

## Pressemitteilung

# Der japanische Konsumgüterhersteller Kao gibt neue globale Nachhaltigkeitsstrategie bekannt

## Mit dem „Kirei Lifestyle Plan“ will Kao Verbraucher bei einer nachhaltigen Lebensweise unterstützen

- *Kao definiert in seinem „Kirei Lifestyle Plan“ 3 Nachhaltigkeitsziele:*
  - 1) *„Ein schöneres Leben“ für mindestens eine Milliarde Menschen bis 2030 - mehr Sauberkeit, leichteres Älterwerden, bessere Gesundheit und mehr Selbstvertrauen*
  - 2) *„Verantwortliches Handeln“, indem 100% der Kao-Marken es den Menschen leicht machen, kleine, aber sinnvolle Entscheidungen zu treffen, die zusammen eine verantwortlich denkende und handelnde Gesellschaft prägen.*
  - 3) *„Eine sauberere und gesündere Umwelt“, indem 100% der Kao-Produkte einen wissenschaftlich nachgewiesenen, positiven ökologischen Fußabdruck hinterlassen.*
- *Der von der bei Kao neu gegründeten globalen ESG Division erarbeitete „Kirei Lifestyle Plan“ basiert auf dem Konzept des japanischen Wortes „kirei“, das innere und äußere Schönheit und Reinheit vereint.*

*Darmstadt, 23. April 2019* - Heute gab der japanische Konsumgüterhersteller Kao, der in Europa durch Marken wie Goldwell, John Frieda, Bioré und Molton Brown bekannt ist, seine neue globale ESG-Strategie (Environmental, Social und Governance) bekannt. Mit dem „Kirei Lifestyle Plan“ will das Unternehmen Verbraucher bei einer nachhaltigen Lebensweise unterstützen.

Angesichts globaler Herausforderungen wie Klimawandel, alternder Gesellschaft, Ressourcenknappheit und dem Umgang mit Materialien wie Kunststoffen haben Verbraucher auf der ganzen Welt den wachsenden Wunsch nach einer nachhaltigeren Lebensweise. Kao nennt diesen Lebensstil den „Kirei Lifestyle“. Das japanische Wort "kirei" beschreibt etwas, das gleichzeitig sauber, ordentlich und schön ist. Für Kao beschreibt dieses Konzept von „kirei“ nicht nur die äußere Erscheinung von Dingen, sondern auch den Wunsch und die innere Einstellung, Schönheit für sich selbst, für andere Menschen und auch für Natur und Umwelt zu schaffen.

Um diese Vision eines vom Konzept von „kirei“ geprägten Lebensstils für alle zu verwirklichen, hat Kao drei anspruchsvolle Ziele definiert, die mittels 19 konkreter Maßnahmen bis 2030 erreicht werden sollen: 1) „Ein schöneres Leben“ für mindestens eine Milliarde Menschen bis 2030 - mehr Sauberkeit, leichteres Älterwerden, bessere Gesundheit und mehr Selbstvertrauen; 2) „Verantwortliches Handeln“, indem 100% der Kao-Marken es den Menschen leicht machen, kleine, aber sinnvolle Entscheidungen zu treffen, die zusammen eine verantwortlich denkende und handelnde Gesellschaft prägen. 3) „Eine sauberere und gesündere Umwelt“, indem 100% der Kao-Produkte einen wissenschaftlich nachgewiesenen, positiven ökologischen Fußabdruck hinterlassen.

Dave Muenz, Executive Officer der ESG-Division bei Kao, erklärt: „Unser Ansatz bei der Entwicklung des Kirei-Lifestyle-Plans bestand darin, darüber nachzudenken, wie wir den Bedürfnissen und Wünschen der Verbraucher nach einem nachhaltigeren Lebensstil dienen und zu einer nachhaltigeren Welt beitragen können, wie es die Vereinten Nationen in ihren Zielen für eine nachhaltige Entwicklung definiert haben. Der Kirei-Lifestyle-Plan beschreibt, wie Kao den Kirei-Lifestyle für alle verwirklichen möchte - ein nach außen und innen schönes Leben.“

Als Hersteller von Konsumgütern möchte Kao durch seine neue geschaffene ESG Division, ESG (Environment, Social, Governance) als festen Bestandteil seiner Geschäftsstrategie etablieren, um das Unternehmenswachstum zu beschleunigen und gleichzeitig einen Mehrwert für Verbraucher und die Gesellschaft zu schaffen.

Seit 130 Jahren arbeitet Kao daran, den Alltag und damit das Leben der Menschen zu verbessern. Kao wurde für seine herausragenden Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit bereits mehrfach für seine umweltbewussten Produkte ausgezeichnet, wie zum Beispiel die jüngsten innovativen

Nachfüllverpackungen, bei denen 15% einer Verpackung aus biobasierten Kunststoffen bestehen. Kao konnte den Kunststoffverbrauch in Verpackungen im Jahr 2018 um 93.100 Tonnen reduzieren, indem die Einführung von Nachfüll- und alternativen Verpackungen gefördert und kompaktierte Produktformulierungen entwickelt wurden. Kao wurde fünf Jahre in Folge in den Dow Jones Sustainability World Index aufgenommen.

## Ziele des Kirei Lifestyle-Plans

Konkrete Bestandteile des „Kirei-Lifestyle-Plans“ sind unter anderem das Ziel, dass 100% der neuen oder überarbeiteten Produkte den Universal Design-Richtlinien von Kao entsprechen, die Lancierung von mindestens 10 transformativen nachhaltigen Produktinnovationen bis 2030 sowie Zero Waste-Initiativen wie die Vermeidung von nicht recycelbarem Abfall an allen Kao Standorten und Produktionsstätten sowie der verstärkte Einsatz von alternativen Verpackungen. Der Kirei Lifestyle-Plan ist damit fester Bestandteil der Kao Unternehmensziele und der Unternehmensführung.

Details zum „Kirei Lifestyle-Plan“ sind im Kao Integrated Report 2019 und im Kao Sustainability Data Book 2019 auf Japanisch online verfügbar. Eine englische Fassung wird am 17. Mai 2019 bzw. am 24. Juni 2019 veröffentlicht.

## Über Kao

*Kao stellt Produkte mit hohem Mehrwert her, die das Leben der Verbraucher auf der ganzen Welt bereichern. Mit einem Portfolio von über 20 führenden Marken wie Attack, Bioré, Goldwell, Jergens, John Frieda, Kanebo, Laurier, Merries und Molton Brown gehört Kao zum Alltag der Menschen in Asien, Ozeanien, Nordamerika und Europa. In Verbindung mit seiner Chemiesparte, die zu einer breiten Palette von Industrien beiträgt, erzielt Kao einen Jahresumsatz von rund 1.500 Milliarden Yen. Kao beschäftigt weltweit rund 33.000 Mitarbeiter und blickt 130 Jahre Innovationsgeschichte zurück. <https://www.kao.com>*

## Pressekontakt:

Melanie Schnitzler, Associate Director Communications EMEA  
Email: [Melanie.schnitzler@kao.com](mailto:Melanie.schnitzler@kao.com)  
Telefon: 06151-3960686

## Weitere Informationen zum Thema finden Sie unter:

- Kao Sustainability: <https://www.kao.com/global/en/sustainability/>
- Kao Integrated Report: <https://www.kao.com/global/en/investor-relations/library/reports/>
- Kao Sustainability Data Book: <https://www.kao.com/global/en/sustainability/databook/>
- Our Philosophy & Action on Plastic Packaging:  
<https://www.kao.com/global/en/sustainability/environment/statement-policy/eco-friendly-products/plastic-packaging/>
- Kao's contribution to SDGs - short film on Reuters online:  
<https://www.kao.com/global/en/sustainability/topics/sustainability-20190328-001/>