



Michael Geisler

Geschäftsführer
Electrolux Hausgeräte GmbH

„Die Umstellung auf Papier mit dem ‚Blauen Engel‘ ist ein kleiner aber konsequenter Schritt auf dem Weg zu einem klimaneutralen Unternehmen. Bei Electrolux in Deutschland verwenden wir Recyclingpapier beispielsweise für unsere Drucker und Kopierer sowie für Produktkataloge und Kundenbroschüren.“

Warum engagieren Sie sich persönlich in der bundesweiten Kampagne „CEOs bekennen Farbe“?

Nur wenn jeder Einzelne seinen Beitrag leistet, haben wir die Chance, einen echten Unterschied zugunsten einer nachhaltigen Umwelt zu machen. Das fängt im Kleinen an – beispielsweise bei der Umstellung auf Recyclingpapier und dem bewussten Verbrauch von Wasser – und ist erstmal unabhängig von der beruflichen Position. Natürlich versuche ich in meiner Funktion als Geschäftsführer mit gutem Beispiel voranzugehen und wo immer möglich das Bewusstsein zu schärfen und positiven Einfluss auf die vielfältigen Aktionen unserer Electrolux Nachhaltigkeitsoffensive zu nehmen. Als dreifacher Familienvater waren Umwelt- und Zukunftsthemen für mich schon immer eine Herzensangelegenheit. Gerade deshalb unterstütze ich die Nachhaltigkeitsaktivitäten unseres Unternehmens mit besonders viel Leidenschaft und Nachdruck.

Was motiviert Sie zur Verwendung von Recyclingpapier mit dem Blauen Engel?

In vielen Bereichen hat die digitale Version das Papier abgelöst, doch gerade im Vertrieb und Marketing ist die gedruckte Variante weiterhin gefragt. Dabei versuchen wir die Umwelt so gut es geht zu entlasten. Deswegen verwenden wir beispielsweise für unsere Drucker und Kopierer sowie für Produktkataloge und Kundenbroschüren Recyclingpapier. Weitere Einsatzmöglichkeiten sind derzeit in Vorbereitung. Die ökologischen Vorteile liegen auf der Hand: Bis zu 70% Wasser- und bis zu 60% Energieeinsparungen gegenüber der Produktion von Frischfaserpapier sprechen für sich. Hierzu wollen wir als Unternehmen unseren Beitrag leisten.

Electrolux ist ein weltweit führender Hausgerätehersteller mit renommierten Marken wie AEG.

Wie ist das Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen verankert?

Für uns bei Electrolux ist Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil unserer Unternehmens-DNA. Als echter Ökopionier entwickeln wir unter unserer Premiummarke AEG bereits seit 1980 Produkte, die unsere Umwelt schützen und den Alltag der Menschen besser machen. Zu unserem nachhaltigen Denken und Handeln gehört auch der verantwortungsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen. So waren wir der erste Hersteller mit Staubsaugerbeuteln aus 100% nachwachsenden Rohstoffen. Auf globaler Ebene haben wir als wichtige Instanz einen Nachhaltigkeitsrat etabliert, der unsere Unternehmensprioritäten und -aktionen bewertet, Fortschritte kontrolliert und unseren Konzernvorstand in Nachhaltigkeitsfragen berät.

Welche Ziele haben Sie sich für mehr Klima- und Ressourcenschutz gesetzt?

Zum 100-jährigen Electrolux Bestehen haben wir 2019 mit dem Better Living Program eine umfassende Nachhaltigkeitsoffensive gestartet, mit der wir uns ehrgeizige Ziele gesetzt haben. Das Programm sieht einen 11-Jahres-Plan mit 100 Maßnahmen vor, die zu einem besseren, nachhaltigen Lebensstil beitragen und unserem Unternehmen auf globaler Ebene eine neue Richtung vorgeben. Dazu gehört, dass wir die CO₂-Emissionen unserer Betriebe bis 2025 um mehr als 80% reduzieren und bis 2030 klimaneutral sein wollen. Darüber hinaus leisten wir unseren Beitrag zu der „Cool Coalition“ der United Nations: bis spätestens 2023 werden wir alle hochwirksamen Treibhausgase in unseren Geräten durch Gase ersetzen, die nur eine sehr geringe Auswirkung auf die globale Klimaerwärmung haben (z.B. natürliche Gase).