



#WirDrehenRunter FAQ Kooperation P&G

Funktioniert 30 Grad für alle Flecken?

Ein Großteil der anfallenden Wäsche ist heute leicht bis mittel verschmutzt. Hierzu gehört zum Beispiel Oberbekleidung wie Hemden, Blusen und Hosen, die zuverlässig bei niedrigen Temperaturen gereinigt werden können - und sollten. Ariel Waschmittel sind optimiert für eine hervorragende Reinigungsleistung ab 20 °C. Dank der COOLCLEAN Technologie entfernen z.B. Ariel All-in-1 PODS besonders zuverlässig Flecken, die durch Stärke in Lebensmitteln wie Nudeln, Suppen, Soßen, Salatdressings oder Puddings entstehen.

Ariel Waschmittel enthalten zudem ein spezielles Enzym, Purezyme, das gegen zunächst nicht sichtbare Verschmutzungen wirkt. Die Ariel Forschung zeigt, dass Kleidung oft von innen mit einem "klebrigen Schmutz" verdreht ist, der aus Verunreinigungen besteht, die sich auf der Haut befinden, dazu zählen Schweiß und Talg. Es ist wichtig, auch diesen Schmutz bei jeder Wäsche zu entfernen, sonst bilden sich Grauschleier. Dazu dient das Enzym.

Funktioniert 30 Grad auch bei Schweiß, Blut und anderen Körperflüssigkeiten?

Blutflecken sind eine Besonderheit, sie sollten vorbehandelt, also z. B. eingeweicht werden. Außerdem empfiehlt sich das Aufbringen von Bleiche direkt auf den Blutfleck. Man sollte aber gerade Blutflecken nicht bei hohen Temperaturen waschen, denn dann zersetzt sich das Blut und verbindet sich unwiederbringlich mit der Faser.

Gerade zur Entfernung von Körperschmutz enthalten Ariel Waschmittel ein spezielles Enzym, Purezyme, das gegen diese Verschmutzungen wirkt. Die Ariel Forschung zeigt, dass Gewebe mit einem "klebrigen Schmutz" verdreht werden können, der aus Verunreinigungen besteht, die sich auf der Haut befinden, dazu zählen Schweiß und Talg. Obwohl diese Verschmutzungen zunächst nicht sichtbar sind, werden sie, wenn sie nicht vollständig entfernt werden, mit der Zeit wahrnehmbar als Grauschleier und mitunter auch durch einen unangenehmen Geruch. Purezyme wirkt als Katalysator, um die klebrige Schmutz-Schicht in der Wäsche aufzubrechen, sie von den Stofffasern zu lösen und den Reinigungsprozess zu beschleunigen.

Welche Flecken brauchen eine Sonderbehandlung?

Besonders hartnäckige Verschmutzungen sollten, unabhängig von der Waschtemperatur, vorbehandelt werden, z.B. indem etwas Flüssigwaschmittel direkt auf den Fleck gegeben wird und dieses einige Zeit einwirken kann. Das gilt z.B. für Tinte und Schokolade – Schokolade vorher vorsichtig abkratzen und mit Stoff mit lauwarmem Wasser ausspülen, erst dann das Flüssigwaschmittel auftragen. Für Blutflecken gilt: mit kaltem Wasser ausspülen, ggf. Kleidungsstück vorher in kaltem Wasser einweichen. Außerdem empfiehlt sich das Aufbringen von Bleiche direkt auf den Blutfleck. Man sollte aber gerade Blutflecken nicht bei hohen Temperaturen waschen, denn dann zersetzt sich das Blut und verbindet sich unwiederbringlich mit der Faser.



Beseitigt die 30-Grad-Wäsche auch unangenehme Gerüche und Bakterien?

Wenn Kleidungsstücke nicht ausreichend gereinigt werden, sehen sie schmutzig aus, fühlen sich schmutzig an und riechen schlecht. Die Entfernung aller Verschmutzungen beim Wäschewaschen ist wichtig, um keine Restverschmutzungen zu hinterlassen, die mit der Zeit unangenehme Gerüche entwickeln könnten. Während des Waschens wirken verschiedene Faktoren zusammen, um die Verschmutzungen zu entfernen; die Bewegung der Trommel und des Waschwassers, die Wärmeenergie, die Dauer des Waschprogramms sowie die Reinigungswirkung von Waschmitteln. Für normal verschmutzte Alltagswäsche reicht ein Waschzyklus bei niedrigen Temperaturen wie z.B. 30 °C aus, um eine gute Hygiene zu gewährleisten und unangenehme Gerüche zu beseitigen.

Wann ist eine 60°C Wäsche angesagt?

Wenn ein Familienmitglied an einer ansteckenden Krankheit leidet, empfiehlt sich eine Wäsche bei höherer Temperatur. Bei Putzlappen oder stark verschmutzten Küchentüchern ist eine höhere Waschtemperatur ebenfalls sinnvoll.

Ist Kaltwäsche auch für Handtücher und Bettwäsche geeignet?

Ja, auch Bettwäsche und Handtücher können bei niedrigen Temperaturen gewaschen werden. Nur bei Textilien, die von kranken Personen genutzt werden, ist ein Waschgang bei 60 °C mit einem bleichehaltigen Vollwaschmittel empfehlenswert.

Übrigens sollte man gerade bei frisch gewaschenen Handtüchern darauf achten, sie direkt nach der Wäsche zum Trocknen aufzuhängen. Sie sind oft aus flauschigem Frottee gefertigt, und bei langem Liegenlassen in feuchter Umgebung können sich hier leicht schlechte Gerüche bilden.

Ist für das Waschen bei niedrigeren Temperaturen ein spezielles Waschmittel nötig oder kann dafür jedes beliebige Waschmittel verwendet werden?

Die Waschtemperaturen, für die ein Waschmittel vorgesehen ist, werden üblicherweise auf der Verpackung angegeben. Jedoch wirkt nicht jedes Waschmittel bei jeder Temperatur gleich. Ariel Waschmittel sind optimiert für hervorragende Waschergebnisse schon ab 20 °C. Dank der COOLCLEAN Technologie entfernen z.B. Ariel All-in-1 PODS besonders zuverlässig Flecken, die durch Stärke in Lebensmitteln wie Nudeln, Suppen, Soßen, Salatdressings oder Puddings entstehen. Zudem wirkt ein spezielles Enzym in Ariel Waschmitteln, Purezyme, auch gegen zunächst unsichtbare Verschmutzungen, die – werden sie nicht entfernt – langfristig zum Vergrauen von Kleidung führen können sowie zu unangenehmen Gerüchen.

Bei Weißwäsche: Entfernt 30 Grad auch den Grauschleier?

Ariel Waschmittel enthalten ein spezielles Enzym, Purezyme, das seine Wirkung bereits bei niedrigen Temperaturen wie 20 oder 30 °C entfaltet und das gegen zunächst nicht sichtbare Verschmutzungen wirkt, die zu einem Grauschleier auf weißen und hellen Textilien führen können. Die Ariel Forschung zeigt, dass Gewebe mit einem "klebrigen



Schmutz" verdeckt werden können, der aus Verunreinigungen besteht, die sich auf der Haut befinden, dazu zählen Schweiß und Talg. Obwohl diese Verschmutzungen zunächst nicht sichtbar sind, werden sie, wenn sie nicht vollständig entfernt werden, mit der Zeit wahrnehmbar als Grauschleier und mitunter auch durch einen unangenehmen Geruch. Purezyme wirkt als Katalysator, um die klebrige Schmutz-Schicht in der Wäsche aufzubrechen, sie von den Stofffasern zu lösen und den Reinigungsprozess zu beschleunigen.

Für welche Materialien/Stoffe ist kälter waschen geeignet/nicht geeignet?

Grundsätzlich ist Kaltwäsche für alle Textilien möglich, die in der Waschmaschine gewaschen werden können. Die auf dem Pflegetikett angegebene Waschtemperatur ist als Maximum zu verstehen. Steht dort z.B. 40 °C, kann das Kleidungsstück bedenkenlos bei 30 oder 20 °C gewaschen werden.

Wenn ein Familienmitglied unter einer ansteckenden Krankheit leidet, sollte bei höheren Temperaturen, also 60 Grad, gewaschen werden.

Ist Kaltwaschen für die Maschine zuträglich oder schädlich? Müssen Ablagerungen und Bakterien nicht durch regelmäßiges Heißwaschen entfernt werden (wie oft und bei wie viel Grad?)?

Generell gilt: Für normal verschmutzte Alltagswäsche reicht ein Waschzyklus bei niedrigen Temperaturen wie z.B. 30 °C aus, um eine gute Hygiene zu gewährleisten und unangenehme Gerüche und Bakterien zu beseitigen.

Zur Vorbeugung von Ablagerungen in der Waschmaschine sollte man ein- bis zweimal im Monat bei 60 °C waschen.

Für die Waschmaschinenhygiene genauso wichtig ist aber auch das regelmäßige Säubern der Einspülkammer und das Auswischen der Gummidichtungen am Bullauge.

Wieviel Energie und Kosten spart man, wenn man kalt wäscht? (>> Bsp. wenn man von 60 auf 30 Grad runterdreht, Kosten/Jahr)

Waschen bei niedrigeren Temperaturen hilft nicht nur, CO₂-Emissionen zu reduzieren. Kalt waschen spart auch bares Geld. Wer von 40 auf 30 °C herunterdreht, spart nach Berechnungen des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel (IKW) 8 Cent Stromkosten bei jeder Waschladung. Eine Familie mit fünf Waschladungen in der Woche kann so auf eine jährliche Ersparnis von bis zu 20,80 Euro kommen. In einem Haushalt mit zwei Waschladungen in der Woche beläuft sich die jährliche Ersparnis auf 8,32 Euro. Reduziert man die Waschtemperatur von 60 auf 30 °C lassen sich laut IKW 26 Cent sparen. Bei zwei Waschladungen pro Woche ergibt sich damit jährlich ein Einsparpotenzial von 27,04 Euro, bei fünf Wäschen in der Woche sind es 67,60 Euro.

Warum ist kälteres Waschen besser für die Umwelt?

Das Senken der Waschtemperatur ist der wichtigste Faktor, um die Umweltbelastung durch das Wäschewaschen zu reduzieren. Im europäischen Durchschnitt gehen 60 % der CO₂-Emissionen auf das Konto des eigentlichen Waschzyklus, vor allem auf das Erhitzen des Wassers – das ist mehr als Rohstoffe, Produktion, Verpackung und Transport für eine Waschladung zusammen, wie die Lebenszyklusanalyse von P&G zeigt. Die Reduzierung der Waschtemperatur von 60 auf 30 Grad spart bis zu 60 %



der CO₂-Emissionen, die bei jedem Waschgang entstehen. Das Herunterdrehen von 40 auf 30 Grad Waschttemperatur reduziert die CO₂-Emissionen um bis zu 38 %. Das Einsparpotential von 60 auf 40 Grad liegt bei 46 %.

Wie hoch ist das CO₂-Einsparpotential, wenn die Verbraucher:innen tatsächlich entsprechend agieren würden und wie fügen sich dies in die Klimastrategie von P&G ein?

Die Verbraucher können einen wichtigen Beitrag zum Einsparpotential leisten, wenn sie die Waschttemperatur reduzieren.

Wenn wir alle die Waschttemperatur von 40 auf 30 Grad umstellen, können wir die CO₂-Emissionen des Wäschewaschens laut P&G-Berechnungen um bis zu 35 % reduzieren. Das entspricht mehr als 3,5 Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr, was ungefähr so viel ist, als würden zwei Millionen Autos weniger auf unseren Straßen fahren. Und es zeigt, dass tatsächlich jedes Grad zählt, wenn es um die eigene Wäsche geht.

Die volle Realisierung dieses Einsparpotentials gelingt nicht allein über eine Kampagne, in einem Land, für eine Produktkategorie. Umso wichtiger ist es aber, die Wirksamkeit dieses Instruments wissenschaftlich evaluieren zu lassen, um sein Potential zur Skalierbarkeit mit diesem Pilotprojekt von P&G und WWF realistisch einschätzen zu können.

Für P&G gelten die Emissionen durch Nutzung der Verbraucher nach dem internationalen Protokoll als Scope-3 Emissionen und sind - über alle Marken und Produkte hinweg – die größte Emissionskategorie innerhalb der Scope-3 von P&G. Andere Scope-3 Emissionen wie z.B. die Emissionen der Lieferkette liegen bei 10% dieses Volumens.

Wird im Rahmen der Kampagne zwischen Flüssig- und Pulverwaschmittel unterschieden?

Nein. Die Kampagne empfiehlt keine einzelnen Produkte oder Produktklassen. Gegenstand der Kampagne sind die Marken Ariel und Lenor, Flüssig- und Pulver-Waschmittel sowie die All-in-1 PODS.

Werden neben Waschmittel weitere Produkte in die Kampagne einbezogen?

Die Kampagne bezieht sich ausschließlich auf die Ariel und Lenor Pulver- und Flüssigwaschmittel sowie Ariel und Lenor All-in-1 PODS.

Produkte wie Weichspüler, Wäscheparfüm und Trocknertücher sind nicht Gegenstand der gemeinsamen Kampagne.

Bezieht die Kampagne auch Alternativen zum Waschen mit ein, wie z. B. das Lüften der Wäsche o. Ä.?

In der ersten Phase der Kampagne geht es zunächst um das Thema kälter waschen. Gemeinsam wollen wir die Menschen dazu anregen, ihre bisherigen Waschroutinen zu überdenken und nachhaltiger zu gestalten, indem sie bei niedrigeren Temperaturen waschen. Im weiteren Verlauf sollen auch andere Alltagsroutinen adressiert werden. Welche das genau sein werden und ob dabei auch Alternativen zum Waschen mit



einbezogen werden, wird derzeit erarbeitet. Wenn Sie dazu Anregungen haben, nehmen wir diese gerne auf!

Beinhalten Produkte der Marken Ariel und Lenor schwer abbaubare Substanzen wie Mikroplastik (nach ECHA-Definition) oder einen erhöhten Anteil an PBO (poorly biodegradable organics) und wie wirken sich diese auf die Wasserqualität aus?

P&G verwendet weder in Ariel noch in Lenor Plastikpartikel unter 5 mm, die gemeinhin als Mikroplastik bezeichnet werden. Auch nach den derzeitigen gesetzlichen Bestimmungen in Schweden und Italien sind die Produkte mikroplastikfrei. Die Arbeit der ECHA sowohl bei Definitionen als auch möglichen Beschränkungen wird aufmerksam verfolgt sowie den Vorgaben entsprochen. Im Waschmittelformulierungsportfolio betrifft dies die Parfümtechnologie, die durch die Langzeitabgabe geringster Parfümmengen von einem Trägermaterial an die Textilfaser einen Beitrag zur Balance zwischen dem Verbraucher:innenwunsch nach Frische und dem sparsamen Einsatz von Parfüminhaltsstoffen leistet

In den verschiedenen Kategorien von Stoffen, die laut Definition unter PBO fallen, (z. B. Parfümöle, Silikone, Farbübertragungsinhibitoren, optische Aufheller, Paraffine, Schmutzabweisende/-entfernende Polymere) ist der Großteil der Substanzen auf gleichem Niveau geblieben. Ausnahme sind die schmutzabweisenden/schmutzentfernende Polymere, deren Einsatz über die Jahre in flüssigen Formulierungen gestiegen ist. Die Substanzen stellen keine Gefahr für die Umwelt dar, denn sie werden problemlos von den Kläranlagen herausgefiltert. In Deutschland herrscht eine nahezu vollständige Kläranlagenabdeckung. Auch über den Klärschlamm gelangen keinen nennenswerten Mengen in die Umwelt, denn nur geeigneter Klärschlamm darf ausgebracht werden. Dementsprechend werden nach den Zahlen des statistischen Bundesamtes (2019) auch nur 16,5% ausgebracht. Klärschlamm wird zu ca. 75 % verbrannt. Waschmittelinhaltsstoffe stellen keine Gefahr für die Umwelt und Landwirtschaft dar.

*https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2021/01/PD21_036_32214.html

Gibt es Bestrebungen, die Rezepturen der Waschmittel nachhaltiger zu gestalten?

P&G arbeitet kontinuierlich daran, Waschmittel leistungsfähiger zu machen, an die aktuellen Textilien anzupassen und dabei die Umweltauswirkungen so gering wie möglich zu halten. Unser Unternehmen war eines der ersten, das Methoden zur Messung der biologischen Abbaubarkeit von Waschmittelinhaltsstoffen entwickelt und der Wissenschaft zur Verfügung gestellt hat und setzt seit Jahren weltweit keine Phosphate in Waschmitteln mehr ein.

P&Gs Technologien zur Tiefenreinigung tragen dazu bei, überzeugende Waschergebnisse zu erzielen. Zufriedenheit mit dem Waschergebnis ist eine Grundvoraussetzung zur Vermeidung kompensatorischer Aktivitäten wie doppelt Waschen, heiß Waschen und das Waschen mit vielen zusätzlichen Mitteln. Gleichzeitig schonen P&Gs moderne Waschmittelrezepturen die derzeit gängigen Textilstrukturen aus Mischfasern vor Vergrauung und Verformung, was es ermöglicht, diese Textilien in der häuslichen Waschmaschine zufriedenstellend zu waschen, anstatt sie chemisch reinigen zu lassen, und ihnen eine lange Lebensdauer zu ermöglichen



P&G arbeitet kontinuierlich gemeinsam mit seinen Zulieferern an neuen, verbesserten Enzymsystemen, um eine hervorragende Waschleistung mittels biologisch abbaubarer Inhaltsstoffe zu ermöglichen.

Eine vollständige Inhaltsstoffliste aller P&G Waschmittel findet sich unter <https://www.info-pg.com/>.

Das Fachmagazin Ökotest (09/2019) kritisiert bei der Marke Ariel Deklarationsmängel und eine nicht verbraucher:innen-freundliche Darstellung. Welche Maßnahmen hat P&G daraufhin umgesetzt?

Menschen, die sich intensiver mit den Inhaltsstoffen unserer Waschmittel beschäftigen wollen oder das aufgrund einer bestehenden Allergie tun müssen, bieten wir unter <https://www.info-pg.com/> vollständige und stets aktuelle Inhaltsstofflisten aller P&G Waschmittel. Konsument:innen haben so die Möglichkeit, sich bequem von daheim aus zu informieren.

Darüber hinaus liefert unsere Ariel Marken-Website unter <https://www.ariel.de/de-de/ueber-uns/inhaltsstoffe/waschmittel-inhaltsstoffe> weitere und sehr anschaulich aufbereitete Informationen über unsere verwendeten Inhaltsstoffe. Auf der P&G Website unter <https://de.pg.com/inhaltsstoffe/> informieren wir über unsere generellen Prozesse bei der Auswahl und Bewertung von Inhaltsstoffen.

Sind Palm(kern)öl-Derivate in Ariel und Lenor enthalten? Wenn ja, sind diese zertifiziert, nach welchem Lieferkettenmodell? Ist Palm(kern)öl und/oder Derivate von FGV in Ariel und Lenor enthalten?

Ja, Palm basierte Rohmaterialien werden für Ariel und Lenor Inhaltsstoffe verwendet. Alle Palmbasierten Rohmaterialien in Lenor und Ariel sind zu 100 % RSPO zertifiziert. Palmöl-basierte Inhaltsstoffe sind RSPO SG, Palmkernölbasierte Inhaltsstoffe sind RSPO MB oder SG zertifiziert, in schwankenden Anteilen.

Welche Maßnahmen setzt P&G an, um die Verpackungen möglichst umweltschonend und ressourcenfreundlich zu gestalten? Welche Maßnahmen werden getroffen, um den Verbrauch von Verpackungen zu senken?

P&G setzt sich für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft ein: Die Verpackungen sind heute bereits zum großen Teil recyclingfähig (95 % in Europa). Das Ziel sind 100 % recyclingfähige oder wiederverwendbare Verpackungen weltweit bis 2030. Des Weiteren ist P&G ein großer Nutzer von Rezyklat in Verpackungen. Viele weltweit vertriebene Marken aus dem Portfolio haben mittlerweile auf Rezyklat umgestellt (z.B. Fairy 100 %, Lenor Weichspüler 100 %, Lenor/Unstoppable Wäscheparfums 100 %, Ariel/Lenor Flüssigwaschmittel 50 %).

Darüber hinaus wird, wo immer möglich, Verpackungsmaterial eingespart. So befinden sich die Fairy Flaschen auf einem kontinuierlichen Weg des Light weighting. Ariel PODS Familienpackungen wurden von Kunststoff-Boxen auf Beutel umgestellt, mit Plastikeinsparungen von über 70 %. Auch Shampoo-Formulierungen werden mittlerweile in Beuteln angeboten, die zu Hause in eine langlebige Flasche umgefüllt werden können, wodurch 60 % Plastik eingespart werden kann. Bis 2030 soll der Neuplastikverbrauch in den Verpackungen um 50 % reduziert werden.



99,5 % der P&G Karton-Verpackungen bestanden im Berichtsjahr 2019/2020 entweder aus Altpapier oder aus extern zertifizierter Frischfaser, wie im P&G Citizenship Report 2020 veröffentlicht. P&G ist darüber hinaus eine treibende Kraft bei der Entwicklung der Recyclingtechnologien von Morgen, wie den digitalen Wasserzeichen.

Welchen Maßnahmen will P&G umsetzen, um bis 2030 auf 100 % recyclingfähige Verpackungen umzustellen?

Zunächst einmal der Status: über 90 % der P&G-Verpackungen sind bereits recyclingfähig.

Nachdem wir in unserem Zahncremeportfolio die Frage der Recyclingfähigkeit von Tuben gelöst haben, werden wir diese Technologie auch auf Tubenverpackungen in anderen Produktbereichen ausweiten. Verbundverpackungen werden sukzessive reduziert (wobei bereits der überwiegende Teil unserer Verpackungen aus Monomaterial besteht). Styropor- Inlays werden kontinuierlich durch recycelbare Kartonage ersetzt. Für Deutschland richten wir uns bei der Bewertung der Recyclingfähigkeit nach dem deutschen Mindeststandard

Wie baut P&G eine funktionierende Kreislaufwirtschaft weiter aus, fernab von recyclingfähigen Verpackungen?

P&G bemüht sich über die Design4Recycling Prinzipien hinaus darum, die Kreislaufwirtschaft anzukurbeln. Dazu zählt die Abnahme von post Consumer Rezyklat und seine Verwendung in unseren Verpackungen und Produkten. Hier zur Übersicht ein paar aktuelle Rezyklatgehalte:



Wir sind damit einer der großen Abnehmer von Rezyklat in Europa.

Darüber hinaus teilen wir unsere wissenschaftliche Kompetenz in der toxikologischen und verpackungstechnischen Rezyklatbewertung im Konsortium COSPATOX, um einen europäischen PCR-Materialstandard zu erarbeiten von dem alle, auch kleinere Firmen und die mittelständisch geprägte Recyclingindustrie, profitieren können.

Mit dem Projekt der digitalen Wasserzeichen möchten wir dazu beitragen, mittels besserer Informationen auf unseren Verpackungen die Sortierung nach Entsorgung zu verbessern und so zu mehr Rezyklatmaterial zu kommen.

Werden im Rahmen der Kooperation auch soziale Aspekte wie Menschenrechtsverletzungen im Unternehmen oder in der Lieferkette berücksichtigt?



Die Wahrung der Menschen- und Arbeiterrechte ist integraler Bestandteil der Lieferantenvereinbarungen von P&G und Vertragsbestandteil. Bei Nicht-Befolgung werden Verträge gekündigt. (Vgl. ESG Grievance Tracker)

Wie wird die wissenschaftliche Begleitung im Bereich Behaviour Change aussehen?

Ziel der wissenschaftlichen Begleitung ist es, durch verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse die Ausarbeitung und Weiterentwicklung der Kampagne zu unterstützen und eine wissenschaftlich fundierte Methodik zu entwickeln, um die Kampagne in Bezug auf die Senkung der Waschtemperatur und die Gesamtwirkung zu bewerten und den Erfolg messbar zu machen.

Zur Integration von verhaltenswissenschaftlichen Erkenntnissen in die Kampagnengestaltung wurden zu Beginn eine Workshop-Reihe mit allen Beteiligten durchgeführt, die Fachwissen aus der Verbraucherforschung, der Verhaltenswissenschaft, von verschiedenen Zielgruppen und aus dem Marketing zusammenbrachte. Der erste Workshop konzentrierte sich auf das Verständnis von Barrieren und potenziellen Chancen deutscher Kund:innen für eine Änderung des Waschverhaltens. Der zweite Workshop wurde durchgeführt, um gemeinsam Ideen für die Überwindung der identifizierten Hindernissen mit einer Reihe von Instrumenten zur Verhaltensänderung zu entwickeln, die zu einer Sammlung von Ideen für das Kampagnendesign und verschiedene Interaktionspunkte mit den Verbraucher:innen führten.

Im nächsten Schritt wurde ein Evaluationsrahmen festgelegt, der die Kampagne auf fundierte und transparente Weise bewertet, um eine iterative Verbesserung der Kampagne und eine mögliche Wiederholung dieser oder ähnlicher verbraucherorientierter Kampagnen zu ermöglichen.

Welche Daten werden bei der wissenschaftlichen Begleitung der Behaviour-Change-Kampagne erhoben?

Im Rahmen der Behaviour-Change-Kampagne wird die Veränderung der Waschtemperatur und die damit verbundenen Emissionen erhoben und gleichzeitig wird ermittelt, ob, wie und warum die Kampagne zu einer Verhaltensänderung geführt hat.

Die Messung der Veränderung der durchschnittlichen Waschtemperatur in Deutschland findet über eine Verbraucherumfrage mit einem repräsentativen Verbraucherpanel statt. 1.000 Teilnehmer:innen werden dabei aufgefordert, eine Woche lang ein Foto des an ihrer Waschmaschine eingestellten Waschprogramms einzusenden. Die Teilnehmenden erhalten im Vorfeld keine Informationen darüber, warum sie diese Fotos machen sollen.

Die Berechnung der Emissionsminderungen beginnt mit der Quantifizierung der THG-Emissionen für einen einzelnen deutschen „durchschnittlichen“ Waschgang für jedes Jahr ab 2022 (Start der Kampagne). Mit sinkender durchschnittlicher Waschtemperatur werden die THG-Emissionen pro durchschnittlichen Waschgang sinken. Die THG-Reduktion pro einzelnen Waschgang wird dann auf die landesweite Einsparung pro Jahr skaliert, indem sie mit der Gesamtzahl der in Deutschland pro Jahr betriebenen Waschladungen multipliziert wird.

Die Evaluation der Werbewirkung wird jeden Monat mittels einer kontinuierlichen Verbraucherumfrage mit 300 Teilnehmer:innen durchgeführt. Die Befragung



ermöglicht die Messung der Werbewirkung (Awareness), der Markenbekanntheit (Ariel, WWF) und des Werbeinhalts (Wahrnehmung von Kernbotschaften, Zustimmung zu gewünschten Inhalten & Verhaltensänderungen).

Um Erkenntnisse über das Waschverhalten und die Waschgewohnheiten zu sammeln, erste Kampagnenelemente für die Feinabstimmung zu bewerten, die Wahrnehmung der Kampagne in den Geschäften zu überprüfen, weitere Erkenntnisse über Waschverhalten zu gewinnen und das Bewusstsein für die Kampagne und die Auswirkungen auf das Waschverhalten zu überprüfen, wird durch das Marktforschungsinstitut GIM (Gesellschaft für Innovative Marktforschung) ein qualitativer Ansatz mit gemischten Methoden angewandt, u.a. 5-tägiges App-Tagebuch zum Waschverhalten, Interviews im Geschäft und zu Hause, Arbeit mit Fokusgruppen.

Fragen an P&G

Kurzbeschreibung P&G

Procter & Gamble ist einer der größten Konsumgüterhersteller der Welt. Die wichtigsten Standbeine sind die Bereiche Babypflege (u. a. mit der Marke Pampers), Körperpflege/Kosmetik (u. a. mit den Marken Gillette, Olay, Pantene und Head&Shoulders) und Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel (z. B. mit den Marken Ariel, Fairy, Lenor und Swiffer). Im Geschäftsjahr 2021 erzielte das Unternehmen einen weltweiten Umsatz von rund 76,1 Mrd. US-Dollar. In Europa wurden 22 % des Umsatzes (rund 15 Mrd. US-Dollar) erwirtschaftet.

Wie wichtig ist P&G das Thema Nachhaltigkeit?

Das Thema ist essentiell. Die Klimakrise ist für Haushalte und Familien überall auf der Welt relevant und die Mehrheit der Verbraucher:innen möchte, dass die Marken, die sie kaufen, sie dabei unterstützen, ein umweltbewusstes Leben zu führen. Die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse machen deutlich, dass dringend entschiedene Maßnahmen ergriffen werden müssen, um die schlimmsten Auswirkungen der Klimakrise zu vermeiden.

P&G hat sich ehrgeizige Klimaziele gesetzt (NetZero bis 2040) und arbeitet mit klaren Dekadenzielen, um den Fortschritt auf dem Weg messen zu können. Den Fortschritt seiner Bemühungen dokumentiert P&G in seinem jährlichen [Citizenship Report](#).

Warum unterstützt P&G den WWF?

Der WWF ist langjähriger Transformationspartner von P&G.

Engagiert sich P&G auch für andere soziale und gesellschaftliche Projekte?

Für P&G stehen die Bereiche Gesundheit, Hygiene und häuslicher Komfort im Mittelpunkt des sozialen Engagements. Ziel ist es, die Gesundheit und das Wohlbefinden dort zu fördern, wo das Unternehmen tätig ist. So wird beispielsweise Bildung zum Thema Hygiene unterstützt, Trinkwasser in Krisengebieten bereitgestellt oder es werden Familien unterstützt, die durch Katastrophen in Not geraten sind. Ziel ist es, die Gesundheit und das Wohlbefinden in jeder Gemeinde zu



verbessern, mit der P&G in Berührung kommt. Aktuelle Beispiele sind im [Citizenship Report 2021](#) zusammengefasst.

Ein Beispiel aus Deutschland ist die Kampagne [#Gemeinsamstärker](#), mit der das ganze Jahr 2021 über Zeichen des Guten gesetzt wurden, um mit mehr Solidarität, Gemeinsinn und Zusammenhalt durch die aktuelle Corona-Pandemie zu kommen.

Was unternimmt P&G, um seinen ökologischen Fußabdruck zu verringern?

P&G hat seine umfassenden Ziele im Bereich ökologische Nachhaltigkeit unter dem Begriff "Ambition 2030" zusammengefasst. Diese wurde bereits im April 2018 angekündigt, nachdem viele Ziele, die für das Jahr 2020 gesetzt wurden, schon erreicht wurden. Die Ziele der Ambition 2030 sollen einen positiven Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft haben, sie sollen inspirieren und gleichzeitig Werte für die Menschen und das Unternehmen schaffen. Darüber hinaus wurde das Ziel formuliert, bis 2040 NetZero zu sein. Ein umfassender Klimaaktionsplan (CTAB) wurde bereits veröffentlicht.

Welche WWF-Projekte werden konkret durch die Partnerschaft mit P&G unterstützt?

P&G unterstützt WWF Renaturierungs- und Wiederaufforstungsprojekte in Deutschland und Kenia (Chepalungu) über einen begleitenden Zeitraum von drei Jahren. Der Schwerpunkt und das Ziel der Zusammenarbeit liegen dabei auf der Wiederaufforstung und Renaturierung von Flächen, um damit langfristig einen Klimabeitrag zu leisten.