

# For the Better

NACHHALTIGKEITSERFOLGE 2024

36 % weniger produktions-  
bedingte CO<sub>2</sub>-Emissionen  
(Scope 1 und 2)  
im Vergleich zu 2021

---

Erhöhung des  
Gewichtsanteils von  
recyceltem Kunststoff  
und Stahl für die von der  
Gruppe hergestellten  
Produkte auf 35 %  
bis 2030

---

Schau dir einige  
unserer nachhaltigsten  
Produkte an

---

81.000 Kinder weltweit  
zu nachhaltigerer  
Ernährung angeregt

---



# Entdecke unsere führende Nachhaltig- keitsarbeit

Als ein im Bereich Nachhaltigkeit führender  
Hausgerätehersteller sind wir stolz auf unsere  
Nachhaltigkeitsarbeit und unsere Erfolge  
im Jahr 2024 – sowohl in Bezug auf die kon-  
tinuierlichen Verbesserungen in unserer  
Geschäftstätigkeit als auch darauf, wie wir  
Millionen Konsumenten auf der ganzen Welt  
ein nachhaltigeres Leben ermöglichen.  
Lies mehr über die Auszeichnungen und  
Anerkennungen, die wir im Laufe des  
Jahres erhalten haben.

46



24

**Kochen energieeffizienter, einfacher und gesünder machen:** Wir legen die Messlatte für Produkt-effizienz höher und bieten Konsumenten nach-haltigere Wahlmöglichkeiten.



Die Electrolux Food Foundation und die Electrolux Group haben sich zusammen-geschlossen, um unsere bis-her größte Frei-willigeninitiative durchzuführen.

16



**Nachhaltigere Wäschepflege ermöglichen:** Entdecke, wie smarte Anstöße und Konnektivität zu einer nach-haltigeren Waschroutine inspirieren – jedes Mal.

30



**Steigerung des Well-beings zu Hause:** Wir bieten eine Reihe nach-haltigerer Produkte an, die das Wellbeing zu Hause verbessern.

36

**Führend im Bereich Nachhaltigkeit**  
Die Electrolux Group engagiert sich seit mehr als 100 Jahren da-für, das Leben noch besser zu machen, und wir sind auf dem Weg zu einem wahrhaft nachhaltigen Unternehmen. EcoVadis hat uns erneut mit dem prestigeträchti-gen Gold-Rating ausgezeichnet, womit wir als Branchenführer und unter den besten 5 % von mehr als 70.000 Unternehmen weltweit platziert sind.

Nachhaltigkeitskonzept.....4  
Wichtigste Ergebnisse 2024 .....6  
Interview mit CEO und CTSO ..... 10  
Auf Konsumtrends reagieren ..... 13  
Klimaziele .....14  
Besseres Unternehmen ..... 16  
Bessere Lösungen und besseres Leben ..... 20  
Die Electrolux Group auf einen Blick ..... 42  
Nachhaltigkeitsmeilensteine.....44  
Auszeichnungen und Anerkennungen..... 46

# Nachhaltigkeitskonzept

Unser Nachhaltigkeitskonzept – For the Better 2030 – definiert, wie wir für ein besseres Unternehmen, bessere Lösungen und ein besseres Leben sowie für unsere Klimaziele arbeiten. Das Konzept, das die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) unterstützt, beinhaltet unsere wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen und treibt uns an, das Leben besser zu machen.

## For the Better 2030

### Besseres Unternehmen

Wir arbeiten laufend daran, Ressourcen noch effizienter zu nutzen und ein sichereres, ethischeres Unternehmen zu werden – bei unserer eigenen Tätigkeit und in der gesamten Wertschöpfungskette.

### Bessere Lösungen

Den wachsenden weltweiten Hausgerätemarkt zu bedienen, ohne die Umwelt noch mehr zu belasten, erfordert eine weitere Optimierung von Produktleistung und Ressourceneinsatz.

### Besseres Leben

Unser Ziel ist es, ein besseres und nachhaltigeres Leben auf der ganzen Welt zu gestalten, indem wir uns gemeinsam mit unseren Konsumenten und Partnern für eine bessere Ernährung, eine bessere Kleiderpflege und ein besseres häusliches Umfeld einsetzen.

### Bessere Unternehmensziele

- Einen ressourceneffizienten Betrieb fördern
- Ethisch handeln, Vielfalt leben und Menschenrechte respektieren
- Nachhaltigkeit in der Lieferkette fördern

### Ziele für bessere Lösungen

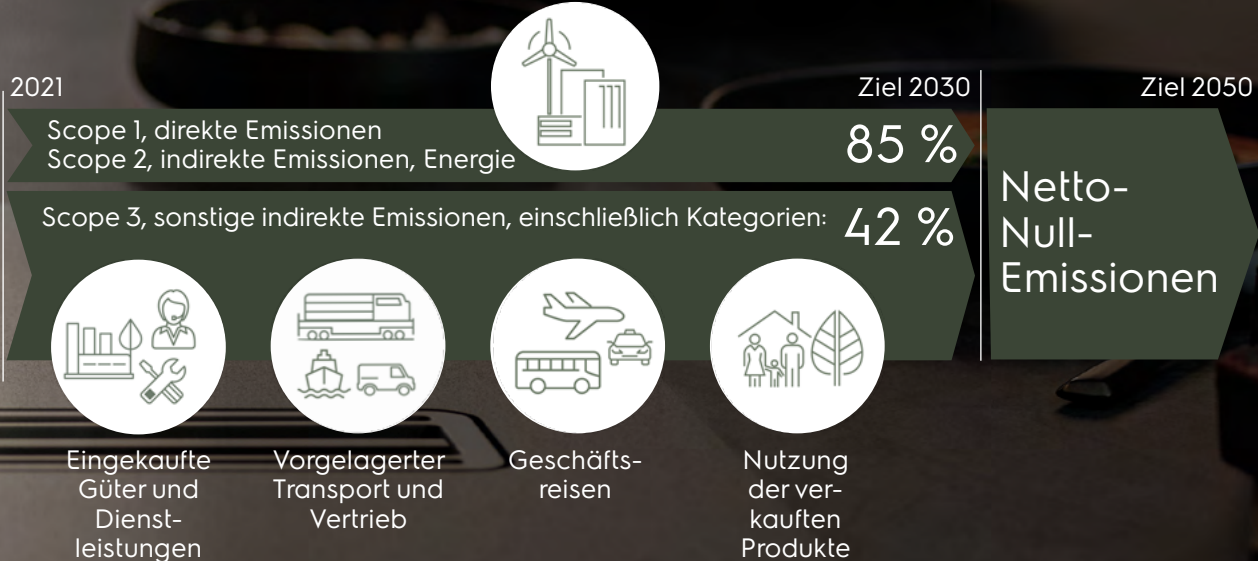
- Führend bei energie- und ressourceneffizienten Lösungen
- Zirkuläre Produkte und Business-Lösungen anbieten
- Schädliche Materialien vermeiden

### Ziele für ein besseres Leben

- Gesunde und nachhaltige Ernährung fördern
- Lebenszeit von Kleidung verdoppeln bei halbiertem Umweltbelastung
- Wohnen gesünder gestalten, mit halbiertem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck

Klimaziele – auf dem Weg zu einer Netto-Null-Wertschöpfungskette bis 2050

## Unser wissenschaftlich fundiertes Klimaziel 2021–2030



Nachdem wir 2022 unser erstes wissenschaftlich fundiertes Klimaziel drei Jahre früher als geplant erreicht hatten, haben wir uns ein neues, ambitionierteres Ziel gesetzt, das von der Science Based Targets initiative (SBTi) genehmigt wurde. Unser neues Ziel wird uns helfen, den Klimaschutz in Richtung Netto-Null-Emissionen in unserer gesamten Wertschöpfungskette bis 2050 voranzutreiben.

# Fortschritte bei For the Better 2030

## Unsere wichtigsten Ergebnisse 2024

### Besseres Unternehmen



81.000 Kinder auf der ganzen Welt wurden zu nachhaltigerer Ernährung angeregt.



0,37 Verletzungsrate – ein herausragendes Ergebnis im Bereich Gesundheit und Sicherheit in der Branche.



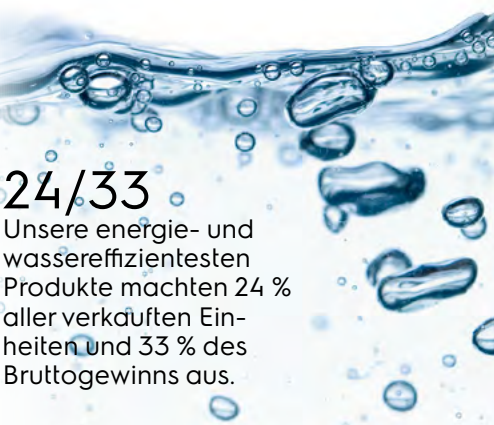
98 % unserer wichtigsten Lieferanten lieferten Nachhaltigkeitsdaten für das CDP Supply Chain Program.

94 % des Stroms und 64 % des Energieverbrauchs stammten aus erneuerbaren Energien.

### Bessere Lösungen



35 % Neues Ziel, den Gewichtsanteil von recyceltem Kunststoff und Stahl in den von uns hergestellten Produkten bis 2030 zu erhöhen.



24/33 Unsere energie- und wassereffizientesten Produkte machten 24 % aller verkauften Einheiten und 33 % des Bruttogewinns aus.

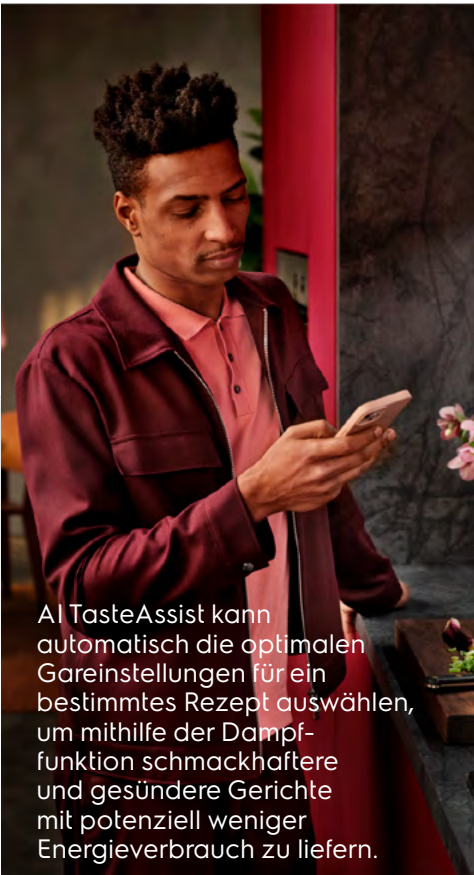
99 % unserer Produkte mit Kältemitteln wurden auf Gase mit geringem globalen Erwärmungspotenzial umgestellt.

### Besseres Leben

-52 % Im Automatikmodus passt sich die Saugleistung automatisch an, um bei Modellen von Electrolux/AEG EcoLine mit Kabelanschluss und Beutel bis zu 52 % weniger Energie zu verbrauchen.<sup>1</sup>



80 % – 50 % – 20 % Unsere SmartSelect-Waschmaschine kann die Zyklen an die Bedürfnisse des Benutzers anpassen und so bis zu 80 % Energie, 50 % Zeit und 20 % Wasser einsparen.<sup>2</sup>



AI TasteAssist kann automatisch die optimalen Gareinstellungen für ein bestimmtes Rezept auswählen, um mithilfe der Dampffunktion schmackhaftere und gesündere Gerichte mit potenziell weniger Energieverbrauch zu liefern.

Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen 36 % Reduzierung der betrieblichen Emissionen (Scope 1 und 2) im Vergleich zu 2021.



31 % Reduzierung der Emissionen unserer Produkte (Scope 3/Nutzung der verkauften Produkte) im Vergleich zu 2021.

## Schnappschüsse 2024



**Gewährleisten, dass unsere Produkte frei von Schadstoffen sind** Wir aktualisieren kontinuierlich unsere Liste beschränkter Materialien, um sicherzustellen, dass unsere Produkte für Mensch und Umwelt sicher sind. *Unsere Liste beschränkter Materialien ist auf unserer Website verfügbar.*



### Wir sind ein Financial Times Climate Leader

In der Liste der Financial Times Climate Leader 2024 sind wir um 100 Plätze aufgestiegen und damit zum führenden Hersteller von Hausgeräten in Europa geworden. *Mehr lesen.*



**The Truth About Laundry** Unser „Truth About Laundry Report 2024“ zeigt, dass Konsumenten wünschen, dass ihre Kleidung länger hält – und dass T-Shirts und Jeans 50 % länger halten können, wenn sie bei 30 °C in kurzen Waschzyklen gewaschen werden.<sup>3</sup> *Hier geht's zum Bericht.*



### Unser erster Elektroofen

Der neue Ofen in unserem Kochwerk in Adelaide in Australien ersetzte einen Erdgasofen. Der neue Ofen ergänzt die 8.000 Solarmodule, die derzeit das Werk mit Strom versorgen. *Mehr über unseren mit erneuerbaren Energien betriebenen Ofen.*



**Neue KI-Lösung sorgt für mehr Sicherheit und Wohlbefinden in unseren Fabriken** Der Einsatz modernster KI- und Datenanalysetools macht es einfacher denn je, ergonomische Risiken an unseren Produktionsstandorten und in ihren Lagern weltweit zu erkennen und zu reduzieren. *Mehr erfahren.*



### Zusammenarbeit für Wassereffizienz im Haushalt

Wir sind weiterhin Teil der 50L Home Coalition, um Häuser mit unseren wassersparenden Geräten nachzurüsten, um den Wasserverbrauch gemeinsam mit unseren Partnern zu senken. *Mehr über die Partnerschaft mit 50L Home.*

50L HOME



### Partnerschaften bleiben zentral, um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen

Zu den wichtigsten Partnern im Berichtsjahr gehörten:

- Partnerschaft mit We Mean Business, United for Efficiency und der UN-geführten Cool Coalition für den Klimaschutz.
- Reduktion der Transportemissionen mit Logistikpartnern wie Clean Cargo und Scania.
- Zusammenarbeit mit dem Roten Kreuz, Worldchefs (der internationalen Dachorganisation der Kochverbände) und AIESEC (der weltweit größten Jugendorganisation), um eine positive Wirkung in unseren Gemeinschaften zu erzielen.

### Wir feiern AsYouAre

An unserer jährlichen Veranstaltung zu Vielfalt und Inklusion AsYouAre nahmen mehr als 2.000 Mitarbeitende teil. *Mehr lesen.*



### 88 % unserer Produktionsstandorte sind mittlerweile „Zero Waste to Landfill“-zertifiziert

Das Drittanbieterprogramm sieht vor, dass weniger als 1 % der Abfälle an diesen Standorten auf Deponien entsorgt werden. Bis 2025 wollen wir alle Standorte zertifizieren. *Mehr lesen.*



**Unsere Nachhaltigkeitsarbeit erzielt erneut Gold EcoVadis** hat uns erneut mit dem Gold-Rating ausgezeichnet, womit wir zu den besten 5 % von mehr als 70.000 Unternehmen weltweit gehören. *Mehr lesen.*



## Interview mit CEO und CTSO

# Das Vermächtnis, das wir künftigen Generationen hinterlassen wollen

Wir sprechen mit Yannick Fierling, unserem Präsidenten und CEO, und Elena Breda, unserem Chief Technology and Sustainability Officer (CTSO), hinsichtlich der Bedeutung unserer Spitzenleistung im Bereich Nachhaltigkeitsarbeit und über unsere neuesten Produkte, die Menschen helfen können, nachhaltiger zu leben.

### Hallo Yannick, als unser neu ernannter Präsident und CEO, wie stehst du zum Thema Nachhaltigkeit?

**Yannick:** Unsere Pionierarbeit im Bereich Nachhaltigkeit bei der Electrolux Group ist von grundlegender Bedeutung für unseren langfristigen Erfolg – nicht nur, um unsere Betriebsabläufe effizienter und ethischer zu gestalten, sondern auch, um die Nachfrage der Konsumenten nach Produkten zu erfüllen, die ihnen helfen, nachhaltiger zu leben. Nachhaltigkeit ist für das Unternehmen und die Gesundheit unseres Planeten von zentraler Bedeutung. Als Teil unseres Vermächtnisses wollen wir künftigen Generationen einen besseren Planeten hinterlassen. In der Praxis bedeutet das, energie- und wassereffizientere Produkte zu entwickeln, die Klimaauswirkungen zu verringern, sich an globalen Umweltzielen auszurichten und die Geschäftsethik zu fördern.

### Was sind deine Nachhaltigkeitsambitionen für den Konzern?

**Yannick:** Wir werden unsere Führungsrolle im Bereich Nachhaltigkeit in der Branche aufrechterhalten und ausbauen. Unser Nachhaltigkeitskonzept For the Better 2030, das unsere Arbeit für ein besseres Unternehmen, für bessere Lösungen und für ein besseres Leben leitet, sowie unsere Klimaziele unterstützen auch die wichtigsten UN-Ziele für nachhaltige Ent-

wicklung (SDGs). Es ist eine sehr gute Basis für unsere Arbeit in den nächsten fünf Jahren. Wir haben die Kraft, mit unseren Produkten Millionen von Menschen auf der ganzen Welt ein nachhaltigeres Leben zu ermöglichen, und unsere Better-Living-Säule umfasst ehrgeizige Ziele, die uns meiner Meinung nach deutlich von unseren Mitbewerbern abheben.

### Welche neuen Produkte im Jahr 2024 helfen den Konsumenten, nachhaltiger zu leben?

**Elena:** Wir haben uns sehr gefreut, unsere energieeffizientesten Küchenserien in Europa auf den Markt zu bringen. Einige unserer neuesten Waschmaschinen in Europa übertreffen die Energieeffizienzklasse A um bis zu 60 %<sup>4</sup> und wir haben eine Ökobilanzmethodik (LCA) entwickelt, um die ökologischen Vorteile der Nutzung unseres gesamten Küchensortiments zu quantifizieren.<sup>5</sup> Stolz waren wir auch auf die Einführung des Luftbefeuchters Electrolux 900/AEG 9000, der im Smart-Modus bis zu 53 % weniger Energie verbraucht als im normalen Modus.<sup>6</sup>

**Yannick:** Ein nachhaltigeres Angebot ist eindeutig auch gut fürs Geschäft. 2024 machten unsere ressourceneffizientesten Produkte 24 % der verkauften Stückzahlen und 33 % des Bruttogewinns aus.



*„Als Teil unseres Vermächtnisses wollen wir künftigen Generationen einen besseren Planeten hinterlassen.“*

Yannick Fierling,  
Präsident und CEO

### Wie läuft es mit dem wissenschaftlich fundierten Klimaziel des Konzerns?

**Elena:** Nachdem wir 2022 unser erstes wissenschaftlich fundiertes Klimaziel zwei Jahre früher als geplant erreicht hatten, arbeiten wir nun daran, unser zweites wissenschaftlich fundiertes Klimaziel zu erreichen. Zwischen 2021 und 2030 wollen wir die betrieblichen CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 1 und 2) um 85 % und die Emissionen aus unseren Produkten (Scope 3) um 42 % reduzieren. Ende 2024 hatten wir unsere Scope-1- und Scope-2-Emissionen um 36 % und unsere Scope-3-Emissionen um 31 % im Vergleich zu 2021 gesenkt. Fortschritte erzielten wir durch den kontinuierlichen Umstieg auf erneuerbare Energien und durch nachhaltigkeitsbezogene Produktinnovationen, die den Energie- und Ressourceneinsatz während der Nutzung reduzieren.

Hinter diesen Ergebnissen stehen Maßnahmen wie die Erhöhung des Anteils unseres Stroms aus zertifizierten erneuerbaren Quellen für unsere Geschäftstätigkeit auf 94 % und die fortgesetzten Initiativen zur Elektrifizierung. Im Jahr 2024 haben wir zudem unser erstes Power Purchase Agreement (PPA) für erneuerbare Energien in Form einer Photovoltaik-Solaranlage mit 7,4 MW an unserem Produktionsstandort Porcia in Italien genehmigt.

### Wie arbeitest du daran, die Kreislaufwirtschaft im Unternehmen zu entwickeln?

**Elena:** Wir haben unser Engagement für die Kreislaufwirtschaft verstärkt, indem wir uns ein neues, ehrgeiziges Ziel gesetzt haben, den Anteil von recyceltem Kunststoff und Stahl in den vom Konzern hergestellten Produkten bis 2030 auf 35 % zu erhöhen. Bisher haben wir uns ausschließlich auf Kunststoffe konzentriert. Jetzt erweitern wir unsere Zielsetzung auf Stahl, den Hauptwerkstoff für die Herstellung unserer Produkte. Dieses Ziel bedeutet, dass wir das Gewicht von recycelten Materialien in unseren Produkten bis 2030 im Vergleich zu unserem vorherigen Ziel fast verdoppeln.

Ich möchte auch hervorheben, dass unser Reparaturservice zum Festpreis, der die Lebensdauer unserer Produkte verlängert und zur Kreislaufwirtschaft beiträgt, in Europa weiterhin beliebt war. In Nordamerika haben wir einen ähnlichen Service eingeführt.

### Welche Fortschritte wurden bei der sozialen Nachhaltigkeit erzielt?

**Elena:** Wir legen einen starken Fokus auf soziale Nachhaltigkeit, denn sich um Menschen zu kümmern, bringt Verantwortung mit sich. Für uns ist es entscheidend, unsere hohen Arbeitsplatzstandards in unseren Betrieben und den Betrieben unserer Zulieferer aufrechtzuerhalten. →

„Wir legen  
einen starken  
Fokus auf  
soziale Nach-  
haltigkeit.“

Elena Breda,  
Chief Technology und  
Sustainability Officer



#### Schon gewusst?

Unser neuer  
Nachhaltigkeits-  
bericht ist  
extern geprüft.  
Zum Bericht.



Wir haben unsere Anstrengungen ver-  
stärkt und prüfen nicht nur in Hochrisiko-  
ländern, sondern jetzt auch jährlich die  
Einhaltung der Arbeitsplatzrichtlinie an  
allen Produktionsstandorten.

Im Jahr 2024 haben wir unser Ziel für die  
Bewertung des Arbeitsumfeldes bei unse-  
ren Lieferanten erreicht. Über 90 % unserer  
Lieferanten wurden als „zugelassen“ oder  
„akzeptiert mit geringem Risiko“ bewertet.  
Zudem haben wir uns für 2030 ein Ziel  
von 95 % gesetzt. Im Bereich Arbeitsschutz  
haben wir uns das ehrgeizige Ziel gesetzt,  
bis 2030 eine Verletzungsrate (TCIR) von  
0,30 zu erreichen, ausgehend von den  
bereits sehr niedrigen 0,37 in diesem Jahr.  
Schließlich haben wir unsere Due Diligence  
im Bereich Menschenrechte weiterent-  
wickelt und vertieft, mit Fokus auf die Be-  
reiche Arbeitszeiten und Löhne, um Risiken  
für Menschen besser zu erkennen und  
anzugehen.

#### Was hat sich 2024 bei der Nachhaltig- keitsberichterstattung des Konzerns geändert?

Elena: Unsere neue Nachhaltigkeitser-  
klärung, die Teil des Geschäftsberichts  
2024 der Electrolux Group ist, hat unseren  
freiwilligen, eigenständigen Nachhaltig-  
keitsbericht abgelöst. Die Erklärung ori-  
entiert sich an den Vorgaben der European  
Sustainability Reporting Standards (ESRS)  
und steht im Einklang mit der Corporate  
Sustainability Reporting Directive (CSRD).

Zudem wird sie nach den GRI-Standards  
geprüft. Der Bericht kann *hier* abgeru-  
fen werden. Unsere neue ESRS-basierte  
Berichterstattung bringt noch mehr  
Transparenz und Mehrwert für unsere  
Stakeholder und wird die langfristige Ver-  
gleichbarkeit mit anderen Unternehmen  
verbessern.

#### Welche Rolle spielt die Electrolux Food Foundation und was wurde 2024 erreicht?

Yannick: Die Electrolux Food Foundation  
spielt gemeinsam mit der Worldchefs  
Association und der studentischen  
Organisation AIESEC im Rahmen der  
„Feed the Planet“-Partnerschaft eine ent-  
scheidende Rolle bei der Förderung nach-  
haltiger Ernährungsgewohnheiten durch  
Aufklärung und gemeinschaftsbasierte  
Initiativen. Im Jahr 2024 führte die Stiftung  
wirkungsvolle Initiativen durch, unter  
anderem hat sie im Rahmen der globa-  
len Initiative „Food Heroes“ 81.000 Kinder  
in 30 Ländern über eine nachhaltigere  
Ernährung aufgeklärt.

Die Stiftung ist auch ein hervorragendes  
Instrument, um unsere Kolleginnen und  
Kollegen zu befähigen, sich aktiv an Ini-  
tiativen zu beteiligen, die einen sehr posi-  
tiven Einfluss auf die Gesellschaft haben  
können. Diese Maßnahmen spiegeln unser  
unerschütterliches Engagement wider,  
Gemeinschaften gemeinsam mit unseren  
Mitarbeitenden und Partnern zu unter-  
stützen. •

# Auf Konsumtrends reagieren

Der Markt für Hausgeräte ist geprägt von verschiedenen Branchentrends  
und einer sich wandelnden Konsumentennachfrage, die uns vor  
Herausforderungen stellen, aber auch große Chancen bieten.

#### Entscheidungsfähige Konsumenten

Durch den besseren Zugang zu Informationen  
werden die Konsumenten immer stärker befähigt,  
Entscheidungen zu treffen. Die einfache Vergleich-  
barkeit der Produkte stellt höhere Anforderungen  
an die Nachhaltigkeitsleistung der Hersteller.  
Als ein im Bereich Nachhaltigkeit führender Her-  
steller sind wir gut positioniert, um diesen Trend  
zu nutzen.

#### Verbesserung der Konsumentenerfahrung durch Digitalisierung

Konsumenten profitieren zunehmend von vernetz-  
ten Produkten, die ihr Alltagserlebnis und ihren  
Komfort mühelos steigern. Fernsteuerungsfunk-  
tionen und fortschrittliche Funktionen sorgen für mehr  
Kontrolle und Flexibilität. Wir sind sehr engagiert,  
was die Bereitstellung vernetzter Geräte angeht,  
die mit den neuesten intelligenten Diensten kom-  
patibel sind.

#### Konsumenten wollen ressourceneffizientere Geräte

Die Konsumenten verlangen nach effizienteren  
und zirkulären Produkten. Solche Produkte ent-

sprechen dem Wunsch der Konsumenten,  
ihre Umweltauswirkungen zu verringern und  
gleichzeitig ihre Haushaltsausgaben zu  
senken. Wir bieten fortschrittliche Produkte,  
die auf eine effizientere Ressourcennutzung  
abzielen.

#### Demografische Entwicklung

Das Bevölkerungswachstum, die wachsende  
Mittelschicht, die alternde Bevölkerung und  
die Urbanisierung erhöhen die Nachfrage  
nach Hausgeräten. Die Globalisierung und das  
Wachstum der Generation Z führen zu einem  
verstärkten Bewusstsein für Ungleichheit in der  
Welt. Unsere Nachhaltigkeitsarbeit umfasst  
Themen wie Menschenrechte und Gleich-  
stellung.

#### Globale Economies of Scale

Skaleneffekte und die Fähigkeit, globale Pro-  
duktarchitekturen zu entwickeln, werden für  
Innovation, effiziente Fertigung, Kostenwett-  
bewerbsfähigkeit und nachhaltigere Produkte  
immer wichtiger. Wir sind ein globales Unter-  
nehmen, das weltweit operiert und vertreibt. •

# Unser Weg zur Verringerung der Klimaauswirkungen geht weiter

Wir machen Fortschritte bei der Reduzierung unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks. Im Jahr 2024 haben wir die Entwicklung energieeffizienter Produkte fortgesetzt, uns ein neues ehrgeiziges Ziel für recycelte Materialien gesetzt und auf Kältemittel mit geringerem Treibhauspotenzial umgestellt.

Bis Ende 2024 konnten wir die betrieblichen CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 1 und 2) im Vergleich zu 2021 um 36 % reduzieren. Darüber hinaus haben wir unsere sonstigen Emissionen in der Wertschöpfungskette (Scope 3) – hauptsächlich durch die Nutzung unserer Produkte – um 31 % gesenkt. Unser wissenschaftlich fundiertes Klimaziel zielt darauf ab, diese beiden Emissionsgruppen um 85 % bzw. 42 % zu reduzieren. Wir sind also gut vorangekommen, haben aber noch viel zu tun.

Wir waren stolz darauf, von der globalen Non-Profit-Organisation CDP die A-Leadership-Bewertung für unsere Arbeit im Kampf gegen den Klimawandel erhalten zu haben. Zudem beteiligen wir uns

am Programm CDP Supply Chain, das unsere Lieferanten dabei unterstützt, ihre Emissionen offenzulegen und ehrgeizige Ziele zu setzen. Im Jahr 2024 lag unsere Rücklaufquote bei CDP-Lieferanten bei beeindruckenden 98 %, deutlich über dem Branchendurchschnitt von 60 %.

## Förderung des Klimaschutzes durch energieeffizientere Produkte

Etwa 85 % der CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Wertschöpfungskette entstehen während der Nutzungsphase unserer Produkte bei Konsumenten auf der ganzen Welt.

„Wir engagieren uns nicht nur für die Bereitstellung energieeffizienter Produkte – wir versetzen Konsumenten in

die Lage, intelligente Entscheidungen zu treffen, um das Beste aus ihren Produkten herauszuholen und sie nachhaltiger zu nutzen“, sagt Tomas Dahlman, Head of Climate & Green Financing. „Wir haben Electrolux und AEG Ecoline sowie EcoPlus eingeführt, um unsere energieeffizientesten Angebote in Europa und Brasilien hervorzuheben.“

Wichtig ist, dass viele unserer Produktvertriebs-Websites auf der ganzen Welt das Youreko-Energiespar-Tool nutzen, um zu zeigen, wie viel Geld Konsumenten mit energieeffizienten Produkten während deren Lebensdauer sparen können. So können sie nachhaltigere Entscheidungen treffen, die sowohl dem Planeten als auch ihrem Portemonnaie zugutekommen.

## Erneuter Fokus auf kohlenstoffarme Materialien und Kältemittel

Da die Materialien in unseren Produkten für die zweitgrößte Quelle unserer Treibhausgasemissionen verantwortlich sind, haben wir unser Ziel präzisiert, den Anteil an recyceltem Kunststoff und Stahl in den vom Konzern hergestellten Produkten bis 2030 auf 35 % zu erhöhen. Damit wird sich die Menge an recyceltem Material im Vergleich zu unserem bisherigen Ziel verdoppeln.

Bei unseren Produkten, die Kältemittel verwenden, stellen wir auf Kältemittel mit niedrigem Treibhauspotenzial und Koh-

lenwasserstoff (HC) um, die eine deutlich geringere Klimaauswirkung haben.

„Seit unserem Beitritt zur UN-geführten Cool Coalition Initiative im Jahr 2019 haben wir bei 99 % unserer Produkte mit Kältemitteln die hochwirksamen HFKW auslaufen lassen und planen, die verbleibenden hochwirksamen HFKW bis Ende 2026 auslaufen zu lassen“, erklärt Dahlman.

## Finanzierung unseres grünen Wandels

Unser Green Financing Framework hilft uns, Klimainvestitionen und andere Umweltinitiativen zu finanzieren. Darüber hinaus schaffen wir Anreize für unsere Geschäftsleitung, Fortschritte bei der Senkung unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen voranzutreiben, indem wir unser Long-Term-Incentive-Programm (LTI) mit unserem wissenschaftlich fundierten Klimaziel verknüpfen.

„Das Framework ermöglicht es uns, mehr Investoren zu gewinnen und günstigere Zinsen für Unternehmenskredite zu sichern“, sagt Dahlman. „Diese Mechanismen spielen eine entscheidende Rolle bei der Finanzierung unseres grünen Wandels und werden es uns ermöglichen, unsere ambitionierten Klima- und Nachhaltigkeitsziele in den kommenden Jahren zu erreichen.“ •

2024 führten wir unsere ersten Food-Heroes-Workshops mit Kindern in den USA durch.

# Unsere bisher größte Freiwilligeninitiative

Die Electrolux Food Foundation und die Electrolux Group haben sich am Welternährungstag mit mehr als 400 ehrenamtlichen Mitarbeitenden in 30 Ländern zusammengetan, um über 14.000 Kinder auf der ganzen Welt für eine nachhaltigere Ernährung zu begeistern.

Anfang des Jahres hat sich die Electrolux Food Foundation zum Ziel gesetzt, anlässlich des Welternährungstages mit Food-Heroes-Workshops Kinder auf der ganzen Welt für eine nachhaltigere Ernährung zu begeistern. Diese Initiative war nicht nur ein Ziel, sondern eine Hommage an die Bedeutung der Nachhaltigkeit von Nahrungsmitteln und ihre tiefgreifenden Auswirkungen auf unsere Gesundheit, unseren Planeten und unsere Kinder.

## Ehrenamtliche Arbeit der Mitarbeitenden und Basisarbeit

Um diese Vision zum Leben zu erwecken, haben wir unsere Mitarbeitenden auf der ganzen Welt zusammengerufen, um sie zu ermutigen, sich ehrenamtlich zu engagieren und zu beteiligen. Viele Freiwillige

engagierten sich als interne Botschafter für Food Heroes, um lokale Mitarbeitende anzuregen, sich zu beteiligen, mit Schulen Verbindung aufzunehmen und an Workshops mit dem Team der Electrolux Food Foundation mitzuarbeiten. Andere wurden Moderatoren von Food Heroes, nahmen an Schulungen teil und hielten schließlich spannende Workshops für Kinder in unseren Büros und Produktionsstätten sowie an externen Orten wie Schulen und Nichtregierungsorganisationen ab.

Dank des unglaublichen Engagements der Mitarbeitenden der Electrolux Group haben wir unser ursprüngliches Ziel übertroffen: Wir haben über 2.700 Stunden Freiwilligenarbeit geleistet und 180 Workshops durchgeführt, um mehr als 14.000 Kinder zu schulen!

## Electrolux Food Foundation – wichtige Fakten 2024

**308** im Beschäftigungsprogramm Like a Chef ausgebildet

**81.409** Menschen zu nachhaltigerer Ernährung angeregt

**284.451** Mahlzeiten über verschiedene Spendenaktionen geliefert

In Nordamerika wurde Food Heroes in die Aktivitäten zur Unterstützung lokaler Gemeinschaften aufgenommen. In Chile erreichten wir allein durch Food-Heroes-Workshops 6.000 Kinder. In Australien haben wir im Rahmen eines innovativen Mini-Chef-Programms spezielle Food-Heroes-Lektionen für Kinder und ihre Familien entwickelt. In Vietnam unterrichteten wir fast 4.000 Kinder in lokalen Schulen. In Thailand führten wir verschiedene Initiativen durch – von Food-Heroes-Workshops bis hin zu nachhaltigkeitsbezogenen Kochkursen für Mitarbeitende.

Und das ist noch nicht alles: Anlässlich des Welternährungstages fanden konzernweit von Mitarbeitern initiierte Feiern und Sensibilisierungsmaßnahmen statt.

## Über 300.000 Menschen für eine nachhaltigere Ernährung begeistern

„Wir arbeiten an unserem Ziel, bis 2030 300.000 Menschen über nachhaltige Ernährung aufzuklären, und sind stolz auf unsere bisherigen Fortschritte“, sagt Cosimo Scarano, Leiter der Electrolux Food Foundation. „Das verstärkte Interesse in diesem Jahr, insbesondere am Welternährungstag, war wirklich inspirierend. Unsere Bemühungen zielen zwar auf eine langfristige Wirkung ab, aber unsere Programme fördern auch Sofortmaßnahmen zur Umstellung auf nachhaltigere Ernährungssysteme. Es ist spannend, zu sehen, wie die Dynamik zunimmt und wir wirklich etwas bewirken.“

Der Welternährungstag wird jedes Jahr am 16. Oktober zu Ehren der Gründung der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen im Jahr 1945 begangen. •



## Unterstützung und Aufklärung von Menschen auf der ganzen Welt

### Like a Chef startet in Argentinien

Im Jahr 2024 vermittelte unser „Like a Chef“-Programm über 300 benachteiligten Menschen professionelle kulinarische Kompetenzen, die sich auf nachhaltige Kochpraktiken konzentrierten. Das Programm ist inzwischen an sieben Standorten rund um den Globus aktiv, darunter eine neu gestartete Initiative in Buenos Aires, Argentinien.

### Kochschule schult über 30.000 Kinder

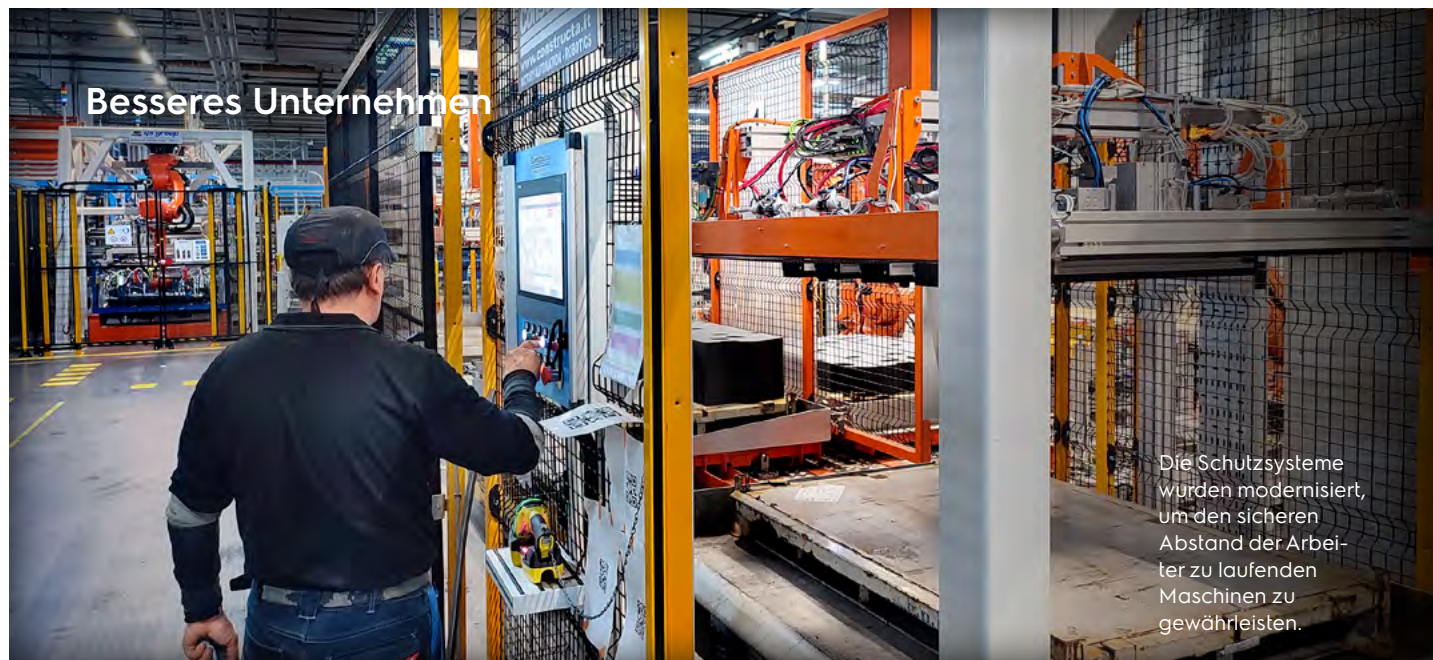
Unsere gemeinnützige Kochschule war im Januar 2024 eine Partnerschaft mit uns eingegangen und hat im Laufe des Jahres in Großbritannien, Schweden und Finnland über 35.000 Kinder in nachhaltigerem Kochen geschult.

### Lehrplan für Sustainability Education erreicht Rekordzahl an Fachkräften

Im Rahmen des Lehrplans für Sustainability Education wurden 2024 fast 3.000 professionelle Köche ausgebildet und der mobilen App der Worldchefs Academy wurde eine arabische Version des Lehrplans hinzugefügt, um neue Zielgruppen zu erreichen.

### Unterstützung der Sanierung in lokalen Gemeinden auf der ganzen Welt

Im Jahr 2024 haben wir weltweit verschiedene Nothilfeinitiativen unterstützt – unter anderem die Stärkung der Mitarbeitenden der Electrolux Group und lokaler Gemeindeorganisationen nach Bränden, Überschwemmungen und Wirbelstürmen. Zudem unterstützten wir die Internationale Föderation der Rotkreuz- und Rothalbmondgesellschaften (IFRC) mit Spenden und Spendenaktionen.



Die Schutzsysteme wurden modernisiert, um den sicheren Abstand der Arbeiter zu laufenden Maschinen zu gewährleisten.

## Handeln im Bereich Sicherheit

**Bei der Electrolux Group sprechen wir nicht nur über Sicherheit – wir leben sie. Wir sind bestrebt, branchenweit führend im Bereich Sicherheit zu sein, und streben kontinuierlich danach, uns zu verbessern.**

Wir sind stolz darauf, dass unsere Verletzungsrate (TCIR) im Jahr 2024 nur 0,37 betrug, was als außergewöhnliche Leistung in unserer Branche gilt. Unser Ziel ist es, bis 2030 eine Verletzungsrate von 0,30 zu erreichen.

„Wir fördern eine branchenführende Leistung im Gesundheits- und Sicherheitsbereich und haben 2024 verschiedene Initiativen umgesetzt, um einer leichten Zunahme verhaltensbedingter Zwischenfälle entgegenzuwirken“, sagt Giuseppe Caiulo, VP Group Operations Sustainability & Manufacturing Excellence. „Zu den wichtigsten Initiativen gehörten ein Programm zur Beobachtung des Sicherheitsverhaltens für die Überprüfung des Mitarbeiterverhaltens, das dazu beitrug, Probleme auf Basis eines Bottom-up-Ansatzes zu erkennen, sowie ein neues digitales System zur Nachverfolgung von Maßnahmen.“

Zu den jüngsten Sicherheitsverbesserungen zählten die Entfernung von Gabel-

staplern aus den Montagebereichen und die Schaffung spezieller sicherer Fußgängerbereiche. Zudem haben

wir unsere Schutzsysteme überarbeitet, um den sicheren Abstand der Arbeiter zu laufenden Maschinen zu gewährleisten.

„Wir melden alle Vorfälle – auch sehr geringfügige – und vereinbaren in unseren monatlichen Meetings zur Konzernunfallanalyse entsprechende Sicherheitsmaßnahmen“, betont Caiulo. „Diese Maßnahmen werden nicht nur an dem Standort umgesetzt, an dem sich der Vorfall ereignet hat, sondern in allen unseren Werken auf der ganzen Welt geprüft und gegebenenfalls angewendet.“

### Weltweite Gesundheits- und Arbeitsschutzzertifizierung

Wir sind auf Kurs, alle unsere Produktionsstandorte nach ISO 45001 zu zertifizieren – einer weltweit anerkannten Norm für den Gesundheits- und Arbeitsschutz. Bis Ende 2024 waren 91 % unserer Produktionsstandorte zertifiziert, bis Ende 2025 streben wir weltweit eine vollständige Zertifizierung an.

„Die ISO 45001 bietet uns nicht nur einen systematischen Ansatz zur Minimierung von Sicherheitsrisiken und zur kontinuierlichen Verbesserung, sondern trägt auch dazu bei, die Moral und Bindung der Mitarbeitenden zu verbessern“, so Caiulo.

„Aber der wichtigste Sicherheitsindikator für uns bleibt die Verletzungsrate. Indem wir die relative Anzahl der Zwischenfälle reduzieren, können wir dazu beitragen, dass unsere Mitarbeitenden jeden Tag sicher nach Hause zurückkehren. Darauf kommt es wirklich an.“ •

### Was ist die Verletzungsrate?

Die Verletzungsrate ist die Anzahl arbeitsbedingter Unfälle pro 100 Vollzeitbeschäftigte während eines Jahres. Eine Verletzungsrate von 2 würde zwei Vorkommnisse pro 100 Beschäftigte pro Jahr bedeuten, eine Rate von 0,30 würde etwa alle drei Jahre ein Vorkommnis bedeuten.

# Leben zu berühren, bringt Verantwortung mit sich

**Als globaler Hersteller von Hausgeräten haben wir die Verantwortung, die Rechte der Menschen zu schützen, die für uns arbeiten, und sicherzustellen, dass sie durch unser Handeln nicht geschädigt werden.**

Wir entwickeln unseren Ansatz für die Due-Diligence-Prüfung im Bereich Menschenrechte weiter, um neue und aufkommende Erwartungen weltweit zu erfüllen und zu übertreffen.

### Pflege unseres Führungsstils im Interesse der Menschen

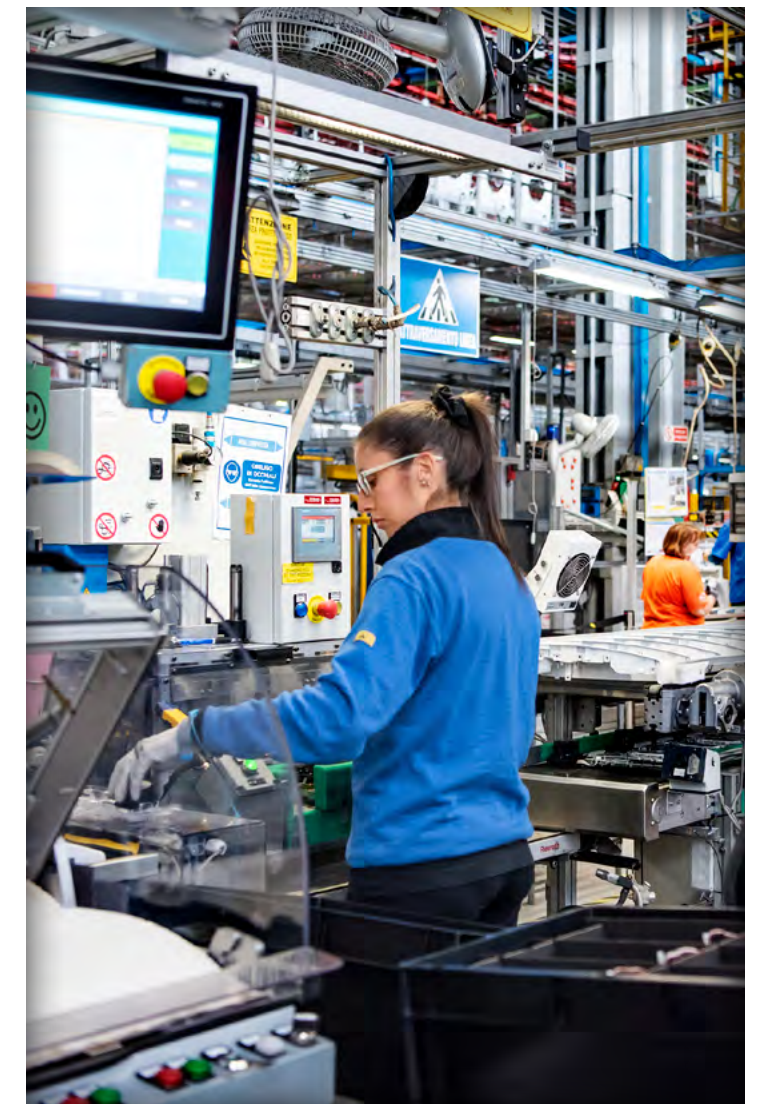
„Wir haben schon immer internationale Standards und Normen frühzeitig übernommen und wollen auch in Zukunft führend sein, indem wir über neue Gesetze hinausgehen, die die Menschen schützen, die direkt oder indirekt von unserer Geschäftstätigkeit betroffen sind, und indem wir in der Branche ein Vorbild sind“, erklärt Malin Ekefalk, Head of Social Sustainability. „Das bedeutet, umfassende Due-Diligence-Prozesse zu etablieren, um den steigenden Anforderungen an Planung, Implementierung, Kontrolle und Handeln im gesamten Unternehmen und in der gesamten Wertschöpfungskette gerecht zu werden.“

Im Jahr 2024 haben wir hart daran gearbeitet, unsere Führungsrolle in diesen Bereichen beizubehalten, und wir befassen uns mit wichtigen gesellschaftlichen Themen. So haben wir beispielsweise eine gründliche Analyse der Arbeitszeiten unserer Produktionsmitarbeitenden sowie eine vergleichende Beurteilung der Löhne durchgeführt. Darüber hinaus haben wir unsere Schulungsaktivitäten für Lieferanten

intensiviert, um deren kontinuierliche Verbesserung zu unterstützen.

„Wir setzen uns voll und ganz dafür ein, dass unsere Mitarbeitenden überall gute und faire Arbeitsbedingungen haben, und unterstützen unsere Lieferanten dabei, ebenfalls diesen Ansatz umzusetzen“, sagt Ekefalk. „2024 war ein Jahr, in dem sich unsere Lieferantenbewertung deutlich verbessert hat. Diesen Weg werden wir bis 2030 und darüber hinaus fortsetzen.“ •

Im Jahr 2024 haben wir eine gründliche Analyse der Arbeitszeiten unserer Produktionsmitarbeitenden durchgeführt.



### Was ist Due Diligence?

Bei der Due Diligence geht es darum, tatsächliche und potenzielle negative Auswirkungen eines Unternehmens auf Mensch und Umwelt zu identifizieren, zu bewerten, zu verhindern und zu mindern sowie darüber zu berichten.

# Gemeinsam mit unseren Handelspartnern für Nachhaltigkeit

Als führender Hersteller effizienter Hausgeräte setzen wir uns leidenschaftlich dafür ein, die Nachhaltigkeitsvorteile unserer Produkte in Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern auf der ganzen Welt zu präsentieren.



João Zeni  
**Schon gewusst?**  
Das Youreko-Tool auf unseren Websites hilft Konsumenten, zu verstehen, wie sie durch effiziente Produkte Geld sparen. *Mehr lesen.*



Das tun wir durch verschiedene Partnerschaften, Aktionen und Events gemeinsam mit Kunden und Händlern, die für die Nachhaltigkeitsvorteile unserer Produkte werben.

**Bewerben von Produkten, die die Nachhaltigkeit im Haushalt steigern**

Im Laufe des Jahres haben wir unser EcoPlus-Sortiment in Brasilien eingeführt, das unsere energie- und wassereffizientesten Produkte in allen Produktkategorien umfasst. „EcoPlus bietet uns eine wertvolle Plattform, um unsere nachhaltigsten Produkte auf unserer Website, in den sozialen Medien und in den Geschäften unserer Einzelhändler zu bewerben“, sagt João Zeni, Sustainability Director, Business Area Latin America. „Es geht darum, Konsumenten Kaufentscheidungen zu erleichtern, die ihnen helfen können, nachhaltiger zu leben.“

Die Markteinführung von EcoPlus in Brasilien folgte auf den Erfolg des EcoLine-Sortiments der energieeffizientesten Produkte von AEG/Electrolux in Europa. Wir werden weitere Möglichkeiten finden, unsere Sortimente nachhaltigerer Produkte zu erweitern und sie auf neue Märkte zu bringen.

„2024 spielte AEG/Electrolux EcoLine eine wertvolle Rolle bei der Milan Design Week, der Kampagne ‚We’ll pay your bills‘ und der Aktion ‚Umdenk-Bonus‘“, erklärt Sarah Schaefer, VP Sustainability, Business Area Europe, APAC & MEA.

**Stolz, ENERGY-STAR®-Partner des Jahres zu sein**

In den USA wurden unsere kontinuierlichen Bemühungen zur Steigerung der Effizienz unserer Produkte vom ENERGY-STAR-Programm der US-Umweltschutzbehörde (EPA) anerkannt und wir wurden



Auf der IFA 2024 in Berlin – der weltweit größten Messe für Heim- und Unterhaltungselektronik – stellten wir unsere neuesten Produkte vor.

*„Es geht darum, Konsumenten Kaufentscheidungen zu erleichtern, die ihnen helfen können, nachhaltiger zu leben.“*

João Zeni, Sustainability Director, Business Area Latin America

zum zweiten Mal als „Partner des Jahres“ ausgezeichnet. „Diese Auszeichnung stärkte unsere Position als führendes Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit in den USA. Das ENERGY-STAR-Team lud uns ein, unsere Produkte auf einer jährlichen Veranstaltung für Einzelhändler, Versorgungsunternehmen und Behörden auszustellen“, sagt Tara Helms, Sustainability Director, Business Area North America. „Wir wurden auch von unseren Handelspartnern eingeladen, auf verschiedenen Veranstaltungen

wie der PRIMETIME Las Vegas über die Rolle der Elektrifizierung von Häusern zu diskutieren.“ „Bewertungsplattformen wie EcoVadis sind nicht nur Auszeichnungen, die unsere guten Nachhaltigkeitsfortschritte würdigen. Sie spielen eine wichtige Rolle dabei, die Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen voranzutreiben, indem sie aufzeigen, wie wir unsere Arbeit weiter verbessern können“, sagt Rose Vanhecke, Senior Manager for Sustainability. ●



Rose Vanhecke

# Gesellschaftlicher Nutzen durch drei Innovationsbereiche

Um unser Ziel – das Leben besser zu machen – zu erreichen und profitables Wachstum zu ermöglichen, konzentrieren wir uns auf die Schaffung herausragender Konsumentenerfahrungen für die gesamte Markenlebensdauer in drei Innovationsbereichen:

## Taste

**61 %**  
des Umsatzes

Als führender Anbieter von Küchengeräten möchten wir, dass unsere Produkte den Konsumenten die Zubereitung von Speisen mit dem richtigen Geschmack und der richtigen Textur ermöglichen, Lebensmittelabfälle minimieren und gesunde und nahrhafte Mahlzeiten kreieren. *Produktkategorien:* Herde, Kochplatten, Backöfen, Dunstabzugshauben, Mikrowellen, Kühlschränke und Gefrierschränke. *Mehr dazu auf den Seiten 24–29.*

## Care

**30 %**  
des Umsatzes

Unsere Wäscheprodukte zielen darauf ab, den Konsumenten eine hervorragende Textilpflege, Wasser- und Energieeffizienz sowie eine effektive Niedrigtemperaturwäsche zu bieten. *Produktkategorien:* Waschmaschinen, Wäschetrockner und Geschirrspüler. *Mehr dazu auf den Seiten 30–35.*

## Wellbeing

**9 %**  
des Umsatzes

Wir sind bestrebt, Produkte für das Wellbeing zu schaffen, die optisch ansprechend sind sowie ein gesundes Raumklima und ein nachhaltiges Leben fördern. *Produktkategorien:* Staubsauger, Klimaanlage, Warmwasserbereiter, Wärmepumpen und kleine Haushaltsgeräte. *Mehr dazu auf den Seiten 36–41.*

Bessere Lösungen und besseres Leben: Taste

# Kochen nachhaltiger, einfacher und gesünder machen

Unsere Kochsortimente weltweit präsentieren spannende Innovationen und smarte Vernetzung, die dir ermöglichen, nachhaltiger zu kochen und zu essen. Wir legen die Messlatte für Produkteffizienz höher und bieten Konsumenten nachhaltigere Wahlmöglichkeiten.

Unsere neuen Küchen-  
serien von AEG und  
Electrolux werden 2025  
europaweit erhältlich  
sein. Die weltweite  
Einführung ist für 2026  
geplant.

# Nachhaltigeres Kochen neu definieren

Mach dich bereit, deine Küche zu verändern! Unsere neuesten Backöfen und Kochfelder der Marken Electrolux und AEG definieren die Art und Weise, wie Konsumenten kochen, neu – zum Wohle ihrer Gesundheit und unseres Planeten.

33 %

Ein Deckel auf dem Topf und die Verwendung von SenseBoil® können zusammen bis zu 33 % Energie im Vergleich zum Kochen ohne SenseBoil® und Deckel einsparen.<sup>8</sup>



Jenny Granstrand

Die neuen Küchenserien von AEG und Electrolux sind nicht nur Geräte,<sup>7</sup> sie sind deine Partner für nachhaltiges Kochen, die mit fortschrittlichen Energiespartechnologien und innovativen Kochhilfen ausgestattet sind.

Unsere Innovationsteams haben das Kochen revolutioniert, indem sie die Energieeffizienz maximieren und die Benutzerfunktionen verbessern, um unvergleichliche Küchenerlebnisse zu bieten. Mit fortschrittlichen Sensoren und präziser Temperaturregelung garantieren unsere Kochfelder einwandfreie Kochergebnisse – ohne Überkochen oder Energieverschwendung.

Die innovative SenseBoil®-Funktion erkennt, wenn dein Topf kocht, und reduziert die Hitze automatisch auf ein perfektes Köcheln, um köstliche Ergebnisse zu erzielen und gleichzeitig Energie zu sparen. Ein Deckel auf dem Topf und die Verwendung von SenseBoil® können zusammen bis zu 33 % Energie im Vergleich zum Kochen ohne SenseBoil®

und Deckel einsparen.<sup>8</sup> Zudem kochen einige unserer AEG Induktionskochfelder Wasser in der Hälfte der Zeit und verbrauchen bis zu 18 % weniger Energie als Elektrokochfelder.<sup>9</sup>

„Unser funktionsübergreifendes Kochfeldteam hat mit Designexperten, F&E- und Küchenexperten zusammengearbeitet, um das ultimative Kocherlebnis zu schaffen, das auf Konsumentenerkenntnissen und der Forschung basiert“, sagt Jenny Granstrand, Product Innovation Manager, Hobs.

„Bei unseren neuen Backöfen haben wir uns auf die Bedürfnisse der Nutzer konzentriert und intuitive Funktionen entwickelt, die Energie sparen und gleichzeitig personalisierte Kocherlebnisse bieten“, erklärt Eren Güzelceada, Product Innovation Manager, Ovens.

Das Garen mit Dampfgarfunktion in unseren Electrolux/AEG EcoLine Dampfgarern verbraucht bis zu 20 % weniger Energie<sup>10</sup> und die effizienten Vorheiz- und



Die SenseBoil®-Funktion erkennt, wenn dein Topf kocht, und reduziert die Hitze automatisch auf ein perfektes Köcheln.

*„Alle unsere Untersuchungen zeigen, dass Konsumenten Ressourcen sparen wollen, ohne Kompromisse bei der Leistung einzugehen.“*

Christopher Duncan, SVP, Head of Product Line Taste, Business Area Europe APMEA

Restwärmemodi der CookSmart-Touch Backöfen verbrauchen bis zu 28 % weniger Energie.<sup>11</sup> Die Restwärmefunktion schaltet die Backofenheizelemente gegen Ende des Garvorgangs automatisch ab, um die Restwärme zu nutzen und Energie zu sparen.

„Alle unsere Untersuchungen zeigen, dass Konsumenten Ressourcen sparen wollen, ohne Kompromisse bei der Leistung einzugehen“, erklärt Christopher Duncan, SVP, Head of Product Line Taste, Business Area Europe, APAC & MEA. „Unsere neuen Küchenserien liefern beides und mehr. Wir sind alle sehr stolz auf unsere Liebe zum Design und zum Detail und darauf, wie wir die Nutzer anleiten, mühelos und ohne Kompromisse die energieeffizientesten Optionen auszuwählen.“

Die neuen Küchenserien von AEG und Electrolux werden 2025 europaweit erhältlich sein, die weltweite Einführung ist für 2026 geplant.

## Intelligente Vernetzung für schmackhafteres, nachhaltigeres Kochen

Unsere Kochfelder und Backöfen verfügen über intuitive Benutzeroberflächen, die nicht nur verständliche Tipps zum Energiesparen bieten – wie zum Beispiel die Verwendung von Topfdeckeln zum Energiesparen –, sondern auch lehrreiche Rezepte bereitstellen, mit denen du beim Kochen lernen kannst. Mach dich bereit, beim Kochen selbstbewusster und nachhaltiger zu werden!

Unsere Premiumgeräte der neuen Serien sind mit Assisted Cooking ausgestattet, das eine dynamische Liste von Gerichten beinhaltet. Wähl einfach dein Gericht aus und spar dir das Rätselraten, indem du der Funktion erlaubst, die für dein Gerät am besten geeigneten Einstellungen auszuwählen.

Mit unserer innovativen In-App-Funktion AI TasteAssist kannst du Rezepte aus dem Internet direkt in deinen Backofen importieren. Sie empfiehlt auf intelligente



Christopher Duncan



Eren Güzelceada



## Bessere Lösungen und besseres Leben: Taste

AI TasteAssist schlägt automatisch die optimalen Gareinstellungen vor.

„AI TasteAssist analysiert importierte Rezepte, um die wichtigsten Kochaspekte zu verstehen.“

Robert Scutt, Product Lead for Taste Connected Experience



Robert Scutt

Weise optimale Einstellungen, um nicht nur leckere Ergebnisse zu erzielen, sondern auch gesündere Mahlzeiten, die weniger Energie verbrauchen.

„AI TasteAssist analysiert importierte Rezepte, um die wichtigsten Kochaspekte zu verstehen“, erklärt Robert Scutt, Product Lead for Taste Connected Experience. „Beispielsweise schlägt sie Dampfgaren vor, das energieeffizienter ist und mehr Vitamine in den Zutaten bewahrt. Aus Sicht der Konsumenten ist AI TasteAssist das ultimative vernetzte Erlebnis, das nachhaltigeres Kochen einfacher denn je macht.“

### Schon gewusst?

Dampfgaren verbessert nicht nur die Zartheit und den Geschmack von Fisch und Fleisch und hält das Gemüse knackig, sondern kann auch bis zu 90 % des Vitamin C erhalten.<sup>12</sup>

### Gesund ist die neue Norm

Willkommen in der Zukunft des Kochens, in der gesunde Ernährung mühelos und lecker ist. Mit Funktionen, die Dampfgaren ermöglichen und die Zubereitung vegetarischer Gerichte vereinfachen, können unsere neuen Sortimente der steigenden Nachfrage der Konsumenten nach gesunder Ernährung gerecht werden. Die Funktion Assisted Cooking bietet viele automatische vegetarische

Kochprogramme, um eine Ernährung auf pflanzlicher Basis zu fördern. Und mit unserer AirFry-Funktion kannst du knusprige Gerichte genießen, die ohne oder mit nur wenig Öl schmecken.

„Die Konsumenten suchen aktiv nach neuen und attraktiven Wegen, sich gesünder zu ernähren – für ihre Gesundheit und um ihre Umweltbelastung zu reduzieren“, so Duncan. „Unsere neusten Küchenserien wurden mit diesem Ziel entwickelt und kreiert, um den Konsumenten auf innovative Weise zu helfen, mit wenig Aufwand schmackhafte und gesunde Gerichte zuzubereiten und dabei Ressourcen zu schonen.“

Unsere Dampfgarer mit CookSmart Touch bieten geführte Funktionen zum mühelosen Aufwärmen von Essensresten und machen diese so lecker wie bei der ersten Zubereitung. Das behutsame Wiedererhitzen von Resten mit Dampf trocknet sie nicht wie in der Mikrowelle aus und kann dazu beitragen, Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. •

Mehr dazu in den Fußnoten auf Seite 47.



Die Produktpalette der Electrolux Group beeinflusste die jüngste ENERGY-STAR-Zertifizierung.

## Wir haben die Messlatte für energieeffizientes Kochen in den USA gesetzt

Nachdem vier unserer Induktionsherde und Kochfelder der Marke Frigidaire von der US-Umweltschutzbehörde (EPA) mit dem ENERGY STAR® Emerging Technology Award 2022 ausgezeichnet wurden, wurden im September 2023 die ersten ENERGY-STAR-Kriterien für Elektrokochprodukte für Privathaushalte eingeführt.

„Als führendes Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit in Nordamerika haben unsere Elektrokochinnovationen dazu beigetragen, das erste Energieeffizienz-Label für die Branche zu entwickeln“, erklärt Tara Helms, Sustainability Director, Business Area North America. „Wir haben jetzt 14 ENERGY-STAR-zertifizierte Modelle, darunter Kochfelder und Serien unserer Marken Electrolux, Frigidaire Gallery und Frigidaire.“

Versorger im ganzen Land und in Kanada gewähren Konsumentenrabatte beim Kauf neuer energieeffizienter Elektrogeräte wie Herde und Kochfelder. Elektrokochprodukte müssen für die meisten Rabatte ENERGY-STAR-zertifiziert sein.

„Wir sind stolz darauf, unseren US-amerikanischen und kanadischen Konsumenten die einzigartigen Vorteile der Induktionstechnologie zu bieten, und nur Geräte mit dieser Technologie kommen für Rabatte in Frage“, sagt Helms. „Rabatte sind eine großartige Möglichkeit für Konsumenten, Geld zu sparen, wenn sie die effizientesten Produkte am Markt kaufen, die ihnen auch helfen können, ihre täglichen Haushaltskosten zu senken.“ •



Tara Helms



Mehrere Modelle der Electrolux Group sind nun ENERGY-STAR-zertifiziert

Mehr dazu in den Fußnoten auf Seite 47.

Bessere Lösungen und besseres Leben: Care

# Nachhaltigere Wäschepraktiken ermöglichen

Mit intuitiven Benutzeroberflächen und innovativen Funktionen machen unsere Wäschepflegeprodukte der nächsten Generation nachhaltiges Leben einfacher denn je. Entdecke, wie smarte Anstöße und Konnektivität zu nachhaltigeren Waschent-scheidungen inspirieren – jedes Mal.

Unsere neuesten Waschfunktionen können dazu beitragen, dass Kleidung länger hält und ihre Pflege die Umwelt weniger belastet.

# Die Technologie für nachhaltigere Wäschepraktiken

Welche Technologien helfen unseren Konsumenten, Wasser, Energie, Kosten und Zeit zu sparen und ihre Kleidung länger zu erhalten?

40 % unserer neuesten in Europa auf den Markt gebrachten Waschmaschinen<sup>13</sup> übertreffen die Energieeffizienzklasse A, einige Modelle sogar um 60 %.<sup>4</sup> Unsere neuesten Wäschetrockner übertreffen zudem die höchste europäische Energieeffizienzklasse A+++ um bis zu 25 %, während unsere Waschtrockner die höchste Energieeffizienzklasse um bis zu 15 % übertreffen.<sup>14</sup>

In Nordamerika wurden unsere neuesten Frontlader-Waschmaschinen als ENERGY STAR® Most Efficient für 2024 ausgezeichnet. In Lateinamerika konzentrierten wir uns 2024 darauf, mehr wassersparende Funktionen in weitere Wäscheproduktserien aufzunehmen.



## Smarte Anstöße, die etwas bewirken

Die Benutzeroberflächen unserer neuen Wäscheserien vermitteln den Konsumenten die effizientesten Abläufe und Funktionen, indem sie intuitives Display-Feedback liefern und sie zu einer möglichst nachhaltigen Nutzung des Produkts führen. Diese kleinen Anstöße können ihnen helfen, Zeit und Ressourcen im Haushalt zu sparen.

- In Europa optimiert unsere SmartSelect-Funktion für Waschmaschinen die Waschzyklen je nach Nutzerbedarf und spart bis zu 80 % Energie, 50 % Zeit und 20 % Wasser.<sup>2</sup> SmartSave für Wäschetrockner bietet benutzerfreundliche Optionen, die den Energieverbrauch pro Ladung um bis zu 20 % senken.<sup>15</sup>
- Das UltraQuick-Programm bietet die beste schnelle Fleckenentfernung auf dem Markt bei nur 30 °C – dank der fortschrittlichen Vormischtechnologie, die das Waschmittel schnell auflöst, bevor es in die Trommel gelangt.<sup>16</sup>
- Weitere wichtige Innovationen, um die Lebensdauer von Kleidungsstücken zu verlängern, sind AutoDose in Europa und IntelliDose in Asien. Diese Funktionen liefern für jede Ladung die optimale Menge an Waschmittel und Weichspüler, was eine manuelle Überdosierung verhindert und den Waschmittelverbrauch um bis zu 60 % reduziert.<sup>17</sup> →

SmartSelect optimiert die Waschzyklen und spart so bis zu 80 % Energie, 50 % Zeit und 20 % Wasser.<sup>2</sup>



Viele unserer neuen Waschmaschinen und Trockner übertreffen die höchsten Energieeffizienzklassen.

## Bessere Lösungen und besseres Leben: Care

Unser neuer Care-Index ermittelt, wie lange Waschprogramme die Lebensdauer von Kleidungsstücken verlängern können.

*„Es gibt auch viele nützliche Innovationen, die die Konsumenten nicht sehen.“*

Elisa Stabon, Head of Product Experience Product Line Care



Elisa Stabon

- Unsere Dampffunktionen wie Steam Refresh ermöglichen es Konsumenten, ihre Kleidung aufzufrischen und dabei 96 % weniger Wasser zu verbrauchen.<sup>18</sup>
- In Lateinamerika tragen unsere Power-Jet-Waschmaschinen dazu bei, dass Kleidung länger hält, mit bis zu 35 % weniger Farbausbleichen<sup>19</sup> und 50 % weniger Verschleiß<sup>20</sup>, und gleichzeitig bis zu 50 Liter Wasser eingespart werden.<sup>21</sup>
- In Nordamerika sind unsere neuen Electrolux Frontlader-Waschmaschinen für Kaltwasser optimiert und gewährleisten eine effektive Reinigung und Fleckenentfernung bei geringerem Energieverbrauch. Unser neuer Frontladertrockner mit Balanced Dry™ und LuxCare® Dry nutzt einen Feuchtigkeitssensor, um Über- oder Untertrocknung zu vermeiden, und verfügt über Wear It Again™ zur Auffrischung von Textilien ohne Waschen.

### Innovation hinter den Kulissen

„Es gibt auch viele nützliche Innovationen, die die Konsumenten nicht sehen, wie effizientere Motoren, smarte Features, innovative Sensoren und neue Algorithmen, die Zyklen optimieren und weniger Ressourcen verbrauchen“, sagt Elisa Stabon, Head of Product Experience Product Line Care. „Zu den weiteren Innovationen gehört, dass Waschmaschinen Waschmittel bei niedrigeren Temperaturen aktivieren und den Waschmittelverbrauch reduzieren können.“

Im Jahr 2024 haben wir den CareIndex eingeführt, ein bahnbrechendes Tool, das verschiedene Waschprogramme vergleicht, um festzustellen, wie lange sie die Lebensdauer von Kleidungsstücken verlängern können. Der Index verdeutlicht, wie unsere kürzeren Waschprogramme bei niedrigeren Temperaturen Flecken effektiv beseitigen, Ressourcen schonen und dazu beitragen, dass die Kleidung länger hält. •

Mehr dazu in den Fußnoten auf Seite 47.



Vernetzung trägt dazu bei, die nächste Generation nachhaltigerer Lösungen zu entwickeln.

## Wie hilft uns Vernetzung, die Konsumenten zu verstehen?

**Vernetzte Geräte bieten Möglichkeiten, nicht nur eine nachhaltigere Nutzung zu fördern, sondern sie auch zu messen und den Konsumenten zu helfen, ihre Kosten zu senken. Hier kommen vernetzte Funktionen und unsere Marken-App ins Spiel.**

Unsere Lösungen sollen Konsumenten dazu anregen, beim Wäschewaschen weniger Energie und Wasser zu verbrauchen, und unser neues Sortiment gibt ihnen clevere Tipps, wie etwa das Waschen bei niedrigen Temperaturen.

„Unsere Geräte-App spielt eine entscheidende Rolle, damit wir ihnen helfen können, Zeit und Energie zu sparen, indem wir die Leistung ihrer Geräte optimieren und gleichzeitig Konsumentengewohnheiten kennenlernen“, sagt Anders Karlsson, Product Lead Care, Connected Experience. „Indem wir Benachrichtigungen über die App versenden und auf individuelle

Bedürfnisse zugeschnittene Beratung anbieten, können wir die Konsumenten zu einem nachhaltigeren Leben anregen – und dies gleichzeitig messen.“

Ein weiteres Beispiel ist die Energiepreisplanung in unserer App, mit der Konsumenten ihre Geräte so programmieren können, dass sie bei niedrigeren Energiepreisen laufen. So können sie nicht nur Geld sparen, sondern auch das Stromnetz zu Spitzenzeiten entlasten.

„Alle Daten, die wir über unsere vernetzten Geräte und die App-Nutzung sammeln, helfen uns, unsere bestehenden Funktionen zu verfeinern und die nächste Generation nachhaltigerer Lösungen zu entwickeln“, so Karlsson abschließend. „Diese Daten dienen uns auch als Grundlage, um vernetzte Produkte zu entwickeln, die KI nutzen, um das Nutzererlebnis weiter zu verbessern und mehr geschäftlichen Wert zu schaffen.“ •

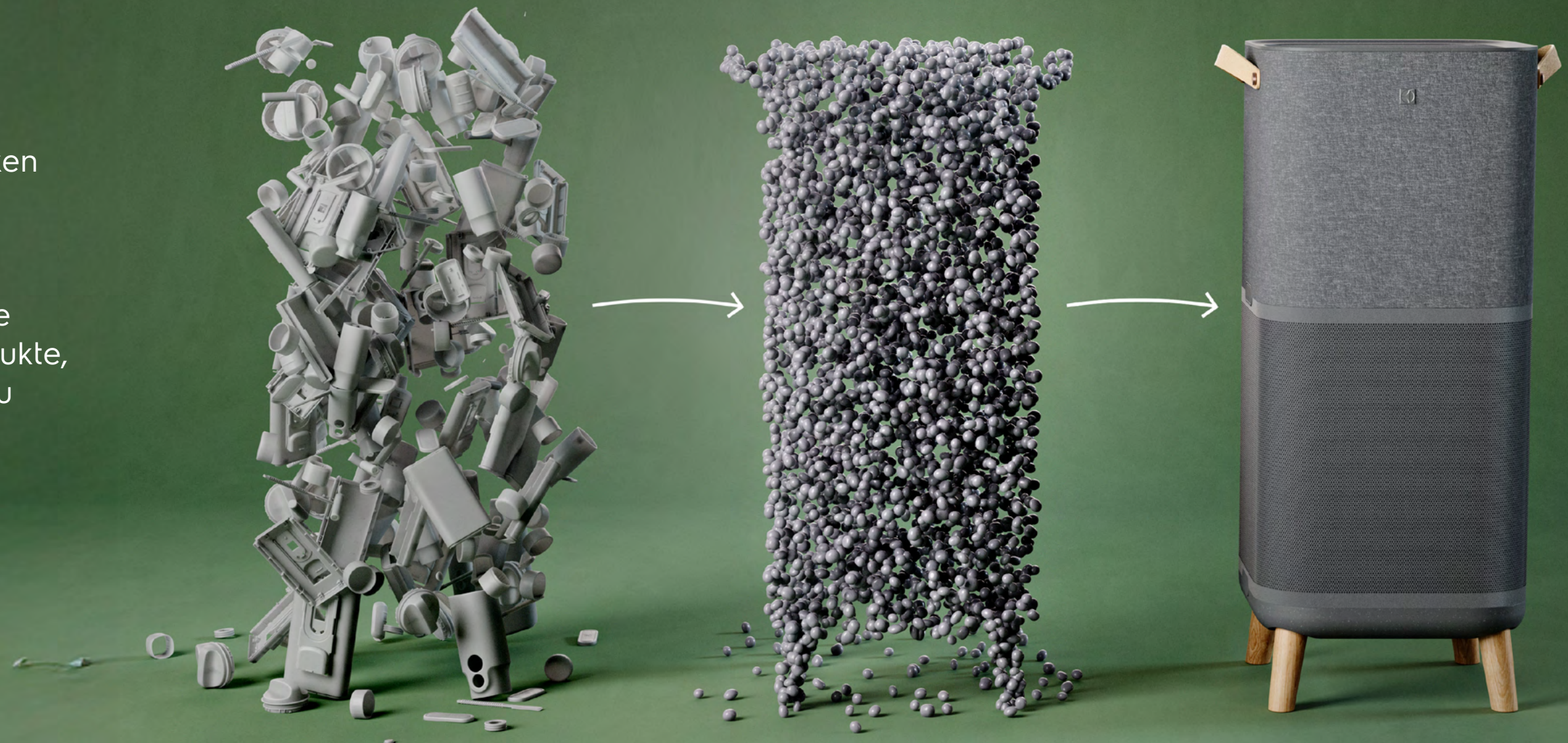
### Schon gewusst?

Eine Reduzierung der Waschkdauer und -temperatur von 40 °C auf 30 °C kann die Klimaauwirkungen erheblich um etwa 20-25 % verringern. Mehr dazu in unserem neuesten „Truth About Laundry Report“.<sup>3</sup> Mehr lesen.



# Steigerung des Wellbeings zu Hause

Von hochmodernen Luftreinigern und Luftbefeuchtern bis hin zu leistungsstarken Staubsaugern und fortschrittlichen Wasserreinigern bieten wir eine Reihe nachhaltigerer Produkte, die das Wellbeing zu Hause verbessern.



Bis zu 73 Gewichts-  
prozent des gesamten  
Kunststoffs im Luftrei-  
niger/Luftbefeuchter  
Electrolux 900/AEG  
9000 stammen aus  
recyclten Post-  
Consumer-Quellen.<sup>22</sup>

# Unser nachhaltigster Luftreiniger

Der Luftreiniger/Luftbefeuchter Electrolux 900/AEG 9000 bietet ein einzigartiges Angebot in Bezug auf Leistung, Energieeffizienz und die Verwendung von recycelten Materialien in einem einzigartigen und unverwechselbaren Design.

„Wir haben uns zum Ziel gesetzt, einen multifunktionalen Premium-Luftreiniger zu entwickeln, der Konsumenten gesunde und angenehm saubere Luft mit geringerer Umweltbelastung bietet, ohne Abstriche bei Leistung und Langlebigkeit zu machen“, sagt Katia Rizzello, Director Small Domestic Appliances & Water Care, Business Area Europe, APAC & MEA. „Das bedeutete ein Umdenken im gesamten Projektteam, bei dem wir die Grenzen in Bezug auf recycelte Materialien, Energieeffizienz und Eigenschaften, die das Wellbeing im Haushalt fördern, verschoben haben.“

Der Luftreiniger gehört zu unserem Electrolux/AEG-EcoLine-Sortiment und ist damit eines der energieeffizientesten Produkte auf dem Markt. Sein intelligenter Modus passt die Lüfterdrehzahl auf intelligente Weise an den Schadstoffgehalt in der Luft an und verbraucht so bis zu 53 % weniger Energie als im normalen Modus.<sup>6</sup> „Wir haben das Produkt so konzipiert, dass es sich elegant und angenehm

anfühlt. Das Konsumentenfeedback bewertete die Energieeffizienz und den Geräuschpegel als sehr gut“, sagt Philippe Charles Thuillier, Category Director Air Care Business Area Europe, APAC & MEA. „Die Konsumenten empfinden auch unsere App als sehr intuitiv und dass sich der Filter einfach austauschen lässt.“

**Hochwertiges Design und recycelte Materialien**  
Der Luftreiniger/Luftbefeuchter Electrolux 900/AEG 9000 ist unser erstes Luftreinigungsprodukt auf dem Markt mit einem hohen Recyclinganteil. Bis zu 74 Gewichtsprozent des gesamten Kunststoffs besteht aus recyceltem Post-Consumer-Material und der Stoffbezug besteht zu 98 % aus recyceltem Stoff (die Produkte bestehen zu 39,8 % des Gesamtgewichts aus recyceltem Material, d. h. zu 2,3 % des Gesamtgewichts aus recyceltem Stoff und zu 37,5 % des Gesamtgewichts aus recyceltem Kunststoff).<sup>22</sup> „Wir haben Teile aus recycelten Materialien ausgiebig getestet – sowohl aus Sicht der Technik als auch aus Sicht der Konsumenten“, sagt Rizzello. „Dadurch konnten wir den Recyclinganteil im Design maximieren und waren darin bestätigt, dass Konsumenten die Verwendung recycelter Materialien als einzigartiges Unterscheidungsmerkmal wahrnehmen.“ „Wir haben uns entschieden, die ästhetischen Unvollkommenheiten recycelter Kunststoffe anzunehmen und diese im Design hervorzuheben“, erzählt Silvia Francesca Notaro, Senior Color, Materials



Silvia Francesca Notaro



Kannst du die Sprengel sehen? Die Verwendung von recyceltem Kunststoff sorgt für einen einzigartigen Sprengel-effekt.



Der Luftreiniger/Luftbefeuchter Electrolux 900/AEG 9000 ist mit einem fünfstufigen Filtersystem ausgestattet.

*„Keiner unserer Wettbewerber auf dem Luftreinigermarkt verwendet recycelte Materialien, daher ist unser Angebot einzigartig.“*

Katia Rizzello, Director Small Domestic Appliances & Water Care, Business Area Europe, APAC & MEA

and Finishes Designer, Air Care, Business Area Europe, APAC & MEA. „Der Sprengel-effekt im recycelten Kunststoff ist ein markantes Designelement und ein neuer Ausdruck von Premiumqualität.“ Das Kunststoffgehäuse hat zudem eine lackfreie Oberfläche, um potenziell schädliche chemische Beschichtungen zu vermeiden. Die Beine sind aus Holz aus zertifizierten Wäldern gefertigt und integrieren sich dezent in andere Möbel.

**Für gute Luftqualität in großen Räumen**  
Die Luftverschmutzung in Innenräumen ist in vielen Teilen der Welt eine Hauptursache für Krankheiten. Der Luftreiniger/Luftbefeuchter Electrolux 900/AEG 9000 wurde für die Luftreinigung in Räumen von bis zu 125 m<sup>2</sup> entwickelt und ist mit einem fünfstufigen Filtersystem ausgestattet, das bis zu 99,99 % der getesteten Bakterien neutralisiert.<sup>23</sup> Darüber hinaus hat er einen der niedrigsten Geräuschpegel auf dem Markt, wobei

standardmäßig ein ultraleiser Nachtmodus eingestellt ist, der eine ruhige Umgebung zu jeder Tageszeit gewährleistet. „Die Benutzeroberfläche und die mobile App sind einfach, intuitiv und benutzerfreundlich. Dank modernster Konnektivität haben die Nutzer die volle Kontrolle, um ihren Komfort zu erhöhen“, so Rizzello. „Der Luftreiniger wurde mit Blick auf die Nutzer entwickelt und anhand von Konsumentenerkenntnissen aus einer Reihe von Gebrauchstauglichkeitstests verfeinert.“ Der Luftreiniger/Luftbefeuchter Electrolux 900/AEG 9000 wurde als 2-in-1-Gerät (Lüfter und Luftreiniger) in einigen asiatischen Märkten und als 3-in-1-Gerät (Luftreiniger, -befeuchter und Heizer) in Europa eingeführt. Weitere Märkte werden folgen. 2024 gewann das Produkt bei den Plastics Recycling Awards Europe die Kategorie Automotive, Electrical or Electronic Product of the Year und einen Red Dot Design Award. •



Katia Rizzello

## Bessere Lösungen und besseres Leben: Wellbeing



Jeder Filter für unseren neuen Kompressor-Wasserreiniger spart den Einsatz von 2.000 1,5-l-Plastikflaschen.

## Konsumentenerkenntnisse treiben Innovationen bei Wasseraufbereitungsanlagen voran

**Unser neuer Kompressor-Wasserreiniger ist bahnbrechend: Er verbraucht fünfmal weniger Energie<sup>24</sup> und nutzt ein Kältemittel mit einer um 99,9 % geringeren Klimabelastung als die Vorgängermodelle.<sup>25</sup>**

### Schon gewusst?

Das Kältemittel R600a hat keine schädlichen Auswirkungen auf die Ozonschicht und fast keinen Treibhauseffekt.

Basierend auf Konsumenten-Insights wurde unsere neue Linie von Wasserreinigern entwickelt, um der wachsenden Nachfrage der Konsumenten nach einer effizienteren Wasserkühlung in wärmeren Klimazonen gerecht zu werden. Der Reiniger erweitert unser Sortiment an Wasserreinigern, da er fünfmal weniger Energie zur Kühlung des Wassers verbraucht als Vorgängermodelle, während gleichzeitig größere Wassermengen gekühlt werden können.<sup>26</sup>

### Mehr Konsumenten mit nachhaltigem sauberem Wasser versorgen

„Die Kompressoren unserer neuesten Wasserreiniger sorgen für eine deutliche Steigerung der Energieeffizienz“, sagt Luana Rocha, Wellbeing Analyst in Lateinamerika. „Der Kompressor verwendet zudem R-600a-Gas, das ein Treibhauspotenzial (GWP) aufweist, das fast 255.000-mal niedriger ist als beim bisher verwendeten Kältemittel und die Umweltbelastung drastisch verringert.“<sup>25</sup>

Darüber hinaus kann ein einziger Filter 3.000 Liter Wasser reinigen – und so den Einsatz von 2.000 1,5-l-Plastikflaschen einsparen –, bevor er durch einen neuen Filter ersetzt werden muss.<sup>27</sup> Das trägt dazu bei, während der gesamten Lebensdauer des Wasserreinigers eine enorme Menge an Kunststoff einzusparen.

„Der Wasserreiniger ist derzeit in Brasilien erhältlich und wir prüfen die Möglichkeiten, ihn in anderen lateinamerikanischen Märkten einzuführen“, sagt Rocha. „Wir freuen uns darauf, mehr Konsumenten sauberes Wasser zur Verfügung zu stellen und ihnen dabei zu helfen, ihren ökologischen Fußabdruck zu verringern.“ •

**Erlebe die Kraft unserer äußerst energieeffizienten kabelgebundenen und kabellosen Staubsauger! Mit fortschrittlichen Automatik- und Smart-Modi liefern diese Staubsauger nicht nur eine hervorragende Leistung, sondern sparen auch Energie.**

Im Automatik-Modus passt sich die Saugleistung automatisch an, um bei kabelgebundenen Modellen mit Beutel von Electrolux/AEG EcoLine bis zu 52 % weniger Energie zu verbrauchen<sup>1</sup> und bei kabellosen Modellen bis zu 47 % weniger Energie zu verbrauchen und gleichzeitig die Laufzeit zu verlängern.<sup>28</sup>

Unser im Jahr 2024 eingeführter kabelgebundener Staubsauger Electrolux 800/AEG 8000 mit Beutel besteht zu 48 % aus recyceltem Kunststoff,<sup>29</sup> während unser kabelloser Staubsauger Electrolux 800 mit All-in-one-Station zu bis zu 75 % aus recyceltem Kunststoff besteht.<sup>30</sup> Darüber hinaus sind sie auf Langlebigkeit ausgelegt und mit einer 10-jährigen Garantie für den Motor ausgestattet, um eine langanhaltende Leistung zu gewährleisten.

### Bestes nachhaltiges Produkt des Jahres

Im Oktober 2024 waren wir stolzer Gewinner der ersten Auszeichnung „Produkt des Jahres“ von APPLiA Dänemark, bei der wir die Auszeichnung „Bestes nachhaltiges Produkt“ mit nach Hause nahmen.<sup>31</sup> Unser Beutelstaubsauger 800 gewann aufgrund seines Einsatzes von recyceltem Kunststoff, seiner Energieeffizienz und seiner komplett kunststofffreien Verpackung.

„Unser Ziel war es, mit dem Beutelstaubsauger 800 ein herausragendes Bodenstaubsaugerangebot zu schaffen, das eine hervorragende Reinigungsleistung bietet, was das Kaufkriterium Nummer eins für Konsumenten ist, mit einem mühelosen Reinigungserlebnis und einer ansprechenden Nachhaltigkeitsstory“, sagt Sari Laitinen, Category Manager Canisters, Europe.

„Mit der Sicherheit unserer 10-Jahres-Garantie für Motoren und natürlich der besten Reinigungsleistung auf dem Markt bin ich zuversichtlich, dass diese Auszeichnung unser Angebot zur bevorzugten Wahl der Konsumenten machen wird“, erläutert Nina Lorentzen, Product Line Manager Wellbeing & SDA CA North. •

## Unsere neuen, äußerst effizienten Staubsauger



# 75 %

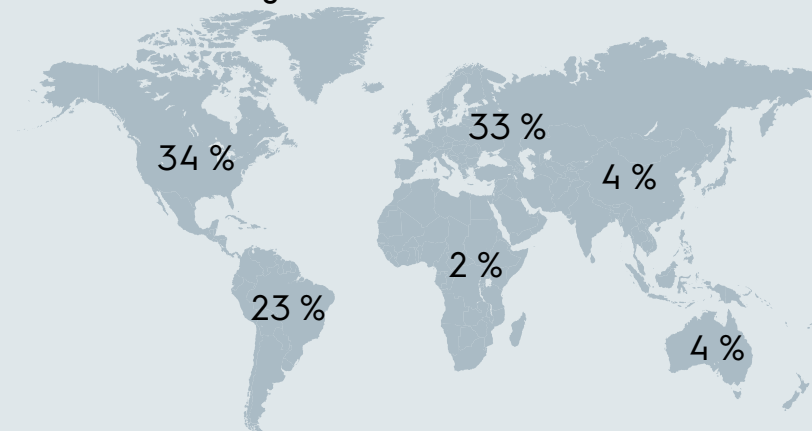
Unsere kabellosen Modelle bestehen aus bis zu 75 % recyceltem Kunststoff.

Die Electrolux Group auf einen Blick

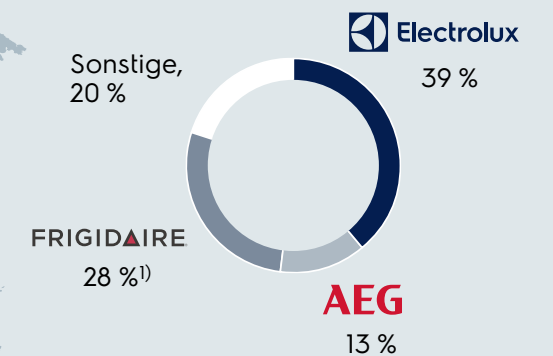
# Weltweiter Marktführer im Hausgerätesektor

Umsatz in ≈ 120 Märkten für insgesamt 136 Mrd. SEK im Jahr 2024

Umsätze nach Regionen



Verkäufe nach Marken



<sup>1)</sup> Enthält Frigidaire Gallery und Frigidaire Professional.

Nachhaltige Konsumentenerfahrungen sind ein wichtiger Treiber für langfristiges profitables Wachstum, denn sie ermöglichen es den Nutzern, schmackhafte Speisen zuzubereiten, ihre Kleidung zu pflegen, damit sie länger frisch bleibt, und sich zu Hause wohlfühlen.

Die konsequente Steigerung der betrieblichen Effizienz durch Digitalisierung, Automatisierung und globale Architekturen ist entscheidend, um die Rentabilität zu steigern und profitables Wachstum zu ermöglichen. Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil der Strategie der Electrolux Group. Eine solide Bilanz ermöglicht profitables Wachstum.

Der Hauptsitz der Electrolux Group befindet sich in Stockholm, Schweden, und die Aktien des Unternehmens sind an der Nasdaq Stockholm notiert.

# Nachhaltigkeitsmeilensteine

Wir waren schon immer Vorreiter bei der Nachhaltigkeit – sowohl bei den Produkten, die wir den Konsumenten anbieten, als auch bei der Art, wie wir unser Unternehmen führen.



**1995** Unsere Kühl- und Gefrierschränke in Europa waren frei von Stoffen mit Ozonabbaupotenzial.

**1996** Unsere „Green Range“ für unsere effizientesten Produkte.

**2016** Carborec®-Recycling-kunststoffmischung, die die Treibhausgase um 30 % reduziert, für unsere Geräte entwickelt und optimiert.

**2022** 70 % recycelter Kunststoff in den Innenverkleidungen unserer neuen Einbaukühlschränke.

**2023** Electrolux/AEG-EcoLine-Sortiment effizienter Produkte in Europa eingeführt.

**2024** EcoPlus-Sortiment effizienter Produkte in Lateinamerika eingeführt.

**1991** Erste Umweltstrategie.

**1995** Erster Umweltbericht.

**2002** Verbindliche Verpflichtung zur gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung. Einführung des Workplace Code of Conduct.

**2003** Die Electrolux Group tritt dem UN Global Compact bei.

**2004** Die Electrolux Group führt eine Liste beschränkter Materialien ein.

**2011** Einführung der Ethik-Helpline.

**2014** Klimazielvereinbarung zur Halbierung des Klimafußabdrucks des Konzerns bis 2021 (verglichen mit 2005).

**2016** Die Electrolux Food Foundation wurde gegründet.

**2018** Wir waren eines der ersten 100 Unternehmen, die nach wissenschaftlich fundierten Klimazielen die Ziele des Pariser Klimaschutzabkommens erreicht haben.

**2022** Wir haben unser wissenschaftlich fundiertes Klimaziel drei Jahre früher als geplant erreicht.

**2023** Unser neues und erweitertes wissenschaftlich fundiertes Klimaziel wurde genehmigt.

**1999** Die Electrolux Group ist erstmals im Dow Jones Sustainability Index als ein Branchenführer in Sachen Nachhaltigkeit gelistet.

**2016** Die Electrolux Group wurde zum ersten Mal für ihre führende Rolle im Klimaschutz in die CDP-A-Liste aufgenommen und war seither sieben Mal auf der Liste vertreten.

# Auszeichnungen und Anerkennungen

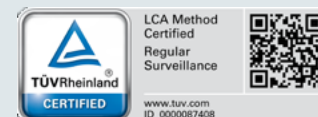
Unsere Nachhaltigkeitsleistung trägt dazu bei, die Beziehungen zu unseren Konsumenten, Kunden, Mitarbeitenden sowie neuen und bestehenden Investoren zu stärken. Im vergangenen Jahr erhielten wir folgende Auszeichnungen für unser Engagement:



**EcoVadis** EcoVadis hat die Electrolux Group erneut mit dem prestigeträchtigen Gold-Rating ausgezeichnet, womit sie zu den besten 5 % von mehr als 70.000 Unternehmen weltweit zählt.



**MSCI** MSCI ESG Research bietet fundierte Forschung, Ratings und Analysen zu den ökologischen, sozialen und governancebezogenen Geschäftspraktiken tausender Unternehmen weltweit.



**TÜV** Die TÜV Rheinland Energy & Environment GmbH hat die Ökobilanzrichtlinien der Electrolux Group gemäß den Normen ISO 14040:2006 und ISO 14044:2006 validiert. Die Richtlinien stellen sicher, dass Produktkategorien bei der Durchführung von Ökobilanzen und beim Produktvergleich gleichwertig bewertet werden.



**ISS oekom Prime Status** ISS oekom research bewertet die ökologische, soziale und Governance-Leistung von Unternehmen anhand von über 100 branchenspezifisch ausgewählten sozialen und ökologischen Kriterien. ISS oekom research verleiht den Prime Status an führende Unternehmen ihrer Branche.



**STOXX** Die Electrolux Group wurde in den STOXX® Global ESG Index aufgenommen. Der STOXX® Global ESG Index bietet Sichtbarkeit für Unternehmen, die sich durch nachhaltigere Geschäftstätigkeit und Geschäftsführung auszeichnen.



**Sustainalytics** Morningstar Sustainalytics, ein weltweit anerkannter Anbieter von ESG-Forschung, -Ratings und -Daten, hat bestätigt, dass die Nachhaltigkeitsarbeit der Electrolux Group mit den relevanten Branchenstandards im Einklang steht.



**Dow Jones Sustainability Indizes (DJSI)**

Die Electrolux Group ist im Dow Jones Best-in-Class Europe Index unter den globalen Marktführern im Bereich Nachhaltigkeit aufgeführt.

**Nasdaq** Die Electrolux Group wurde als Nasdaq ESG Transparency Partner anerkannt. Die Auszeichnung wird Unternehmen verliehen, die gegenüber ihren Anlegern ein hohes Maß an Transparenz in Bezug auf Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen (ESG) aufweisen.



**CDP** Im Jahr 2024 verlieh die globale Non-Profit-Organisation CDP der Electrolux Group einen A-Score für ihre Klimaarbeit und einen B-Score für Wasser. CDP ist eine internationale Non-Profit-Organisation, die ein globales Offenlegungssystem für Investoren, Unternehmen, Städte, Länder und Regionen betreibt.



**UN Global Compact** Die Electrolux Gruppe ist langjähriger Unterzeichner des UN Global Compact und hält sich an dessen universelle Grundsätze zu Umwelt, Arbeit und Menschenrechten.



## Fußnoten

- <sup>1)</sup> Basierend auf internen Tests gemäß Norm IEC 62885-2 zum Vergleich des Stromverbrauchs bei Verwendung des Max-Modus mit dem Auto/Smart-Modus beim Reinigen von Teppichen.
- <sup>2)</sup> Basierend auf internem Test zum Vergleich des Energie-, Zeit- und Wasserverbrauchs von SmartSelect-Normaleinstellung Baumwolle 40 °C mit SmartSelect-Extra-Light-Einstellung Baumwolle 20 °C bei 4 kg Baumwollfüllung.
- <sup>3)</sup> Gemäß unserer internen Pflegeindexkennzahl. Siehe The Truth About Laundry: Love Clothes for longer, Ausgabe 2024.
- <sup>4)</sup> Berechnung auf Basis des deklarierten Energieeffizienzindex (EEI) von Mastermodellen im Vergleich zum EEI-Grenzwert für Klasse A.
- <sup>5)</sup> Die Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks für jedes Produkt und für das gesamte Sortiment wurde anhand der Ökobilanzmethode (LCA) berechnet, deren Berichte vom Technischen Überwachungsverein (TÜV) verifiziert wurden.
- <sup>6)</sup> Basierend auf internen Tests zum Vergleich des Energieverbrauchs bei Verwendung der Lüfterdrehzahl 5 im manuellen und intelligenten Modus. Interner Test in 29,5-m<sup>3</sup>-CADR-Raum für 7 Stunden.
- <sup>7)</sup> Das neue AEG Küchenprogramm umfasst den Backofen 9000 ProAssist mit SteamPro, das Kochfeld 9000 SensePro, die Dunstabzugshaube 9000 AutoSense, den Kühlschrank 9000 MultiChill B-Klasse und den Geschirrspüler 7000 GlassCare mit QuickSelect und EcoMeter.
- <sup>8)</sup> Interner Test, basierend auf der Norm IEC 60350-2 zum Vergleich von Messungen beim Kochen von Wasser mit/ohne SenseBoil-Leistungsregulierung und mit/ohne Deckel.
- <sup>9)</sup> Die Ergebnisse sind zu allen AEG Induktionskochfeldern der Serie 3000-8000 erhältlich (ausgenommen TotalFlex-Versionen). Gemessen intern im Vergleich zu Elektrokeramikkochfeldern beim Kochen von 1,5 Litern Wasser auf der 180-mm-Kochzone.
- <sup>10)</sup> Basierend auf einem internen Test zum Vergleich eines Lachsfilets, das mit der FullSteam-Funktion gegart wurde, mit herkömmlichem Garen ohne Dampf bei 170 °C.
- <sup>11)</sup> Basierend auf dem Garen von Ratatouille (bis zu 24 % weniger) und ganzen Fischen (bis zu 28 % weniger) in auf der Benutzeroberfläche bereitgestellten unterstützten Geräten bei 60-cm-Backöfen der Serie 8000-9000 im Vergleich zu früheren Backöfen ohne Energiesparfunktionen.
- <sup>12)</sup> Auf Grundlage externer Tests zum Vergleich des Vitamin-C-Gehalts von rohem und gedünstetem Brokkoli. Prüfung anhand der Bestimmung von Ascorbinsäure (Vitamin C) in Lebensmitteln mittels HPLC/UV-Detektionsverfahren.
- <sup>13)</sup> Modelleinführung 2024.
- <sup>14)</sup> Berechnungen basierend auf dem deklarierten Energieeffizienzindex (EEI) im Vergleich zum EEI-Schwellenwert für die Klasse A für Waschmaschinen und Wäschetrockner und dem EEI-Schwellenwert für die Klasse A+++ für Wäschetrockner.
- <sup>15)</sup> Basierend auf internen Tests zum Vergleich von Electrolux HPTD Energieeffizienzklasse A+++ 8 kg bei einem Jahresverbrauch von 133 kWh, Fast Mode und Eco Mode vs. Electrolux HPTD Energieeffizienzklasse A+++ 8 kg bei einem Jahresverbrauch von 155 kWh im MixCare-Zyklus.

- <sup>16)</sup> Basierend auf einem externen Fleckenentfernungstest an 59 Flecken mit einem UltraQuick-49-Minuten-Programm bei einer Beladung von 4 kg im Vergleich zu marktführenden Marken in Europa mit einstündigen Kurzprogrammen bei 30 °C.
- <sup>17)</sup> Basierend auf einem internen Test der eingesetzten Waschmittelmenge für eine 2-kg-Ladung mit AutoDose in Europa im Vergleich zu einer durchschnittlichen manuellen Dosierung gemäß einem internen Panel-Test.
- <sup>18)</sup> Basierend auf einem internen Test zum Vergleich des Wasserverbrauchs von SteamRefresh mit einer Vollwäsche im 30-°C-Schonprogramm für 1 kg Beladung.
- <sup>19)</sup> Unter Berücksichtigung des mittleren Wasserstands bei Aktivierung der Funktion „Perfect Wash“ im Programm Normal mit einer Wassertemperatur von 22 °C. Ergebnis interner Studien, basierend auf Standardnormen für das Ausbleichen roter Stofffarben.
- <sup>20)</sup> Unter Berücksichtigung des mittleren Wasserstands bei Aktivierung der Funktion „Perfect Wash“ im Normalprogramm mit einer Wassertemperatur von 22 °C im Vergleich zu LAC16. Ergebnis interner Studien, basierend auf Standardnormen für standardisierte Gewebeverschleißtests, die normale Testschwankungen aufweisen können.
- <sup>21)</sup> Betrachtung der Aktivierung der Funktion „Perfect Wash“ im Normalprogramm im Vergleich zum Waschen ohne Aktivierung der Funktion.
- <sup>22)</sup> Der Gesamtanteil an recyceltem Kunststoff kann innerhalb des Sortiments variieren. Die Produkte bestehen zu 39,8 % des Gesamtgewichts aus recyceltem Material, davon zu 2,3 % des Gesamtgewichts aus recyceltem Stoff und zu 37,5 % des Gesamtgewichts aus recyceltem Kunststoff.
- <sup>23)</sup> Basierend auf externen Tests auf Escherichia coli, Staphylococcus aureus und Serratia marcescens nach ISO 18184:2019(E).
- <sup>24)</sup> Ergebnisse aus dem Vergleich der Kälteleistung der Modelle PC01B/PC01X (mit Kompressor) mit dem Modell Hikari PE12G (ohne Kompressor).
- <sup>25)</sup> Offizielle Daten des Intergovernmental Panel on Climate Change, August 2021. Das Treibhauspotenzial (in 100 Jahren) von R-600a-Gas beträgt 0,006, was 99,9 % niedriger ist als das des zuvor verwendeten R-134a-Gases.
- <sup>26)</sup> Basierend auf einem Vergleich der Energie, die von Modellen zum Kühlen von einem Liter Wasser verbraucht wird.
- <sup>27)</sup> Den Konsumenten wird empfohlen, den Filter je nach Einsatzbedingungen, Einbau und Wasserart entweder nach sechs Monaten oder bis zu 3.000 Litern Wasser (2.000 1,5-l-Flaschen) auszuwechseln.
- <sup>28)</sup> Basierend auf internen Berechnungen zum Vergleich von Stromverbrauch und Laufzeit im Max-/Turbo-Modus mit dem Auto-Modus beim Reinigen von Teppichen.
- <sup>29)</sup> Ohne weiteres Zubehör. Staubsauger inkl. sämtlichem Zubehör hergestellt aus 29 % recyceltem Material, bezogen auf das Gesamtgewicht, bestehend aus recyceltem Kunststoff. Bezieht sich auf das gesamte Sortiment der Electrolux 800/AEG 8000 Beutelstaubsauger.
- <sup>30)</sup> Ohne weiteres Zubehör. Staubsauger inkl. sämtlichem Zubehör hergestellt aus 30 % recyceltem Material, bezogen auf das Gesamtgewicht, bestehend aus recyceltem Kunststoff. Bezieht sich auf den kabellosen Staubsauger Electrolux 800 mit All-in-one-Station – Modell EP83UB25SH.
- <sup>31)</sup> [www.produktprisen.applia.dk/vindere-2024](http://www.produktprisen.applia.dk/vindere-2024).

