
EIN WEITERER SCHRITT ZU NACHHALTIGER VERPACKUNG

Finish bleibt weiterhin Pionier bei umweltfreundlichen Verpackungen und lanciert Standbodenbeutel mit 30% Post-Consumer-Rezyklat.

15 Juli 2021:

Mit der Verwendung von mehr recyceltem Plastik in Verpackungen wird eine unserer bekanntesten Marken - Finish - Reckitt dabei unterstützen, den Nachhaltigkeitszielen des Unternehmens für 2025 näher zu kommen.

Wenn im Sommer das neue Finish All in One 0% auf den Markt kommt, wird der unverkennbare Standbodenbeutel der Marke zu 30 % aus Post-Consumer Rezyklat (PCR) bestehen.

Im Jahr 2019 begannen wir bei Finish mit der Reduzierung des Einsatzes von nicht recycelbaren Kunststoffen bei flexiblen Verpackungen. Mehrlagenverbunde aus verschiedenen Kunststoffen (PET-PE) wurden durch recycelbare Monomaterial-Verpackungen ersetzt. Der erste recycelbare PE-Monomaterial Standbodenbeutel wurde eingeführt, der aufgrund seiner hohen Recyclingfähigkeit mit mehreren Verpackungspreisen ausgezeichnet wurde.

Jetzt, im Jahr 2021, nach nur zwei Jahren Erforschung und Analyse verschiedener Materialien, haben wir erneut eine bessere Lösung gefunden und können 30 % recyceltes Material in die bereits recycelbare Verpackung einbauen.

Krzysztof Krajewski, Director, Packaging Sustainability - Hygiene, kommentiert: "Ob große Unternehmen oder jeder einzelne Haushalt, wir sind es der nächsten Generation schuldig, für einen besseren, grüneren Planeten zu sorgen. Wir bei Reckitt sind uns unserer Verantwortung bewusst, im Kampf gegen den Klimawandel eine Vorreiterrolle einzunehmen, und es ist jetzt wichtiger denn je, zu handeln."

"Wir halten an unserem Ziel fest, alle Verpackungen unserer Produkte recycelbar zu machen, aber das ist ein langer Prozess. Die Einführung von 30 % recyceltem Kunststoff bei den Standbodenbeuteln von Finish, unter Beibehaltung der Integrität des Beutels, ist ein fantastischer Anfang und das Ergebnis jahrelanger Forschung und Tests, mit dem Ziel ein Gleichgewicht zwischen dem Schutz der Umwelt und der Qualität unserer Produkte herzustellen."

"Es ist jedoch wichtig, dass wir weitere Fortschritte in diesem Bereich machen, und daran arbeiten wir weiterhin." Krzysztof weiter: "Und wir hätten es nicht geschafft ohne die großartige Unterstützung unserer Partner - Drukpol.Flexo und Morssinkhof-Rymoplast. Dies war eine echte Teamleistung."

Erfahren Sie hier mehr über unsere Nachhaltigkeitsambitionen: <http://www.reckitt.com/de>

-ENDE-

Pressekontakt:

Claudia Bach, Reckitt
presse.de@rb.com

NOTES TO EDITORS:

Über Reckitt:

Reckitts* Antrieb ist es zu schützen, zu heilen und zu pflegen, um jedem eine saubere und gesündere Welt zu ermöglichen. Daher setzen wir uns unermüdlich dafür ein, dass der Zugang zu Hygiene, Wohlbefinden und gesunder Ernährung kein Privileg, sondern ein Grundrecht für jeden Menschen ist.

Reckitt ist stolz auf sein weltweit bekanntes und vertrauenswürdige Produkt-Portfolio in den Bereichen Hygiene, Gesundheit und Ernährung mit Marken wie AirWick, Calgon, Cillit Bang, Clearasil, Dettol, Durex, Enfamil, Finish, Gaviscon, Nurofen, Nutramigen, Sagrotan, Vanish, Veet, Woolite und vielen weiteren.

Jeden Tag werden weltweit mehr als 20 Millionen Produkte von Reckitt gekauft. Wir stellen Verbraucher und Menschen immer an die erste Stelle, suchen nach neuen Möglichkeiten, streben in allem, was wir tun, nach Exzellenz und bauen mit all unseren Partnern auf den gemeinsamen Erfolg. Unser Ziel ist es immer, das Richtige zu tun.

Wir sind ein vielfältiges globales Team mit mehr als 43.000 Kollegen. Wir schöpfen aus unserer kollektiven Energie, um unsere Ambitionen für Marken mit echtem Mehrwert, einen gesünderen Planeten und eine gerechtere Gesellschaft zu erfüllen. Erfahren Sie mehr oder kontaktieren Sie uns unter www.reckitt.com/de.

*Reckitt ist die Kurzbezeichnung der Reckitt Benckiser-Unternehmensgruppe