



Alpro erster europäischer Nahrungsmittelhersteller, der das WWF-Programm „Climate Savers“ unterstützt

- Die neue Zusammenarbeit unterstreicht Alpros Engagement für unternehmerische Nachhaltigkeit und die Reduktion von CO₂-Emissionen



Brüssel, 6. Mai 2011 – Seit heute ist Alpro, der europäische Pionier im Bereich Entwicklung und Vermarktung von Nahrungsmitteln und Getränken auf Soja-Basis, das erste europäische Nahrungsmittelunternehmen, das am WWF-Programm „Climate Savers“ teilnimmt. Das Ziel dieses renommierten Programms besteht darin, Branchen und Unternehmen, die Pionierarbeit leisten, bei der Entwicklung neuer Klima- und Energielösungen zu unterstützen. Alpros Ziel im Rahmen des Programms „Climate Saver“ besteht darin, die CO₂-Emissionen seiner Werke bis 2013 trotz eines erwarteten Volumenwachstums von 1/3 unterhalb des Niveaus von 2008 zu halten.

Eine europäische Premiere

Heute konnte die Partnerschaft zwischen Alpro und dem WWF, einer der größten und angesehensten internationalen Umweltschutzorganisationen, durch Alpros Mitgliedschaft beim WWF-Programm „Climate Savers“ noch weiter gestärkt werden. Im Rahmen dieses Programms entwickeln führende Unternehmen wie Alpro zusammen mit dem WWF ehrgeizige Pläne zu Reduktion ihrer Treibhausgasemissionen. Sie sollen als Beispiel dafür dienen, dass Wirtschaftswachstum und die Reduktion von CO₂-Emissionen durchaus zu vereinbaren sind.

Alpros Geschäftsführer Bernard Deryckere erklärt: *„Wir sind überaus stolz auf unsere Partnerschaft mit dem WWF. Als erstes europäisches Nahrungsmittelunternehmen, das am Programm „Climate Savers“ teilnimmt, hoffen wir, andere europäische*

Unternehmen dazu zu motivieren, ebenfalls ihren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Diese Partnerschaft ist nicht nur bezeichnend für unser fortlaufendes Engagement für eine nachhaltige Entwicklung, es spornt uns auch an, an der Weiterentwicklung unserer bestehenden Klimaschutzpläne zu arbeiten.“

„Climate Savers“ wurde im Jahr 2000 gegründet und mittlerweile haben sich 25 Unternehmen diesem WWF-Programm angeschlossen, darunter auch bekannte Namen wie Tetra Pak, Sony, HP, Volvo und Coca-Cola.

Bruce Haase, stellvertretender Leiter für Klima- und Unternehmensengagement des WWF International, sagte: *“Der WWF engagiert sich nun seit Jahren für den Klimawandel und wir arbeiten mit Unternehmen zusammen, die ihre Umweltschädigung drastisch reduzieren wollen. Alpro hat bewiesen, dass es nachhaltig handeln und dennoch weiterhin wachsen kann. Außerdem produziert Alpro Produkte auf Soja-Basis, die eine wesentlich bessere CO₂-, Wasser- und Bodenbilanz haben als tierische Produkte. Eine der vielen Empfehlungen in unserem Energiebericht ist eine Veränderung der Ernährungsgewohnheiten; ein Umschwenken von einer fleisch- zu einer pflanzenbasierten Ernährung, um Boden für die Landwirtschaft zu gewinnen. Dieser Bericht beweist, dass die Umstellung auf 100 % erneuerbare Energien bis 2050 ein machbares Ziel darstellt. Daher war der Ausbau unserer Partnerschaft der logische nächste Schritt.“*

Das Versprechen der „Climate Savers“

Zwischen 2008 und 2010 nahmen die absoluten CO₂-Emissionen der Alpro-Werke um 11 % ab, und zwar trotz einer Steigerung des Produktionsvolumens um mehr als 11%, wodurch sich innerhalb eines Zeitraums von 2 Jahren eine kombinierte Verbesserung von 22 % ergab. Alpros Ziel im Rahmen des Programms „Climate Savers“ besteht darin, die CO₂-Emissionen seiner Werke bis 2013 trotz eines erwarteten Volumenwachstums von 1/3 unterhalb des Niveaus von 2008 zu halten. Das entspricht einer Einsparung von 42.000 Tonnen CO₂ gegenüber dem normalen Unternehmensablauf. Das Unternehmen plant zudem die Bewertung konkreter Möglichkeiten zur weiteren Reduktion seiner indirekten Verpackungs- und Transportemissionen, einschließlich einer Machbarkeitsstudie im Bereich des

intermodalen Transports und einer Pilotstudie zu horizontalen Logistikkooperationen. Und schließlich wird Alpro aktiv die „Renewable Energy Vision“ des WWF zum Beispiel dadurch unterstützen, dass das Unternehmen zum „Clean Energy Ambassador“ wird und den durch die Wertschöpfungskette entstandenen Geschäftsnutzen in enger Zusammenarbeit mit anderen „Climate Savers“ - Unternehmen wirksam einsetzt.

Die Vision nachhaltiger Entwicklung

Nachhaltige Entwicklung ist ein wesentlicher Bestandteil von Alpros Unternehmenskultur. Das Unternehmen arbeitet bereits seit einigen Jahren an einem Klimaplan zur Verringerung seiner negativen Auswirkungen auf die Umwelt. Als Teil dieses Plans hat Alpro für sein Werk in Wevelgem ein neues Ladedock am Fluss Lys gebaut. Jede Woche wird mindestens ein Schiff mit 20 Containern voller Sojabohnen am Ladedock anlegen. *„Von nun an werden Sojabohnen, der Rohstoff unserer Produkte, zur Verarbeitung direkt an die Fabrik geliefert. Auf diese Weise sparen wir Energie, Zeit und CO₂ -Emissionen“,* so Bernard Deryckere. *„Das heißt, dass sich jährlich 1.200 LKW weniger auf den Straßen befinden.“*

-- Ende --

Über Alpro

Alpro ist der europäische Pionier im Bereich Sojaprodukte. Seit nunmehr über 30 Jahren konzentriert sich Alpro auf Gesundheit und Wohlbefinden und auf die nachhaltige Produktion schmackhafter Produkte, die alle den wertvollen Nährwert des Sojas enthalten. Alpro ist mit seinem Marken Alpro®soya und Provamel® europäischer Marktführer bei Sojaprodukten. Alpro beschäftigt rund 800 Mitarbeiter und hat einen Umsatz von etwa 260 Millionen Euro. Alpro verfügt über vier Produktionswerke, die sich in Belgien, dem Vereinigten Königreich, Frankreich und den Niederlanden befinden. Für mehr Informationen besuchen Sie die Website www.alprosoya.be.

Über den WWF

Der WWF ist eine der größten und erfahrensten unabhängigen Umweltorganisationen der Welt, der in mehr als 100 Ländern aktiv ist und fast 5 Millionen Förderern weltweit hat. Das Ziel des WWF besteht darin, künftigen Generationen einen bewohnbaren Planeten zu hinterlassen. Der WWF engagiert sich auch für die Erhaltung der Arten und ihres natürlichen Lebensraums: Wälder, wasserreiche Lebensräume und Ozeane. Der WWF arbeitet gemeinsam mit Partnern an Lösungen zur Beendigung der Verschmutzung und Verschwendung natürlicher Ressourcen und des Klimawandels.

Unterstützen Sie den WWF und gehen Sie auf www.wwf.de.

Hill & Knowlton

Karen Verstappen / Olivia Schwarz

Tel.: +32 2 737 95 00

E-Mail: kverstap@hillandknowlton.com

E-Mail: oschwarz@hillandknowlton.com

WWF-Belgium

Koen Stuyck – press officer

Tel: +32 2 340 09 67

Mobil: + 32 499 70 86 41

E-Mail: koen.stuyck@wwf.be