

De'Longhi startet interne Nachhaltigkeitsinitiative

- Für den Auftaktvortrag konnte Nobelpreisträger Joseph Stiglitz gewonnen werden
- Der Nachhaltigkeitsplan basiert auf den Säulen „Peoples, Products, Processes“

(Neu-Isenburg, 20. Dezember 2023) Als international agierendes Unternehmen ist für De'Longhi nachhaltiges Handeln ein integraler Bestandteil aller Management-Entscheidungen. Daher hat der italienische Hersteller sein Engagement in Bezug auf die ESG-Kriterien kontinuierlich weiter ausgebaut. Für seine rund 9.000 Mitarbeitenden hat er nun auch eine interne Nachhaltigkeitsinitiative gestartet: basierend auf den Säulen People, Products, Processes. Zum Auftakt konnte Professor und Nobelpreisträger Joseph Stiglitz gewonnen werden.



Joseph Stiglitz bei seinem Besuch bei De'Longhi in Treviso. (© De'Longhi)

Renommierter Auftaktredner

Der US-amerikanische Ökonom und Professor für Wirtschaftswissenschaften, Joseph Stiglitz ist ehemaliger Chefökonom der Weltbank. Im Jahr 2001 erhielt er den Alfred-Nobel-Gedächtnispreis, auch Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften genannt. Der viel gefragte Redner ist beeindruckt, auf welch hohes Bewusstseinsniveau De'Longhi das Thema Nachhaltigkeit gebracht hat. Professor Stiglitz betonte, dass selbst kleinste Verbesserungen von großer Bedeutung sein können. „Die meisten Innovationen sind nicht wirklich revolutionär, es sind schrittweise Verbesserungen bei

Prozessen und Produkten und bei dem, was die Menschen tun, die in der Summe wirklich einen großen Unterschied ausmachen“, erklärt er.

Die Nachhaltigkeitssäule „People“

Von Beginn an stehen bei De'Longhi die Mitarbeitenden im Mittelpunkt. Ihre Sicherheit und ihr Wohlbefinden sollen auch weiterhin verbessert werden. Sie sollen sich in einer Arbeitsumgebung bewegen, die das individuelle Wachstum fördert. Darüber hinaus investiert die De'Longhi Gruppe aktiv in Projekte, welche die lokalen Gemeinschaften, in denen sie tätig ist, stärken.

Ein Beispiel ist hier die Partnerschaft mit World Coffee Research – ein globales Netzwerk, das die Zukunft des Kaffees gestalten will. Um den Kaffee in eine nachhaltige Richtung zu lenken, bezieht das gemeinnützige, kollaborative Forschungs- und Entwicklungsprogramm auch die weltweite Kaffeeindustrie mit ein und fördert Innovationen in der Landwirtschaft. Durch das Wissen und die Ressourcen, die De'Longhi zur Verfügung stellt, kann jeder Kaffeeproduzent auf der Welt von den Ergebnissen der Arbeit der Organisation profitieren.

Die Nachhaltigkeitssäule „Products“

Innovation, Forschung und Technologie nehmen bei De'Longhi einen hohen Stellenwert ein. Jedes Produkt der Gruppe wird konzipiert, entworfen und hergestellt, um das Leben derjenigen zu verbessern, die es verwenden. Gleichzeitig sollen diese Lösungen den geringstmöglichen Einfluss auf die Umwelt haben.

Verschiedene Partnerschaften und Forschungsaktivitäten mit den besten Universitäten der Welt befassen sich genau mit diesen innovativen Ideen zur Produktentwicklung. So wurde beispielsweise die Partnerschaft mit dem Fachbereich Design der Polytechnischen Universität Mailand fortgesetzt, um neue Konzepte zu erforschen und zu entwickeln, die auf die Produkte von De' Longhi angewandt werden können und die einen klaren Bezug zur Nachhaltigkeit, zum Lebensstil und zum Wohlbefinden der Verbraucher:innen haben.

Die Nachhaltigkeitssäule „Processes“

De'Longhi übernimmt Verantwortung: In jedem Stadium des Produktionszyklus werden Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette genau überwacht. Die Grundwerte des italienischen Herstellers werden zu jeder Zeit sichergestellt: ideale Arbeitsbedingungen, ein nachhaltiges Ressourcenmanagement sowie der Kampf gegen den Klimawandel.

Um eine bessere Kontrolle der Lieferkette zu gewährleisten, wurden im Jahr 2022 zwei neue Initiativen ergriffen: Zum einen wurde die Anwendung des Verhaltenskodex der Gruppe auf alle Lieferanten ausgeweitet – nicht nur auf die Lieferanten von Enderzeugnissen –, die über das spezielle Lieferantenportal Zugang zu dem in drei Sprachen (Italienisch, Englisch und Chinesisch) übersetzten Kodex haben. Die Leitlinien für eine verantwortungsbewusste Beschaffung, in denen die Kriterien festgelegt sind, die bei der Risikobewertung bestehender Lieferanten anzuwenden sind und die eine angemessene Kontrolle neuer Lieferanten gewährleisten, sind dort ebenfalls zu finden.

Über De'Longhi:

Die italienische De'Longhi Group gehört zu den führenden Unternehmen in der Branche der Elektro-Haushalt-Kleingeräte. Mehr als 9.000 Mitarbeiter:innen erwirtschafteten im Jahr 2020 einen Umsatz von 2,4 Milliarden Euro. Seit 2001 an der italienischen Börse MTA notiert, vertreibt die De'Longhi Group Produkte unter den Marken De'Longhi, Kenwood, Braun, Ariete, nutribullet und magic bullet in mehr als 120 Märkten weltweit. Die britische Kenwood Group gehört seit 2001 vollständig zu De'Longhi und 2012 erwarb De'Longhi von Procter & Gamble die Markenrechte an den Haushaltsgeräten der Traditionsmarke Braun. Jüngst, im Dezember 2020, übernahm das Unternehmen die in den USA ansässige Capital Brand Holding, Inhaberin der Marken nutribullet und magic bullet.

Die De'Longhi Deutschland GmbH beschäftigt in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main rund 130 Mitarbeiter:innen. Mit führenden Marken in den Geschäftsbereichen Kaffee, Food-Preparation, Klimageräte und Luftbehandlung sowie Bügeln konnte das Unternehmen seinen Umsatz in den letzten Jahren kontinuierlich und 2020 deutlich über Marktniveau steigern. Das Unternehmen vertreibt Premiummarkenprodukte von De'Longhi, Kenwood, Braun und nutribullet und setzt im deutschen Markt auf eine Viermarkenstrategie aus einer Hand.

Informationen über die Unternehmen der De'Longhi Group sind auf den Websites www.delonghi.com, www.kenwoodworld.com, www.braunhousehold.com und www.nutribullet.de abrufbar.

PR-Agentur

Achtung! GmbH
Straßenbahnring 3
20251 Hamburg

Tel.: +49 40 45 02 10-514
delonghi@achtung.de

Kontakt De'Longhi

De'Longhi Deutschland GmbH
Julia Hildner
Carl-Ulrich-Straße 4
63263 Neu-Isenburg

pressoffice.germany@delonghigroup.com