

11.03.2021 – 17:01 Uhr

Gillette und Gillette Venus führen plastikfreie und vollständig recycelbare Systemrasierer-Packungen ein

Schwalbach am Taunus (ots) -

Gillette und Gillette Venus führen im April 2021 vollständig recycelbare Packungen aus Karton für ihre Systemrasierer ein. Durch die Umstellung werden europaweit jedes Jahr 545 Tonnen Kunststoff eingespart. Die Neueinführung ist ein wichtiger Schritt der beiden Marken auf dem Weg zu ihren ambitionierten Nachhaltigkeitszielen bis 2030. Bestmögliche Rasurprodukte anzubieten und gleichzeitig die Ressourcen des Planeten zu schonen ist die Leitschnur. So soll der ökologische Fußabdruck durch Maßnahmen in wichtigen Bereichen wie Verpackung, Abfallaufkommen, Wasserverbrauch, Herstellungsverfahren und Lieferkette schrittweise immer weiter verbessert werden. Konkret bedeutet dies, bis 2030 den Anteil von Neuplastik in Verpackungen und die Treibhausgasemissionen jeweils um 50 Prozent zu reduzieren. Diese Ziele und die nun umgesetzten Maßnahmen von Gillette und Gillette Venus sind ein wichtiger Teil der vom Mutterkonzern Procter & Gamble (P&G) gesetzten Nachhaltigkeitsziele im Rahmen der "Ambition 2030".

NEUES VERPACKUNGSMATERIAL FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT IM BADEZIMMER

Mehr als 800 Millionen Konsumenten auf der ganzen Welt vertrauen Gillette und Gillette Venus bei der Nassrasur. Die beiden Marken nehmen diese Verantwortung ernst und sehen das Vertrauen als Chance, in Sachen Nachhaltigkeit gemeinsam mehr zu erreichen: "Als Branchen- und Marktführer sind wir uns bewusst, dass wir eine entscheidende Rolle dabei spielen, signifikante Veränderungen zu bewirken. Die Einführung von neuen recycelbaren Packungen aus Karton bei Gillette und Gillette Venus ist ein wichtiger Schritt, um die gesetzten Ziele bis 2030 zu erreichen", erläutert Pankaj Bhalla, Senior Vice President Europa, Grooming bei Procter & Gamble. Die neue Packung der Gillette und Gillette Venus Systemrasierer ist plastikfrei und aus vollständig recycelbarem Karton hergestellt. Die Packung wird aus mindestens 37 % PCR (Post-Consumer-Recyclingmaterial) hergestellt. Die Innenschale der Box besteht aus ebenfalls vollständig recycelbarem Zellstoff mit 95 % PCR. Sowohl die Kartonpackung als auch die Innenschale sind FSC-zertifiziert. Durch das neue Material werden europaweit jährlich 545 Tonnen Kunststoff eingespart (basierend auf der Verkaufsmenge des Vorjahres); das entspricht einer Plastikmenge von etwa 55 Millionen PET-Wasserflaschen.

KONTINUIERLICHE INNOVATIONEN FÜR EINE HOCHWERTIGE RASUR

Die Produktportfolios von Gillette und Gillette Venus werden stetig weiterentwickelt, um den Verbraucher*innen qualitativ hochwertige und langlebige Produkte anbieten zu können. So bietet Gillette Venus ab 2021 zwei Optionen bei der Auswahl eines langlebigen Handstücks, das bei fast allen Rasierern entweder aus Metall oder aus Kunststoff mit 30 Prozent Post-Consumer-Rezyklat besteht. Die Gillette Rasierer erhalten in diesem Jahr ein neues, minimalistisches Design und technologische Veränderungen. Die Handstücke können bei guter Pflege fünf Jahre oder länger verwendet werden und die hochwertigen Rasierklingen der führenden Marken sorgen bis zu einem Monat lang für eine glatte Rasur. Ein Gillette 5-Klingen Systemrasierer ist zwei Mal langlebiger und durch die Verwendung fällt somit weniger Müll an (bei Gillette 5-Klingen Rasierer im Vergleich zu Gillette Sensor3).

NACHHALTIGKEITSZIELE BIS 2030

Die Nachhaltigkeitsziele von P&G bis zum Jahr 2030 beziehen sich auf die Bereiche Marken, Lieferketten sowie Mitarbeiter und Gesellschaft. Mit den aktuellen Maßnahmen nehmen die Marken Gillette und Gillette Venus ihre Nachhaltigkeitsziele verstärkt ins Visier:

MÜLLREDUKTION

- 50 % Reduzierung der eingesetzten Kunststoff-Neuware

VERWENDETE MATERIALIEN

- 100 % recyclebare Verpackungen
- Verwendung von recyceltem Material in den Produkten

RESSOURCEN

- 100 % erneuerbarer Strom
- 35 % Reduzierung des Wasserverbrauchs in der Produktion

ÖKOLOGISCHER FUSSABDRUCK

- Reduzierung der Treibhausgasemissionen um 50 %

SOCIAL RESPONSIBILITY

- Mit sozialen Projekten und Bildungsinitiativen arbeiten wir daran Menschen zu inspirieren, positive Vorbilder für die nächste Generation zu werden.

NACHHALTIGKEIT AUCH IN DER PRODUKTION

Im vergangenen Jahrzehnt (2010 bis 2020) haben Gillette und Gillette Venus in allen Produktionsstätten weltweit bereits weitreichende Nachhaltigkeitsziele erreicht:

- Reduktion des Energieverbrauchs um insgesamt 392.851 Gigajoule über den Zeitraum von 10 Jahren (ausreichend, um 17 Millionen Haushalte mit Strom zu versorgen)
- Treibhausgasemissionen wurden insgesamt um knapp 70.000 Tonnen im Zeitraum von 10 Jahren gesenkt (entspricht 26 Prozent)

In Deutschland produziert Gillette seit mehr als 80 Jahren in Berlin-Tempelhof. Heute wird dort die Hälfte aller weltweit produzierten Klingen für die Premium-Rasierer der Linien Fusion, Venus, Mach3 Start und SkinGuard Sensitive hergestellt. Auch hier wurde ein Produktionsprozess etabliert, der die Energieeffizienz erhöht und die Emissionen senkt: Im Jahr 2016 wurde das Berliner Werk mit einer hocheffizienten, dezentralen Energieerzeugungsanlage ausgestattet, die neue Standards für die eigenen Umweltrichtlinien setzt. Durch die kombinierte Erzeugung von Wärme, Strom und Kälte werden im Berliner Werk jährlich 20 Prozent Wasser und etwa 3.900 Tonnen CO₂-Emissionen eingespart.

Das Bildmaterial zum Download finden Sie [hier](#).

Über Gillette: Seit über 110 Jahren liefert Gillette Präzisionstechnologie und konkurrenzlose Produktleistung - die Lebensqualität von über 750 Millionen Männern auf der ganzen Welt wird verbessert. Von Rasierern und Körperpflege bis hin zu Hautpflege bietet Gillette weltweit eine große Auswahl an Produkten, darunter Rasierer, Rasiergel (Gele, Schäume und Cremes), Hautpflege und Aftershaves. Für weitere Informationen und die neuesten Nachrichten zu Gillette besuchen Sie www.gillette.com.

Über Procter & Gamble: Procter & Gamble (P&G) bietet Verbraucher*innen auf der ganzen Welt eines der stärksten Portfolios mit qualitativ hochwertigen und führenden Marken wie Always®, Antikal®, Ariel®, blend-a-dent®, Braun®, Clearblue®, Dash®, Fairy®, Febreze®, Gillette®, Head & Shoulders®, Herbal Essences®, Lenor®, MeisterProper®, Olay®, Old Spice®, Oral-B®, Pampers®, Pantene Pro-V®, Persona®, Swiffer® und Wick®. P&G ist weltweit in 70 Ländern tätig. Weitere Informationen über P&G und seine Marken finden Sie unter www.pg.com und www.twitter.com/PGDeutschland.

Pressekontakt:

Procter & Gamble, Director Markenkommunikation Grooming DACH, Sulzbacher Straße 40, 65824 Schwalbach/Ts., Nina Knecht, Tel.: +49 (0)6196 89 8760, E-Mail: knecht.n@pg.com

Brandzeichen - Markenberatung und Kommunikation GmbH, Bahnstraße 2, 40212 Düsseldorf, Saskia Bittner, Tel.: 0211 58 58 86-194, E-Mail: saskia.bittner@brandzeichen-pr.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100006801/100867001> abgerufen werden.