelt wird

FROSTA Tagliatelle Wildlachs.

Statement

Dr. Andreas Bosselmann, FROSTA, Leiter Forschung und Entwicklung:

„Im Rahmen des FROSTA-Reinheitsgebotes spielen neben dem Ausschluß von Zusatzstoffen auch Umweltaspekte eine wichtige Rolle. Wir möchten mehr über die CO₂-Emissionen lernen, die bei der Herstellung unserer Produkte entstehen. Das Ziel ist letztendlich, den CO₂-Ausstoß zu senken.“

Henkel

Seit mehr als 130 Jahren ist Henkel führend mit Marken und Technologien, die das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen. Das Unternehmen ist in den drei Geschäftsfeldern Wasch- und Reinigungsmittel, Kosmetik und Körperpflege sowie Adhesives Technologies (Klebstoff Technologien) aktiv und zählt zu den Fortune Global 500 Unternehmen. Im Geschäftsjahr 2007 erzielte Henkel einen Umsatz von 13.074 Mio. Euro und ein betriebliches Ergebnis von 1.344 Mio. Euro. Weltweit engagieren sich unsere rund 58.000 Mitarbeiter dafür, unser Leitmotiv "A Brand like a Friend" umzusetzen und sicherzustellen, dass Menschen in über 125 Ländern der Welt den innovativen Marken und Technologien von Henkel vertrauen können.

Produkte, für das der PCF ermittelt wird

Schwarzkopf & Henkel Duschgel, Henkel Universalwaschmittel, Fugenabdichtung und ein industrieller Verpackungsklebstoff

Statement

Dr. Norbert Fedtke, Henkel, Vice President Corporate S.H.E. and Product Safety

„Wir arbeiten kontinuierlich an der Energieeffizienz unserer Produktion ebenso wie an energieeffizienten Produkten und leisten so Beiträge zum Klimaschutz. Die Einbindung der

Projekträger



Projektpartner



Verbraucher wird von zentraler Bedeutung sein, wenn wir im Klimaschutz entscheidende Fortschritte erreichen wollen. Ein aktuell diskutierter Ansatzpunkt hierfür sind Carbon Footprints und darauf aufbauende Carbon Label.

Wir halten den Einsatz von Carbon Footprints und entsprechenden Labeln in der Produktkommunikation dann für sinnvoll, wenn sie Kunden und Verbrauchern eine verlässliche Basis für zielführende Entscheidungen beim Kauf und Einsatz der Produkte bieten. Bei den aktuell im Markt präsentierten „Carbon Label“ sehen wir allerdings noch erheblichen Verbesserungsbedarf hinsichtlich Aussagekraft, Erfassungsgrundlagen, Transparenz und Effizienz.“

Zum Product Carbon Footprint Pilotprojekt:

„Wir wollen die Entwicklung fundierter und glaubwürdiger Methoden zur Ermittlung von Carbon Footprints aktiv mit gestalten und vorantreiben. Dazu wollen wir unsere Erfahrungen mit der Bewertung und Optimierung von Produkten und Prozessen, zum Beispiel auf Grundlage von Life-Cycle-Assessments, in die Diskussion einbringen. Unsere Erfahrungen aus der Kommunikation mit unseren Kunden und Verbrauchern wollen wir nutzen, um sinnvolle Instrumente zur Kommunikation der Ergebnisse zu entwickeln. Das Pilotprojekt des Konsortiums aus WWF, Öko-Institut, Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung und THEMA1 bietet uns die Möglichkeit, gemeinsam mit starken Partnern an tragfähigen Methoden und Kommunikationskonzepten zu arbeiten. In diesem Rahmen wollen wir zur internationalen Harmonisierung von Methoden und zur Weiterentwicklung der Kommunikationsinstrumente beitragen.“

Tchibo

Tchibo mit Hauptsitz in Hamburg ist eines der größten deutschen, international tätigen Konsumgüter- und Einzelhandelsunternehmen. Das Unternehmen wurde 1949 gegründet und steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell: Es verbindet höchste Röstkaffeekompetenz und überrascht mit einer wöchentlich wechselnden Gebrauchsartikel-Vielfalt. Das Unternehmen verfügt über ein Multichannel Vertriebssystem mit eigenen Filialen, starkem Internetvertrieb und flächendeckender Präsenz im Handel. Tchibo ist weltweit der viertgrößte Kaffeeproduzent, Röstkaffee-Marktführer in vier europäischen Ländern und führend im europäischen Außer-Haus-Markt für Kaffee.

Produkt, für das der PCF ermittelt wird

Ein nachhaltig angebauter und von der Rainforest Alliance zertifizierter Kaffee und ein Hartwarenprodukt eines strategischen Lieferanten in Asien.

Projekträger



Projektpartner



Statement

Stefan Dierks, Tchibo, Senior Manager Corporate Responsibility:

„Als global agierendes Unternehmen ist sich Tchibo seiner besonderen Verantwortung für die Umwelt bewusst. Bedingt durch den Klimawandel und die zunehmende Verknappung von Rohstoffen achten wir bereits heute auf eine umwelteffiziente Produktion sowie möglichst klimaschonende Transporte unserer Produkte. Wir sehen das Pilotprojekt daher als ideale Ergänzung zu unseren bestehenden Umweltschutzaktivitäten. Unser Ziel ist zu prüfen, ob und mit welchen Methoden ein produktbezogener Carbon Footprint erstellt werden und inwieweit ein entsprechendes Label dabei helfen kann, unsere Kunden über nachhaltige Produkte und umweltfreundliche Produktionswege zu informieren. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit den anderen Organisationen und Unternehmen sowie einen regen Austausch, von dem sicher alle Beteiligten nur profitieren können.“

Deutsche Telekom / T-Home

Die Deutsche Telekom AG / T-Home ist eines der weltweit führenden Unternehmen der Telekommunikationsbranche. Der Konzern bietet seinen Kunden das gesamte Spektrum der modernen IT- und TK-Dienstleistungen aus einer Hand. Netzzugänge, Kommunikations- und Mehrwertdienste werden über Festnetz und Mobilfunk mit zunehmend hoher Bandbreite zur Verfügung gestellt. Mit innovativen Produkten und Diensten fördert der Konzern die persönliche und soziale Vernetzung der Menschen.

Produkt, für das der PCF ermittelt werden soll

Produkt aus dem Angebot „Call & Surf“ (Hardware + Netzlösung)

Statement

Claudia Schwab, Deutsche Telekom, Vice President Environmental Protection & Sustainable Development Corporate Responsibility:

„Die Deutsche Telekom AG fördert eine nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft und setzt dabei gezielt auf Klimaschutz. Hier hat der Konzern bereits vieles getan, um mit energieeffizienten und umweltverträglichen Lösungen den Klimaschutz voranzutreiben. Mit der Entwicklung und Vermarktung von nachhaltigen Produkten, Diensten und Lösungen, wollen wir zeigen, dass die Telekommunikation nicht nur ein Teil des Problems, sondern zugleich auch ein Teil der Lösung ist.

Klimaschutz ist unseren Kunden wichtig. Neben Preis und Qualität ist der Energieverbrauch zu einem wichtigen Vergleichskriterium der Kaufentscheidung geworden. Ziel unserer Engagements ist es deshalb, durch energieeffiziente Produkte und intelligente Dienste unseren Kunden in der Nutzungsphase zu helfen, nachhaltig zu konsumieren bzw. deren CO₂-

Projekträger



Projektpartner



Footprint zu reduzieren. Diesen Trend gilt es durch Steigerung der Transparenz und Intensivierung der Kommunikation zu unterstützen. Durch die Teilnahme von T-Home am Pilotprojekt sollen außerdem weitere praktische Erfahrungen in Bezug auf die Anforderungen der Bilanzierung von produkt- und dienstleistungsbezogenen CO₂-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette gesammelt werden.“

Tetra Pak

Tetra Pak ist der führende Anbieter von Verarbeitungs- und Verpackungssystemen für Lebensmittel. Das Unternehmen ist weltweit mit 43 Marktgesellschaften vertreten und beschäftigt mehr als 20.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im vergangenen Jahr wurden rund 69 Milliarden Liter flüssige Lebensmittel in 137 Milliarden Tetra Pak-Verpackungen abgefüllt.

Produkt, für das der PCF ermittelt wird

Tetra Pak Getränkekarton.

Statement

Dr. Heike Schiffler, Tetra Pak, Direktorin Kommunikation und Umwelt:

„Über die politische Bedeutung des Klimawandels ist auch der Carbon Footprint von Verpackungen in den Fokus von Unternehmen und Konsumenten gerückt. Aufgrund seiner langjährigen Erfahrungen in der Modellierung und im Umgang mit Produkt-Ökobilanzen versteht Tetra Pak Deutschland das Pilotprojekt als Forum, die Methode zur Erhebung eines produktbezogenen Carbon Footprint entscheidend mitzugestalten. Schon heute leistet Tetra Pak mit seinen ambitionierten, weltweiten Klimaschutzaktivitäten sowohl in der Produktion als auch bezogen auf den individuellen Getränkekarton einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung der CO₂-Emissionen.“

Kontakt

Jacob Bilabel
THEMA1 GmbH
Torstraße 154
10115 Berlin

t +49 30 7790 779 13
f +49 30 7790 779 99
m +49 172 429 33 66
bilabel(at)thema1.de

Projekträger



Projektpartner

