



Coca Cola European Partners, Microsoft, Unilever und Vaude gehören zu 13 weiteren Unternehmen, die sich Amazons Climate Pledge anschließen

- *Inzwischen haben sich 31 Unternehmen dem Climate Pledge angeschlossen, eine von Amazon und Global Optimism begründete Selbstverpflichtung, das Pariser Klimaschutzabkommen zehn Jahre früher umzusetzen.*
- *Die Unternehmen ergreifen konkrete, wissenschaftlich basierte und wirkungsvolle Maßnahmen, um den Klimawandel zu bekämpfen – wie den Einsatz erneuerbarer Energien, Investitionen in nachhaltige Gebäude und die Mobilisierung von Lieferketten.*

Seattle, 09.12.2020 – Amazon und [Global Optimism](#) haben heute bekannt gegeben, dass sich 13 weitere Unternehmen dem [Climate Pledge](#) angeschlossen haben: Atos, Brooks, Canary Wharf Group, Coca Cola European Partners, ERM, Groupe SEB France, Harbour Air, ITV, Microsoft, Nestle, Rubicon, Unilever und Vaude. Mit diesem Versprechen verpflichten sich die Unternehmen, bis 2040 CO₂-neutral zu sein – ein Jahrzehnt vor dem Ziel des Pariser Klimaabkommens von 2050.

„Letztes Jahr haben Amazon und Global Optimism gemeinsam den Climate Pledge gegründet, um Unternehmen zu ermutigen, die Ziele des Pariser Abkommens zehn Jahre früher zu erreichen. Heute haben wir tolle Neuigkeiten: 13 weitere Unternehmen, darunter Unilever und Microsoft, schließen sich dieser Verpflichtung an, um gemeinsam dem Klimawandel zu begegnen und den Planeten für künftige Generationen zu retten“, sagt Jeff Bezos, Gründer und CEO von Amazon. „Mittlerweile haben 31 Unternehmen aus der ganzen Welt das Klimaversprechen unterzeichnet. Gemeinsam senden wir ein wichtiges Signal an den Markt, dass es eine beträchtliche und schnell wachsende Nachfrage nach Technologien gibt, die uns beim Aufbau einer CO₂-freien Wirtschaft helfen können.“

Die neuen Unterzeichner des Climate Pledge versprechen:

- regelmäßige Messung und Berichterstattung über Treibhausgasemissionen;
- Umsetzung von Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung im Einklang mit dem Pariser Abkommen durch effektive Veränderungen und Innovationen im Unternehmen. Dazu gehören Effizienzverbesserungen, der Einsatz erneuerbarer Energien, Materialeinsparungen und andere Maßnahmen zur Vermeidung von CO₂-Emissionen;
- Neutralisierung der verbleibenden Emissionen durch zusätzliche, quantifizierbare, tatsächliche, dauerhafte und gesellschaftlich vorteilhafte Kompensationen, um den jährlichen CO₂-Nettoausstoß bis 2040 auf Null zu senken.



Atos

Als ein führendes Unternehmen im Bereich der sicheren und dekarbonisierten Digitaldienstleistungen hat Atos es sich zur Aufgabe gemacht, durch technologische Innovationen den Weg für eine kohlenstoffneutrale und nachhaltige Wirtschaft zu ebnen. Atos hat sich verpflichtet, seinen ökologischen Fußabdruck zu reduzieren und Unternehmen dabei zu helfen, ihre Klimaambitionen erfolgreich umzusetzen. Atos nutzt dedizierte digitale Lösungen und hochspezialisierte Fähigkeiten, um einen der umfassendsten Ansätze zur Dekarbonisierung auf dem Markt anzubieten. In diesem Jahr gab Atos seine Verpflichtung bekannt, bis 2035 in den sogenannten Scopes 1, 2 und 3 den CO₂-Nettoausstoß auf Null zu erreichen. Damit setzt Atos die höchsten Dekarbonisierungsstandards in seiner Branche und beschleunigt sein jahrzehntelanges Umweltprogramm noch weiter.

„Als vertrauenswürdiger Transformations- und Innovationspartner liegt es in unserer Verantwortung, unsere einzigartigen Fähigkeiten zur Bewältigung des Klimawandels einzusetzen und andere in die Lage zu versetzen, das Gleiche zu tun, angefangen bei unserem Ökosystem“, sagt Elie Girard, CEO von Atos.

Brooks

Brooks Engagement für Nachhaltigkeit erstreckt sich über ein Jahrzehnt, und die Marke High-Performance Running hat kürzlich einen Fahrplan verabschiedet, um die CO₂-Emissionen in den sogenannten Scopes 1, 2 und 3 im Einklang mit der Klimawissenschaft zu reduzieren und bis 2040 CO₂-Neutralität zu erreichen.

„Wir leben, arbeiten und sehen uns als Teil einer globalen Gemeinschaft. Da sich mehr als 150 Millionen Menschen weltweit im Freien bewegen, ist es entscheidend, dass wir uns um ihn kümmern“, sagt Jim Weber, CEO von Brooks. „Bei der Schaffung neuer Ausrüstung und der Führung unseres globalen Geschäfts sind wir bestrebt, die Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren, einen positiven sozialen Wandel herbeizuführen und transparent zu machen, in welchen Bereichen wir uns verbessern können. Wir sind sehr stolz darauf, das erste Sportunternehmen zu sein, das dem Climate Pledge beiträgt. Diese Partnerschaften werden für das Erreichen unserer ehrgeizigen Ziele von entscheidender Bedeutung sein.“

Canary Wharf Group

Die Canary Wharf Group (CWG) ist für Europas größtes Stadterneuerungsprojekt in London verantwortlich und hat eines der größten umweltzertifizierten Portfolios im Vereinigten Königreich mit bisher über 10 Mio. m² nachhaltig zertifizierten Gebäuden geschaffen. Als Teil ihres Engagements für das Klimaschutzziel hat die CWG den „Net Zero Carbon Pathway“ gestartet, der konkrete Schritte zur Verbesserung der Energieeffizienz und zur Verringerung der Emissionen vorsieht, um bis 2030 CO₂-Neutralität zu erreichen.

„Den Klimawandel zu bekämpfen, ist eine dringende Herausforderung für uns alle und die Immobilienindustrie spielt hier eine entscheidende Rolle. Canary Wharf wird seit 2012 zu 100% mit Strom aus erneuerbaren Energien betrieben, aber es gibt noch mehr zu tun“, sagt Shobi Khan, CEO der Canary Wharf Group. „Wir haben uns verpflichtet, bis 2030 CO₂-Neutralität zu erreichen, und wir werden im nächsten Jahrzehnt mit unseren Mieterinnen und Mietern sowie Lieferantinnen und Lieferanten zusammenarbeiten, um die Energieeffizienz zu verbessern, die Emissionen zu reduzieren



und den globalen Übergang zu unterstützen. Um dies zu realisieren haben wir uns verpflichtet, unsere CO2-Emissionen bis 2030 zu reduzieren, indem wir Hand in Hand mit unseren Mieterinnen und Mietern sowie Lieferantinnen und Lieferanten zusammenarbeiten. Der Beitritt zum Climate Pledge ist eine Anerkennung dieser Verpflichtung.“

Coca-Cola European Partners

Coca-Cola European Partners (CCEP) strebt danach, bis 2040 über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg keine Netto-Auswirkungen auf das Klima zu haben sowie die absoluten Treibhausgasemissionen bis 2030 um 30% zu senken – in Übereinstimmung mit dem 1,5° Grad Ziel und der Science Based Targets Initiative. CCEP hat die Emissionen in der gesamten Wertschöpfungskette seit 2010 bereits um 30,5% reduziert: das Unternehmen ist mit Unterstützung von RE100 auf 100% erneuerbare Elektrizität umgestiegen; die Energieintensität der eigenen Flotte für Kaltgetränke wurde seit 2010 um 60% reduziert; und die Verwendung von neuem Plastik auf Erdölbasis in PET-Flaschen wurde um ein Drittel gesenkt.

„Wir haben uns verpflichtet, unseren Teil zu den weltweiten Bemühungen zur Bewältigung der Klimakrise beizutragen, indem wir die absoluten Treibhausgasemissionen in unserer gesamten Wertschöpfungskette reduzieren“, sagt Damian Gammell, CEO von CCEP. „Wir wollen dies erreichen, indem wir unser eigenes Unternehmen weiterhin und so weit wie möglich dekarbonisieren und indem wir Zulieferunternehmen ermutigen, ihre eigenen wissenschaftlich fundierten Ziele zu setzen und bis 2023 zu 100% erneuerbare Energien einzusetzen. Es ist uns eine große Freude, dem Climate Pledge beizutreten und unser Ziel zu beschleunigen, bis 2040 CO2-neutral zu sein.“

ERM

ERM arbeitet mit Unternehmen auf der ganzen Welt zusammen, um sie dabei zu unterstützen, kritische Klimarisiken und -chancen zu erkennen und anzugehen. ERMs fundierte Erfahrung in den Bereichen Klimawissenschaft, Politik und Wirtschaft, in Verbindung mit deren digitalem Fachwissen bietet deren Kundinnen und Kunden die Instrumente und Erkenntnisse, die sie benötigen, um sich in der Komplexität des Übergangs zu einer kohlenstoffarmen Zukunft zurechtzufinden. ERM ist sich auch der Verantwortung bewusst, den ökologischen Fußabdruck durch ein besseres Energiemanagement zu verringern, deshalb ist das Unternehmen auf erneuerbare Energien umgestiegen und sucht nach glaubwürdigen Ansätzen zum Ausgleich der Emissionen aus dem Reiseverkehr.

„Nachhaltigkeit ist bei ERM eine Verpflichtung zur Unterstützung einer sozioökonomischen Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart erfüllt, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen“, sagt Keryn James, CEO von ERM. „Klimabedingte Risiken sind ein Geschäftsthema, das sich direkt auf die wirtschaftliche Lage von ERM, unseren Ruf sowie unsere Fähigkeit, Talente anzuziehen und zu halten, auswirkt. Als führendes globales Beratungsunternehmen für Nachhaltigkeit ist es unser Ziel, gemeinsam mit den weltweit führenden Organisationen eine nachhaltige Zukunft zu gestalten. Wir sind stolz darauf, dem Climate Pledge beizutreten und unsere Anstrengungen zur Erreichung der CO2-Neutralität in unseren Betrieben zu verdoppeln.“

Groupe SEB France

Die Groupe SEB France ist sich ihrer Verantwortung, einen nachhaltigeren Planeten zu schaffen, bewusst und setzt sich dafür ein, die Umweltauswirkungen ihrer Geschäftstätigkeiten zu reduzieren. Seit der Festlegung ihrer ersten Umweltverpflichtungen hat die Groupe SEB France an ihren Industrie- und Logistikstandorten einen Rückgang des Energieverbrauchs um 21% verzeichnet, mit einem Anteil von



35% recycelter Materialien in ihren Produkten und Verpackungen ihr Recyclingziel übertroffen und mit einer Reduzierung von 33% pro verkaufter Einheit ihr Ziel der Reduzierung der logistikbezogenen CO₂-Emissionen übertroffen.

„Unsere wichtigsten Ambitionen sind die Intensivierung der Innovation, um unser Geschäftsmodell auf eine stärker zirkuläre Wirtschaft auszurichten, und der weitere Kampf gegen den Klimawandel“, sagt Richard Joaristi, Generaldirektor der Groupe SEB France. „Wir freuen uns, uns dem Climate Pledge anzuschließen, während wir unseren Weg zur CO₂-Neutralität bis 2040 fortsetzen.“

Harbour Air

Harbour Air wurde elf Jahre in Folge zu einem der bestgeführten Unternehmen Kanadas ernannt und berechnet und kompensiert den CO₂-Fußabdruck der Fluggesellschaft seit über einem Jahrzehnt. Im Jahr 2007 wurde die regionale Fluggesellschaft die erste und einzige klimaneutrale Fluggesellschaft der Welt. Seitdem hat Harbour Air 100% seiner Emissionen, die mit dem Treibstoffverbrauch von Wasserflugzeugen und dem Betrieb des Unternehmens verbunden sind, ausgeglichen. Im vergangenen Jahr ging Harbour Air mit dem Engagement für Nachhaltigkeit noch einen Schritt weiter, und führte am 10. Dezember 2019 den weltweit ersten Flug mit einem vollelektrischen Verkehrsflugzeug durch. Das ePlane ist von der FAA und Transport Canada zertifiziert – ein entscheidender nächster Schritt im Hinblick auf das Ziel von Harbour Air, die erste vollelektrische kommerzielle Fluggesellschaft zu werden.

„Ein nachhaltiger und verantwortungsbewusster Corporate Citizen zu sein, ist nicht nur in unseren Unternehmenswerten verankert, sondern ist, wie ich glaube, auch für unseren Erfolg in der Gemeinschaft von entscheidender Bedeutung“, sagt Greg McDougall, Gründer und CEO Harbour Air. „Als erste und einzige klimaneutrale Fluggesellschaft der Welt sind wir stolz auf unsere Führungsrolle in der Branche auf dem Weg zur Nachhaltigkeit. Wir freuen uns darauf, der Climate Pledge-Gemeinschaft beizutreten und andere Organisationen und Branchenführer wie Amazon, Global Optimism und weitere Unterzeichner dabei zu unterstützen, bis 2040 CO₂-Neutralität zu erreichen.“

ITV

ITV, eine TV-Gesellschaft aus dem Vereinigten Königreich, ist der Ansicht, dass das Fernsehen nicht nur bei der Reduzierung der Emissionen, sondern auch bei der Veränderung der Kultur und der Schaffung einer neuen Normalität eine entscheidende Rolle spielen muss. ITV hat sich verpflichtet, bis 2030 CO₂-Neutralität in den Bereichen Betrieb, Produktionen und Geschäftsreisen zu erreichen. Die Strategie des Unternehmens zur Erreichung von Netto-Null-Emissionen besteht darin, die Auswirkungen des Unternehmens im Einklang mit den neuesten Erkenntnissen der Klimawissenschaft auf einen Wert so nahe wie möglich auf Null zu reduzieren. Das Unternehmen wird dann auch die Emissionen, die es absolut nicht reduzieren kann, durch von Dritten verifizierte Baumpflanzungen und blaue CO₂-Kompensationsprojekte sequestrieren.

„Den Klimawandel zu bekämpfen, ist eine der größten Herausforderungen unseres Lebens. Die Auswirkungen des Klimawandels sind bereits da, und die Zeit zum Handeln ist jetzt gekommen.“, sagt Carolyn McCall, CEO von ITV. „Das Ausmaß des erforderlichen Wandels verlangt von uns allen – Unternehmen, Regierungen und Bürgerinnen und Bürger – dass wir zusammenarbeiten und mutig handeln. Da wir jeden Monat über 50 Millionen Menschen erreichen, glauben wir, dass ITV eine entscheidende Rolle spielen muss; nicht nur bei der Reduzierung unserer eigenen Emissionen, sondern auch bei der Veränderung der Kultur und der Schaffung einer neuen Normalität. ITV ist stolz darauf, Unterzeichner des Climate Pledges zu sein.“



Microsoft

Im Januar hat sich Microsoft verpflichtet, bis 2030 CO₂-negativ zu sein und bis 2050 den gesamten Kohlenstoff, den es direkt oder durch Stromverbrauch emittiert hat, aus der Umwelt zu entfernen. Das Unternehmen arbeitet seit 2012 klimaneutral und hat sich verpflichtet, durch seine Cloud-fähigen Technologien eine nachhaltige Entwicklung und CO₂-arme Geschäftspraktiken weltweit zu fördern. Um die eigenen ehrgeizigen Verpflichtungen zu erfüllen und Partnern und Kunden dabei zu helfen, ihre eigenen Klimaziele zu erreichen, ist Zusammenarbeit der Schlüssel und einer der Hauptgründe dafür, dass Microsoft den Climate Pledge unterzeichnet.

„Kein Unternehmen und keine Organisation kann die Klimakrise sinnvollerweise allein angehen. Es bedarf entschlossener Ansätze, neuer innovativer Technologien und ein starkes Engagement für die Zusammenarbeit über Branchen und Wirtschaftssektoren hinweg“, sagt Lucas Joppa, Chief Environmental Officer von Microsoft. „Durch den Beitritt zur und die Zusammenarbeit mit der Climate Pledge Gemeinschaft werden wir in der Lage sein, uns gemeinsam der Herausforderung zu stellen und unsere Emissionen einzudämmen, sodass wir Fortschritte in Richtung einer CO₂-neutralen Zukunft machen können.“

Neste

Neste, ein weltweit führendes Unternehmen für erneuerbare Energien und Kreislaufösungen, ist das erste große Energieunternehmen, das den Climate Pledge unterzeichnet hat. Vor 15 Jahren beschloss Neste, sich von einem Ölunternehmen in ein Unternehmen für erneuerbare Produkte zu wandeln. Seitdem wurde Neste immer wieder für seine bahnbrechende Führungsrolle im Bereich der Nachhaltigkeit ausgezeichnet. Das Unternehmen wurde 14 Jahre in Folge in den Dow Jones Sustainability Indizes aufgenommen und von Corporate Knights drei Jahre lang in die Top 3 der Global 100-Liste der weltweit nachhaltigsten Unternehmen aufgenommen. Auf seinem weiteren Weg hat Neste zwei ehrgeizige Klimaverpflichtungen festgelegt: bis 2030 die Treibhausgasemissionen der Kundinnen und Kunden um mindestens 20 Millionen Tonnen jährlich zu reduzieren und bis 2035 eine CO₂-neutrale Produktion zu erreichen. Dies wird durch das Ziel von Neste vorangetrieben, einen gesünderen Planeten für unsere Kinder zu schaffen.

„Die Klimakrise ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit“, sagt Peter Vanacker, Präsident und CEO von Neste. „Sie wird sich nicht mit einer einzigen Lösung auflösen, sondern erfordert die Nutzung aller verfügbaren Lösungen und die Entwicklung neuer. Das ist Teamwork. Mit dem Beitritt zum Climate Pledge bekräftigen wir unser Engagement für Nachhaltigkeit und freuen uns, einer Gemeinschaft beizutreten, die Wissen, Ideen und bewährte Praktiken austauschen wird. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit bei dieser wichtigen Mission.“

Rubicon

Rubicon ist ein Softwareunternehmen, das intelligente Abfall- und Recyclinglösungen für Unternehmen und Regierungen weltweit anbietet. Durch den Einsatz von Technologie zur Förderung von Umweltinnovationen hilft Rubicon Unternehmen, nachhaltiger zu werden, und Nachbarschaften zu grüneren und smarteren Orten zum Leben und Arbeiten zu machen. Durch den Entwurf und die Umsetzung von zirkulären Lösungen, die Abfall von Deponien weggleiten, unterstützt das Unternehmen Partnerinnen und Partner, Treibhausgasemissionen zu reduzieren und eine nachhaltigere Welt zu schaffen. Die Mission von Rubicon besteht darin, dem Abfall ein Ende zu bereiten, indem das



Unternehmen Partnerinnen und Partnern hilft, wirtschaftlichen Wert in ihren Abfallströmen zu finden und ihre Nachhaltigkeitsziele zuversichtlich umzusetzen.

„Wir glauben, dass der Klimawandel zu den drängendsten Problemen gehört, mit denen die Welt konfrontiert ist, was unseren Beitritt zum Climate Pledge zu einem entscheidenden Moment für Rubicon macht. Es ist unsere Bündiserklärung im Kampf gegen den Klimawandel und eine Neuformulierung der Mission unseres Unternehmens, dem Abfall ein Ende zu setzen“, sagt David Rachelson, Chief Sustainability Officer bei Rubicon. „Jeden Tag arbeitet unser Team unermüdlich an der Seite unserer Kundinnen und Kunden, um die Anhäufung von Abfällen zu reduzieren und ihre schädlichen Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern. Indem wir unseren Namen unter dieses Versprechen setzen, bekräftigen wir unser Engagement für die Schaffung eines saubereren, gesünderen und sichereren Planeten für die gesamte Menschheit. Wir sind stolz darauf, bei dieser dringendsten aller globalen Missionen an der Seite der anderen Unternehmen zu stehen, die den Climate Pledge unterzeichnet haben.“

Unilever

Im Rahmen des Unilever Sustainable Living Plans hat das Unternehmen bereits 2010 und erstmalig Ziele für den Treibhausgas-Fußabdruck festgelegt – in der gesamten Wertschöpfungskette. Dazu gehören die Halbierung des Treibhausgas-Fußabdrucks der eigenen Produkte über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg und die Vermeidung von Treibhausgasemissionen im eigenen Unternehmen bis 2030. Letzteres Ziel wurde im Rahmen einer neuen Strategie eingeführt, die 2015 im Vorfeld der Klimakonferenz der Vereinten Nationen (COP 21) verkündet wurde. Es beinhaltet die Umstellung auf 100% erneuerbare Energien bis 2030, mit einem Zwischenziel von 100% erneuerbarer Netzstromversorgung weltweit bis 2020 – das im Januar dieses Jahres erreicht wurde. Im Juni dieses Jahres verpflichtete sich Unilever, bis 2039 für alle seine Produkte CO₂-neutral zu sein – von der Beschaffung bis hin zum Verkauf.

„Wir freuen uns über die Zusammenarbeit mit Amazon und Global Optimism beim Climate Pledge“, sagt Rebecca Marmot, Chief Sustainability Officer bei Unilever. „Die Bekämpfung der Klimakrise ist von größter Bedeutung. Wir haben uns bei Unilever das Ziel gesetzt, bis 2039 CO₂-neutral zu sein – von der Beschaffung bis hin zum Verkauf, und investieren eine Milliarde Euro in einen Fonds, um den Klimawandel zu bekämpfen. Gemeinsam mit den anderen Mitgliedern der Climate Pledge Gemeinschaft freuen wir uns darauf, die Messlatte für ehrgeizige gemeinsame Maßnahmen zur Lösung der dringendsten Herausforderung unserer Zeit höher zu legen.“

Vaude

Vaude hat sich verpflichtet, seine Kohlenstoffemissionen im Einklang mit den Zielen des Pariser Klimaabkommens zu reduzieren. Seit 2012 ist der Hauptsitz des Unternehmens als klimaneutral zertifiziert. Es hat sich nun das ehrgeizige, wissenschaftlich fundierte Ziel gesetzt, alle seine Produkte weltweit klimaneutral herzustellen.

„Um dem Klimawandel wirksam zu begegnen, muss es uns gelingen, die Erderwärmung im Einklang mit dem Pariser Abkommen auf deutlich unter 2 Grad zu begrenzen“, sagt Antje von Dewitz, CEO von Vaude. „Wir von Vaude wollen unseren Beitrag dazu leisten und haben uns zum Ziel gesetzt, alle Produkte klimaneutral zu produzieren. Wir sind stolz darauf, dem Climate Pledge beizutreten, sodass wir unseren Weg zur Erreichung der CO₂-Neutralität bis 2040 beschleunigen können.“



„Das Pariser Abkommen hat einen verbindenden Fahrplan geschaffen – für alle Länder und alle Menschen, um der Klimakrise gemeinsam und aktiv zu begegnen“, sagt Christiana Figueres, ehemalige Leiterin für Klimawandel bei den Vereinten Nationen und Gründungspartnerin von Global Optimism. „Mit dem Beitritt zum Climate Pledge demonstrieren diese Unternehmen nicht nur ihre Ambitionen für die Zukunft. Ihre Maßnahmen und Investitionen schaffen dringend benötigte Arbeitsplätze, regen Innovationen an, helfen unsere Umwelt zu schonen und unterstützen Verbraucherinnen und Verbraucher dabei, ab sofort mehr nachhaltigere Produkte zu kaufen.“

Für weitere Informationen besuchen Sie www.theclimatepledge.com.