

Reckitt startet Aufklärungskampagne für mehr Nachhaltigkeit im Alltag

Heidelberg, 29. April 2022 – Nachhaltigkeit und Klimaschutz sind als gesellschaftliche Themen aktueller denn je. Dennoch verschwenden wir häufig Ressourcen - einen Großteil sogar unbewusst. Reckitt setzt sich dafür ein, unnötige Ressourcenverschwendung zu vermeiden und startet eine Aufklärungskampagne für einen achtsamen und verantwortungsvollen Umgang mit kostbaren Ressourcen.

Der Antrieb von Reckitt ist es, zu schützen, zu heilen und zu pflegen, um jedem eine saubere und gesündere Welt zu ermöglichen – dazu gehört auch ein gesunder Planet. Um diesen zu schützen, hat das Unternehmen mit Sitz in Heidelberg in Zusammenarbeit mit dem Institut für Energie- und Umweltforschung (IFEU) und der Nachhaltigkeitsexpertin Leena Volland sieben Challenges für den Alltag entwickelt. Es geht darum, mit einfachen, kleinen Verhaltensänderungen, Wasser, Emissionen und weitere Ressourcen zu sparen, denn bereits kleine Veränderungen können große Wirkungen entfalten.

„Wir bei Reckitt glauben, dass jeder durch sein eigenes Verhalten einen echten Unterschied machen kann. Deshalb gehen wir als Unternehmen auch mit gutem Beispiel voran,“ sagt Arnaud Sudre, Marketing Director DACH bei Reckitt. Weiterhin führt er aus: „Wir klären nicht nur über leicht umsetzbare Verhaltensänderungen auf, sondern arbeiten selbst kontinuierlich daran, neue, bessere und nachhaltigere Lösungen für unsere Produkte zu entwickeln. So kommen wir unserer Verantwortung den Menschen rund um den Globus gegenüber nach, die jeden Tag Produkte aus unserem bekannten und geschätzten Markenportfolio nutzen.“

Gewohnheiten hinterfragen – Ressourcen sparen

Von der richtigen Waschmaschinennutzung, über informiertem Recycling, bis hin zu langlebigen Kleidungsstücken hat Reckitt [hier](#) sieben Anregungen für einen nachhaltigeren Alltag zusammengestellt.



So scheint Händewaschen zunächst keinen großen Impact auf unsere Umwelt zu haben. Doch bereits für drei Mal tägliches Händewaschen mit warmem Wasser müsste jedes Jahr ein Baum gepflanzt werden, um diesen CO₂-Ausstoß zu kompensieren¹. Denn bei einer Temperatur von 38 °C hat Warmwasser etwa 25 Mal so viele Emissionen wie Kaltwasser². Stattdessen sollten die Hände lieber mit kaltem Wasser gewaschen werden, um jedes Mal CO₂-Emissionen einzusparen. Auch die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)³ bestätigt, dass die Temperatur keine Rolle spielt, wenn es um die Beseitigung von Mikroorganismen, wie z.B.

Viren und Bakterien geht. 20 bis 30 Sekunden Händewaschen mit kaltem Wasser und Seife ist genauso hygienisch wie mit heißem Wasser und Seife.

¹ <https://www.co2online.de/presse/pressemitteilung/beitrag/60-millionen-euro-beim-haendewaschen-sparen-11887/>

² Berechnung ifeu basierend auf der Annahme von fossilen Energieträgern (Gas und Öl)

³ <https://www.infektionsschutz.de/haendewaschen/>

Auch in vielen deutschen Küchen hält sich ein Mythos hartnäckig: so wird schmutziges Geschirr oft noch von Hand vorgespült, bevor es in der Spülmaschine landet. Dabei werden jedes Mal 24 Liter Wasser verschwendet. Auf ganz Deutschland bezogen sind das über 25 Milliarden Liter Wasser im Jahr⁴ - damit könnten alle 25-Meter Schwimmbecken der Bäder in Deutschland ganze 17 Mal befüllt werden⁵. Ein Verzicht auf unnötiges Vorspülen spart damit nicht nur Wasser, sondern außerdem die Energie, die zum Erhitzen des Wassers notwendig wird.

„Nachhaltigkeit im Alltag bedeutet, Verantwortung für das eigene Handeln zu übernehmen. Denn wir sind alle Teil des Problems, aber wir sind auch alle Teil der Lösung“, sagt Leena Volland Unternehmerin, Co-Gründerin des Blogs nachhaltig-sein.info und Autorin. Weiter erklärt sie: „Das heißt für mich, mein eigenes Verhalten zu beobachten, zu reflektieren, nach besseren Lösungen zu suchen und diese dann umzusetzen. Das ist nicht immer leicht. Aber jeder Schritt bringt uns vorwärts – und wir können es uns nicht mehr leisten, nicht zu handeln.“

Unternehmen und Marken mit Purpose

Als global agierendes Markenunternehmen mit dem klaren Ziel, jedem eine saubere und gesündere Welt zu ermöglichen, leistet auch Reckitt seinen Beitrag zur Nachhaltigkeit. Alle Produktmarken von Reckitt haben einen klaren Purpose für einen positiven Einfluss auf unsere Gesellschaft und arbeiten, orientiert an den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung, daran, den Einfluss auf die Natur möglichst gering zu halten.

So konnten im Rahmen der #FinishspartWasser-Kampagne und der damit verbundenen Aufklärung über unnötige Wasserverschwendung beim Vorspülen seit 2020 bereits über 10 Milliarden Liter Wasser eingespart werden. Die Anzahl der Personen, die ihr Geschirr vorspülen, sank um 28 Prozent und das Bewusstsein für das Problem des Wassermangels stieg sogar um 48 Prozent.⁶

Auch Air Wick setzt sich mit dem Global Nature Fund in einer gemeinsamen Naturschutzinitiative für den Erhalt des Wildblumenbestands in Deutschland ein. In den nächsten zwei Jahren planen sie 30 Millionen Wildblumen anzupflanzen, um wertvolle Lebensräume zu sichern.

Damit nutzt Reckitt sein Fachwissen und seine Stimme dazu, einen Beitrag zu wichtigen gesellschaftlichen Herausforderungen zu Nachhaltigkeit, Gesundheit und Wohlbefinden zu leisten.

Das Unternehmen arbeitet kontinuierlich daran, Nachhaltigkeit noch stärker in das Geschäft zu integrieren - von der Rohstoffbeschaffung, über Produktionsabläufe bis hin zu Partnerschaften bei der Produktentwicklung oder der Unterstützung von vulnerablen Gemeinden durch Social Impact Programme. Dafür hat sich Reckitt ambitionierte und konkrete Nachhaltigkeitsziele gesetzt. Dazu gehören beispielsweise:

- 50% des Nettoumsatzes mit nachhaltigeren Produkten bis 2030 zu erwirtschaften,
- 50% des CO₂-Fußabdrucks pro Produkt bis 2030 und des Wasserverbrauchs bis 2040 zu reduzieren,
- 100% Strom aus erneuerbaren Energien bis 2030 einzusetzen.

Presse-Kontakt:

Pressebüro Reckitt
presse.reckitt@hkstrategies.com
+49 30 288758-77

⁴ The Lifesights Company GmbH (2019) Wasserverschwendung beim Geschirrspülen in Deutschland

⁵ Hochschule Koblenz, Bäderleben (2022): Abfrage Bäder zählen. Anfrage auf „Alle Bäder, 25m Beckenlänge“. <https://baederleben.de/abfragen/baeder-zaehlen.php> inkl. eigene Berechnung auf Basis von Beckengröße 25x16,66x2

⁶ Hall & Partners “Brand Equity Tracking Finish Germany” Okt 2021

Über Reckitt:

Reckitt ist ein globales, diverses Unternehmen mit mehr als 43.000 Kolleginnen und Kollegen, die sich dafür einsetzen, dass der Zugang zu Hygiene, gesundheitlicher Versorgung und gesunder Ernährung kein Privileg, sondern ein Grundrecht für jeden Menschen ist. Als Unternehmen stellen wir Nachhaltigkeit jederzeit in den Fokus. Denn das Richtige für die Welt zu tun, ist das Richtige für unser Geschäft.

Jeden Tag kaufen Menschen rund um den Globus mehr als 20 Millionen Produkte aus unserem bekannten Portfolio, denen sie seit Generationen vertrauen.

Mit unseren Marken wie Air Wick, Calgon, Cillit Bang, Clearasil, Dobendan, Durex, Finish, Gaviscon, Nurofen, Sagrotan, Vanish, Veet und Woolite schützen, heilen und pflegen wir – für eine saubere und gesündere Welt.

Mehr Informationen unter www.reckitt.de.