

Pitkäikäisyys on kodinkoneissa ympäristöteko

Lehdistötiedote 11.10.2011

Mielen kestävän kehityksen raportti: Kestävä kehitys on vastuunkantoa koko toimitusketjusta

Kestävää kehitystä kunnioittaen valmistetun kodinkoneen ympäristöystävällisyys lähtee valmistuksen juurilta; raaka-ainevalinnoista sekä energian säästöstä valmistuksessa ja kuljetuksessa. Yksi tärkeimmistä tekijöistä on kuitenkin itse laitteen pitkäikäisyys.

Mielen toimintaa ohjaa kestävyys. Kestävää tuotetta ja tuotantoa ei rakenneta vain tämän hetken tarpeisiin, vaan katse pidetään myös tulevaisuuden haasteissa, kuten energian ja materiaalien säästössä, ilmastonmuutoksen torjumisessa sekä kulutustarpeiden moninaistumisessa. Tavoitteena on vähentää ympäristövaikutuksia tuotteen jokaisessa tuotantovaiheessa.

Tuotesuunnittelussaan Miele tunnistaa tulevaisuuden trendejä vastatakseen kuluttajien tarpeisiin pitkällä aikavälillä. Tämä pidentää tuotteiden elinkaarta, ei vain kestävyuden, vaan myös käytettävyyden osalta. Esimerkiksi käyttäjien erilaisuus otetaan huomioon suunnittelemalla tuotteita, jotka ovat helppoja käyttää riippumatta käyttäjän iästä, kulttuurista tai kognitiivisista valmiuksista.

Tuotteiden suunnittelussa otetaan huomioon myös niiden energiatehokkuus, raaka-aineiden säästö ja kierrätettävyys.

Tehokkuus säästää materiaalia ja energiaa

Mielen kestävän kehityksen raportin 2011 pääteemat ovat energiatehokkuus, ympäristövastuullisuus ja tuotteiden sekä materiaalien kierrätettävyys. Vastuu toteutuu kaikessa yhtiön toiminnassa: kestävässä tuotesuunnittelussa ja panostuksissa yhtiön kasvuun.

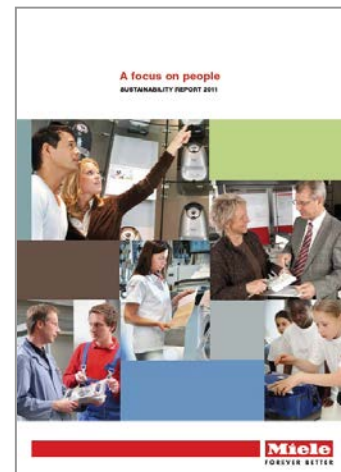
Vuodesta 2007 lähtien Miele on vähentänyt kokonaishiilidioksidipäästöjään 13,9 prosenttia. Esimerkiksi uuden pakkaussuunnittelun avulla Miele on onnistunut materiaalien määrän vähentämisessä tinkimättä pakkauksien suojauskyvystä.

Miele tähtää myös kuljetuksista aiheutuvien hiilidioksidipäästöjen vähentämiseen optimoimalla rahtitilan käytön. Miele on myös perustanut raaka-aineille rahtikuljetusten verkoston, jonka avulla rahtikuljetukset ovat vuositasolla laskeneet kymmenestä tuhannesta 2 700:een.

Vuodesta 2007 Miele on onnistunut vähentämään pyykinpesukoneiden energiankulutusta yli 32 prosenttia (kWh/kg) ja liesien ja uunien energiankulutusta yli 16 prosenttia tehokkuudesta tinkimättä.

Vahva brändi tukee Mielen vastuullista toimintaa

Valitsemalla tunnetun ja testatun laitteen kuluttaja voi olla varma kodinkoneensa pitkästä käyttöiästä. Vuonna 2011 Miele oli Suomen arvostetuin kodinkonebrändi Taloustutkimuksen vuosittain teettämässä *Arvostetuimmat brändit* -tutkimuksessa. Lisäksi vuonna 2011 Miele valittiin viiden parhaan kestävän kehityksen brändin joukkoon Saksan *Parhaat brändit* -kisan kotimaisten kodinkonevalmistajien kategoriassa.



Lisätietoja:

Miele Oy, Porttikaari 6, Vantaa

Tuomas Kinnunen, markkinointipäällikkö

gsm. +358 45 886 8533, tuomas.kinnunen@miele.fi

Miele-konserni on saksalainen maailman johtava premium-kodinkoneiden ja ammattilaitteiden valmistaja. Mielen laaja tuotevalikoima kattaa liedet, uunit, liesituulettimet, jääkaapit, pakastimet, astianpesukoneet, pesukoneet, kahvikoneet ja pölynimurit sekä laitteet ammattikäyttöön suurtalouksille, sairaaloihin ja laboratorioihin. Mielen tuotteita myydään lähes sadassa maassa kaikilla viidellä mantereella. Konserni tekee liikevaihtoa 2,9 miljardia euroa ja työllistää yli 16 000 henkilöä. Tuotteet kehitetään Mielen tutkimus- ja tuotekehityslaboratorioissa Saksassa. Vuonna 1899 perustetun, jo neljännessä polvessa olevan perheyriksen tunnuslause on edelleen sama: Immer Besser.

www.miele.fi

Linkki englanninkieliseen raporttiin:

<http://www.miele-presse.de/de/en/press/1434.htm>