



GEMEINSAM FÜR  
NACHHALTIGERES  
WASCHEN



Pressemitteilung: Ariel & WWF Deutschland für nachhaltiges Waschen

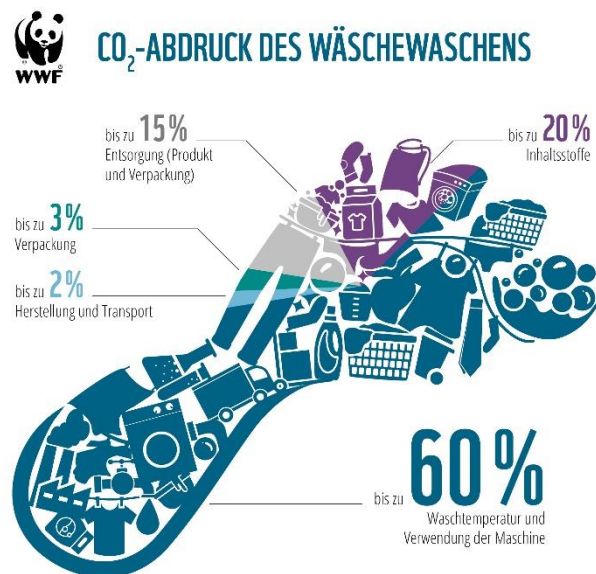
Ariel und der WWF Deutschland starten die Nachhaltigkeitsinitiative #Wirdrehenrunter

## Ein kleiner Dreh mit großer Wirkung: Wäsche kälter zu waschen, schützt das Klima und spart bares Geld

**Schwalbach am Taunus/Berlin. Wäsche bei niedrigeren Temperaturen zu waschen, dient dem Klimaschutz – und spart Energie und Geld.** Mit der neuen Kampagne #Wirdrehenrunter rufen die Naturschutzorganisation WWF Deutschland (World Wide Fund for Nature) und Ariel gemeinsam die Menschen in Deutschland zu einer einfachen Verhaltensänderung auf: die Temperatur beim Waschen zu senken.

Die gemeinsame Kampagne informiert über die Möglichkeiten, gleichzeitig hygienisch und klimaschonend Wäsche zu waschen. Sie will dazu motivieren, die Waschtemperatur abzusenken.

Der Grund: Die Waschtemperatur hat den größten Einfluss auf den Energieverbrauch beim Wäschewaschen. Bis zu 60 Prozent des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks des Wäschewaschens sind auf Waschtemperatur und Verwendung zurückzuführen, 20 Prozent auf die Inhaltsstoffe und die restlichen 20 Prozent auf Entsorgung, Verpackung, Herstellung und Transport. Wer bei niedrigeren Temperaturen (20 oder 30 Grad) wäscht, leistet einen wichtigen Beitrag, um Energie zu sparen, CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren und damit – wenn viele Menschen mitmachen – das Klima zu schützen. Mit modernen Waschmitteln kein Problem: So sind zum Beispiel die Waschmittel von Ariel dafür entwickelt, auch bei niedrigen Temperaturen hervorragende Waschergebnisse zu liefern. Und das spart auch noch Geld.



Quelle: P&G Vereinfachte Aufschlüsselung der Ökobilanz, europäischer Durchschnitt

#Wirdrehenrunter

„Unsere gemeinsame Kampagne #Wirdrehenrunter soll aufklären und eine echte Verhaltensänderung herbeiführen, die hilft, das Klima einfach und nachhaltig zu schützen. Mit dem WWF haben wir einen starken Partner an unserer Seite, mit dem uns dies gelingen kann. Und Ariel verfügt über Waschmittel, die auch bei niedrigen Temperaturen hervorragende Waschergebnisse liefern“, so **Astrid Teckentrup, Vorsitzende der Geschäftsführung Procter & Gamble in Deutschland, Österreich und der Schweiz.**

**Christoph Heinrich, Vorstand Naturschutz des WWF Deutschland,** unterstreicht:

„Unternehmen spielen eine entscheidende Rolle dabei, die katastrophalen Folgen der Klimakrise zu begrenzen. Wir freuen uns, dass P&G hier Verantwortung übernimmt und seine gesamte Wertschöpfungskette in den Blick nimmt. Hierbei auch die nachgelagerten Emissionen bei der Nutzung von Produkten wirksam zu reduzieren, gehört zu den schwierigsten Aufgaben



GEMEINSAM FÜR  
NACHHALTIGERES  
WASCHEN



auf dem Weg zur Klimaneutralität. Kälter waschen ist ein einfacher und zugleich wirksamer Beitrag für das Klima.“

### Darum #Wirdreherunter

Das Herunterdrehen der Waschtrommel der Waschtemperatur von beispielsweise 40 auf 30 Grad reduziert die CO<sub>2</sub>-Emissionen um bis zu 38 Prozent. Eine kleine Verhaltensänderung kann so eine große Wirkung beim Klimaschutz entfalten. Gerade wenn viele Menschen mitmachen und herunterdrehen. Technisch möglich ist das allemal, denn moderne Waschmittel führen auch bei 20 oder 30 Grad Waschtemperatur zu einem sauberen Waschergebnis.

### Und sparen dabei bares Geld

Waschen bei niedrigeren Temperaturen hilft nicht nur, CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren. Kalt waschen spart auch bares Geld. Wer von 40 auf 30 °C herunterdreht, spart nach Berechnungen

des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel (IKW) 8 Cent Stromkosten bei jeder Waschladung. Eine Familie mit fünf Waschladungen in der Woche kann so auf eine jährliche Ersparnis von bis zu 20,80 Euro kommen. In einem Haushalt mit zwei Waschladungen in der Woche beläuft sich die jährliche Ersparnis auf 8,32 Euro. Reduziert man die Waschtemperatur von 60 auf 30 °C lassen sich laut IKW 26 Cent sparen. Bei zwei Waschladungen pro Woche ergibt sich damit jährlich ein Einsparpotenzial von 27,04 Euro, bei fünf Wäschen in der Woche sind es 67,60 Euro.

#Wirdreherunter ist auf einen Zeitraum von mindestens drei Jahren angelegt und wird wissenschaftlich begleitet. Eine Erhebung zur Kampagne zeigt, dass Wäsche in Deutschland aktuell bei durchschnittlich 43,18 Grad Celsius gewaschen wird. Konkretes Ziel für die kommenden drei Jahre ist es, die durchschnittliche Waschtemperatur in Deutschland um 1 Grad pro Jahr abzusenken. So wird im Zuge der neuen Nachhaltigkeitsinitiative transparent gemessen, ob die Verhaltensänderung für mehr Nachhaltigkeit beim Waschen Wirkung zeigt. Hierfür haben P&G und der WWF zusammen mit dem Collaborating Center on Sustainable Consumption and Production (CSCP) in Wuppertal ein umfassendes Forschungsdesign erarbeitet. Die Methode kombiniert quantitative wie qualitative Erhebungen und involviert unabhängige Expert:innen an vielen Punkten, damit signifikantes Energieeinsparen durch Runterdrehen am Ende der Kampagne messbar wird. Die wissenschaftliche Begleitung soll Grundlage für andere Behaviour-Change-Kampagnen werden.

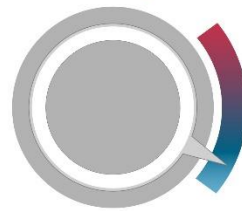
### Neue Kampagne mit dem WWF unterstützt die Nachhaltigkeitsziele von P&G

Die Kampagne „Wirdreherunter“ ist Teil des P&G Nachhaltigkeitsfahrplans „Climate Transition Action Plan“. Mit dem Programm setzt sich P&G ehrgeizige Ziele und hat wesentliche Maßnahmen definiert, um seinen eigenen Fußabdruck drastisch zu reduzieren und nachhaltigen Konsum in der Breite der Gesellschaft zu verankern. Hierzu gehören zu 100 Prozent wiederverwendbare oder recycelbare Verpackungen bis 2030, die Reduzierung



EINSPARPOTENTIAL BEIM WÄSCHEWASCHEN

Spare **38%** CO<sub>2</sub> beim Wäschewaschen



durch das Reduzieren der Waschtemperatur

von **40°** auf **30°**

Quelle: IKW; Einsparvolumen von 60 auf 30 Grad: bis zu 60 %; von 60 auf 40 Grad: 46 %

#Wirdreherunter



GEMEINSAM FÜR  
NACHHALTIGERES  
WASCHEN



des Einsatzes von Neuplastik in Verpackungen um 50 Prozent, die weltweite Nutzung von 100 Prozent erneuerbarem Strom. Als Teil seines „Climate Transition Action Plan“ wird P&G nicht nur die Emissionen entlang seiner Wertschöpfungskette (Scope 1-, Scope 2- und vorgelagerte Scope 3-Emissionen) bis 2040 kontinuierlich auf netto null reduzieren. Ein von der Science Based Target initiative (SBTi) validiertes Net-Zero-Ziel wird die bisher mittelfristige Klimazielsetzung mit der SBTi entsprechend ergänzen. Auch die indirekten Emissionen, die beim Verbraucher durch die Nutzung seiner Produkte entstehen, nimmt P&G mit Kampagnen wie dieser verstärkt in den Blick.

Vertiefende Informationen hierzu finden sich unter <https://de.pg.com/okologische-nachhaltigkeit/>. Ariel als eine der führenden Marken von P&G hat sich verpflichtet, alle in Europa verkauften Verpackungen bis 2022 vollständig wiederverwertbar zu machen und bis 2025 eine Reduzierung der für Verpackungen eingesetzten Kunststoffmenge um 30 Prozent zu erreichen. Darüber hinaus hat Ariel es sich zum Ziel gesetzt, die CO<sub>2</sub>-Emissionen infolge des Wäschewaschens so weit wie möglich zu eliminieren.



### Über Procter & Gamble

Procter & Gamble (P&G) bietet Verbraucherinnen und Verbrauchern auf der ganzen Welt eines der stärksten Portfolios mit qualitativ hochwertigen und führenden Marken wie Always®, Ambi Pur®, Ariel®, Bounty®, Braun®, Charmin®, Crest®, Dawn®, Downy®, Fairy®, Febreze®, Gain®, Gillette®, Head&Shoulders®, Lenor®, Olay®, Oral-B®, Pampers®, Pantene®, SK-II®, Tide®, Whisper® und Wick®. P&G ist weltweit in 70 Ländern tätig. Weitere Informationen über P&G und seine Marken finden Sie unter [www.pg.com](http://www.pg.com) und [www.twitter.com/PGDeutschland](https://www.twitter.com/PGDeutschland).

### WWF Deutschland

Der WWF Deutschland ist Teil der internationalen Umweltschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF). Seit mehr als 50 Jahren arbeitet das WWF-Netzwerk rund um den Globus daran, die Umweltzerstörung zu stoppen und eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben. In mehr als 100 nationalen und internationalen Projekten setzt sich der WWF Deutschland aktuell für den Erhalt der biologischen Vielfalt und unserer natürlichen Lebensgrundlagen ein. Über 500.000 Förderinnen und Förderer unterstützen ihn dabei. Der WWF Deutschland arbeitet in Projekten, Branchenansätzen und bilateralen Partnerschaften konstruktiv mit Unternehmen zur Lösung von Umweltproblemen zusammen.



GEMEINSAM FÜR  
NACHHALTIGERES  
WASCHEN



**Pressekontakt P&G:**

Björn Sievers, Brand Communications Germany, Austria and Switzerland  
Fabric & Home Care (Ariel, Lenor, Fairy, Swiffer, Febreze, Mr. Proper, Antikal)  
Procter & Gamble Service GmbH, Sulzbacher Str. 40, 65824 Schwalbach am Taunus  
Tel.: +49 6196 89 8952, Mobil: +49 172 4366640, E-Mail: [sievers.b.1@pg.com](mailto:sievers.b.1@pg.com)

**Pressekontakt WWF:**

Julian Philipp, Pressesprecher  
WWF Deutschland, Reinhardtstr. 18, 10117 Berlin  
Tel.: +49 30 311 777 472, E-Mail: [julian.philipp@wwf.de](mailto:julian.philipp@wwf.de)