



**Erfolgsgrundlagen**

# Erfolgsgrundlagen

Vetropack-Standorte	15	Wesentliche Themen und Performance Review	43
Marktumfeld mit Chancen und Herausforderungen	26	Kunden und Lieferanten	46
Geschäftsmodell	31	Finanzen	48
Strategie	37	Innovation und geistiges Eigentum	51
Führungsstruktur	40	Produktion und Produkte	53
Organisation	42	Mitarbeitende	56
		Umwelt	59

# Vetropack-Standorte

**55 %**

Altglasverwendung in der Produktion

**714.9**

Nettoerlöse in Mio. CHF

**5.16**

Stück Verpackungsglas pro Jahr in Mia.

**9**

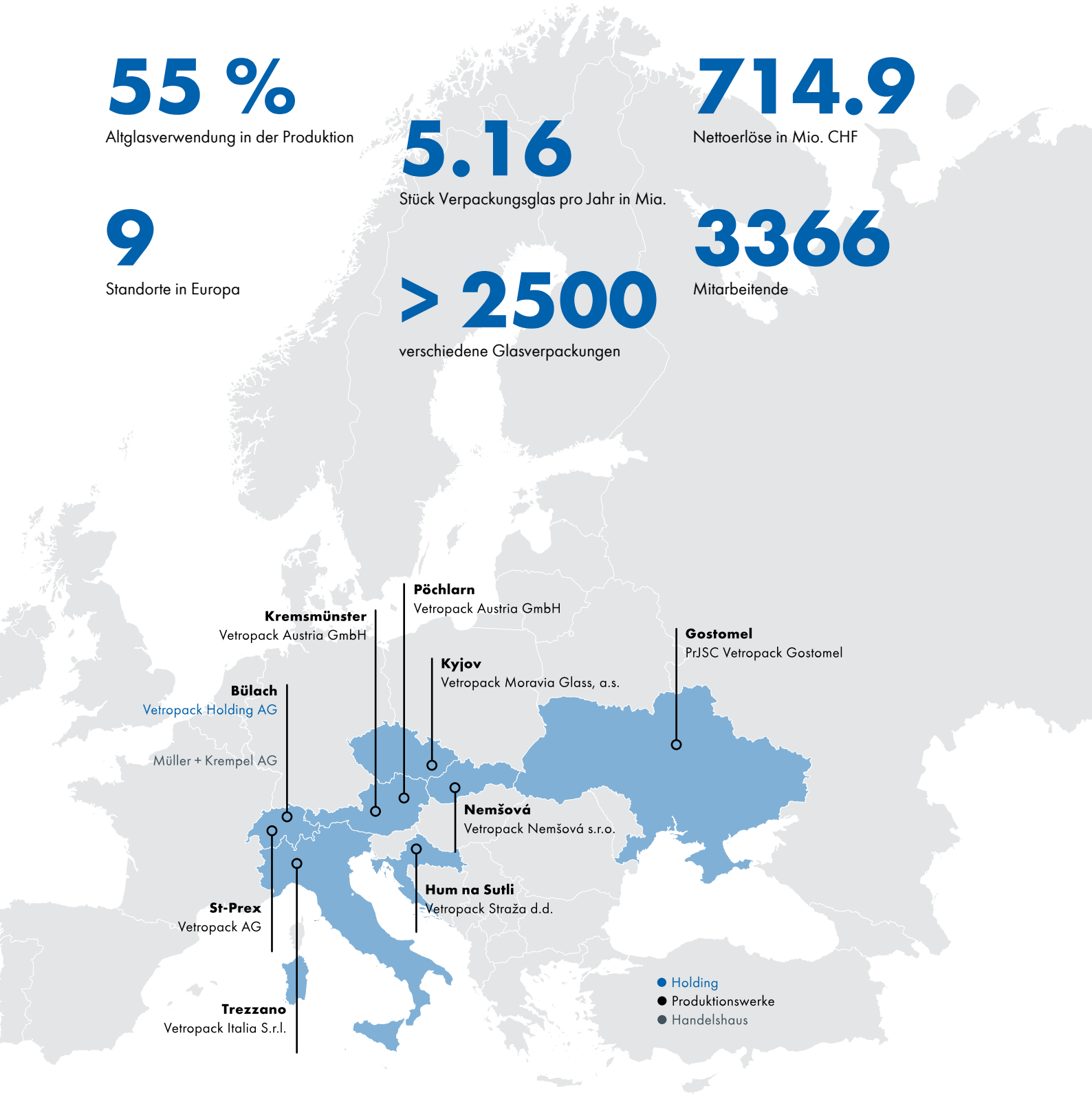
Standorte in Europa

**3366**

Mitarbeitende

**> 2500**

verschiedene Glasverpackungen





## **Vetropack Holding AG** Bülach (CH)

Die Vetropack Holding AG ist ein international tätiges Schweizer Unternehmen, das mit ihren Tochtergesellschaften Verpackungsglas für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie herstellt. Der administrative Sitz der Vetropack Holding AG ist in Bülach im Kanton Zürich, der rechtliche Sitz in St-Prex im Kanton Waadt. 2019 beschäftigte die Vetropack Holding AG 41 Mitarbeitende. Das Unternehmen ist an der SIX Swiss Exchange kotiert.



## Vetropack AG

### Bülach und St-Prex (CH)

Die Vetropack AG produziert, verkauft und vertreibt Glasverpackungen in der Schweiz. An unserem Standort in St-Prex im Kanton Waadt betreiben wir unser Glaswerk und in Bülach bei Zürich befinden sich unsere Verkaufsbüros.

Gegründet	1911
Übernahme durch Vetropack	Stammwerk
Arealfläche	106 000 m <sup>2</sup>
Anzahl Schmelzwannen	1
Anzahl Produktionslinien	4
Nettoerlöse 2019 in Mio. CHF	88.6
Mitarbeitende per 31.12.2019	204



Oben: Pöchlarn, Unten: Kremsmünster

## Vetropack GmbH

### Pöchlarn und Kremsmünster (AT)

Vetropack Austria GmbH produziert Glasverpackungen in Österreich und verkauft und vertreibt sie im Inland und auf ausgewählten Exportmärkten. Unsere Standorte befinden sich in Pöchlarn (Niederösterreich) und Kremsmünster (Oberösterreich).

#### Standort Pöchlarn

Gegründet	1980
Übernahme durch Vetropack	1986
Arealfläche	137 000 m <sup>2</sup>
Anzahl Schmelzwannen	2
Anzahl Produktionslinien	7
Nettoerlöse Vetropack Austria GmbH 2019 in Mio. EUR	202,6
Mitarbeitende Vetropack Austria GmbH per 31.12.2019	711

## Standort Kremsmünster

Gegründet	1954
Übernahme durch Vetropack	1993
Arealfläche	147 000 m <sup>2</sup>
Anzahl Schmelzwannen	3
Anzahl Produktionslinien	7
Nettoerlöse Vetropack Austria GmbH 2019 in Mio. EUR	202.6
Mitarbeitende Vetropack Austria GmbH per 31.12.2019	711



## Vetropack Moravia Glass, s.a. Kyjov (CZ)

Vetropack Moravia Glass, s.a. produziert, verkauft und vertreibt Glasverpackungen in der Tschechischen Republik. Der Standort unseres Glaswerks ist in Kyjov.

Gegründet	1883
Übernahme durch Vetropack	1991
Arealfläche	1 60 000 m <sup>2</sup>
Anzahl Schmelzwannen	2
Anzahl Produktionslinien	7
Nettoerlöse 2019 in Mio. CZK	2 398.7
Mitarbeitende per 31.12.2019	467





## Vetropack Straža d.d.

### Hum na Sutli (HR)

Vetropack Straža d.d. produziert, verkauft und vertreibt Glasverpackungen in Kroatien sowie in den Nachbarländern Slowenien, Ungarn, Bosnien, Serbien und anderen Ländern in Südosteuropa. Der Standort unseres Glaswerks ist in Hum na Sutli.

Gegründet	1860
Übernahme durch Vetropack	1996
Arealfläche	1 69 400 m <sup>2</sup>
Anzahl Schmelzwannen	3
Anzahl Produktionslinien	11
Nettoerlöse 2019 in Mio. HRK	862.5
Mitarbeitende per 31.12.2019	588



## Vetropack Nemšová s.r.o.

### Nemšová (SK)

Vetropack Nemšová s.r.o. produziert, verkauft und vertreibt Glasverpackungen in der Slowakei. Unser Standort ist in Nemšová.

Gegründet	1902
Übernahme durch Vetropack	2002
Arealfläche	185 360 m <sup>2</sup>
Anzahl Schmelzwannen	2
Anzahl Produktionslinien	7
Nettoerlöse 2019 in Mio. EUR	65.2
Mitarbeitende per 31.12.2019	378



## PrJSC Vetropack Gostomel

### Gostomel (UA)

PrJSC Vetropack Gostomel produziert, verkauft und vertreibt Glasverpackungen in der Ukraine. Der Standort unseres Glaswerks ist in Gostomel.

Gegründet	1912
Übernahme durch Vetropack	2006
Arealfläche	229 600 m <sup>2</sup>
Anzahl Schmelzwannen	3
Anzahl Produktionslinien	8
Nettoerlöse 2019 in Mio. UAH	2 416.7
Mitarbeitende per 31.12.2019	631



## Vetropack Italia S.r.l. Trezzano sul Naviglio (IT)

Vetropack Italia S.r.l. produziert, verkauft und vertreibt Glasverpackungen in Italien. Der Standort unseres Glaswerks ist in Trezzano sul Naviglio.

Gegründet	1960
Übernahme durch Vetropack	2015
Arealfläche	88 700 m <sup>2</sup>
Anzahl Schmelzwannen	2
Anzahl Produktionslinien	6
Nettoerlöse 2019 in Mio. EUR	78.8
Mitarbeitende per 31.12.2019	290



## **Müller + Krempel AG** Bülach (CH)

Das zur Vetropack-Gruppe gehörende Handelshaus Müller + Krempel AG ist in der Schweiz ein führender Dienstleister für Verpackungen für die Lebensmittel-, Pharma- und Kosmetikindustrie. 2019 beschäftigte das Unternehmen 11 Mitarbeitende und erwirtschaftete Nettoerlöse von 10,2 Millionen Schweizer Franken.



Erfolgsgrundlagen

# Marktumfeld mit Chancen und Herausforderungen

Die Glasindustrie beruht auf einem traditionellen Handwerk, dessen Fertigungsprozesse über Jahrzehnte hinweg verfeinert wurden. Die Wertschöpfungskette zeichnet sich durch langfristige Kooperationen mit Lieferanten und Kunden aus. Zudem sind die Glasbehälterhersteller vor allem auf externe Partner in den Bereichen Energie, Transport sowie Rohstoffe angewiesen. Deshalb benötigt der Wandel in der Branche stets eine längere Vorlaufzeit. Aktuell verändern sich die Rahmenbedingungen in der Glasindustrie jedoch schneller denn je. Zu den massgeblichen Treibern gehören unter anderem die Digitalisierung, Automatisierung und die steigenden Erwartungen seitens verschiedener Stakeholder-Gruppen. Um sowohl heute als auch in der Zukunft die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen, verfolgt Vetropack neue Trends sowie das Marktumfeld laufend mit dem Ziel, Chancen und Herausforderungen frühzeitig zu erkennen und proaktiv zu adressieren.

## Positives Marktumfeld trägt zu erfolgreichem Geschäftsjahr bei

Das Marktumfeld für die Glasverpackungsindustrie war auch 2019 äusserst positiv. Neben guten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen begünstigte die weiterhin vorteilhafte Einstellung gegenüber Glas als Verpackungsmaterial den Geschäftsgang der Vetropack-Gruppe. Im Jahr 2019 investierte das Unternehmen in zwei geplante Wannensanierungen, zwei weitere Schmelzwannen wurden teilsaniert. Im Rahmen dieser Modernisierungen wurden auch die Produktionskapazitäten ausgebaut, um der Nachfrage am Markt zu folgen. Vetropack konnte so ihren Marktanteil in allen Märkten konstant halten.

Während die Stimmung in den meisten europäischen Märkten «pro Glas» ist und die Gesamtmarktvolumina deshalb steigen, gibt es auch einzelne Märkte, in denen die Nachfrage leicht abgenommen hat. In der Schweiz, in der Vetropack 2019 Marktanteile dazugewinnen konnte, entwickelte sich die Nachfrage nach Glas leicht rückläufig. Bier wird beispielsweise vermehrt in Dosen als in Glas abgepackt. Ausserdem werden zunehmend verpackte Produkte importiert, weshalb weniger Getränke und Lebensmittel in der Schweiz abgefüllt werden.

In der Ukraine führten mehrere Aspekte zu einer geringeren Nachfrage nach Glasbehältern. Einerseits veranlassen die politischen Bedingungen eine Abwanderung der Bevölkerung, was die Nachfrage sinken lässt. Andererseits besteht ein Trend hin zum Konsum von Produkten wie Bier auf Kosten von Spirituosen, der sich ebenfalls negativ auf die Nachfrage auswirkt.

## Kunden erwarten hohe Flexibilität und Individualität

Die Branche entwickelt sich europaweit zunehmend hin zu nachhaltigeren Packungsmaterialien. Als Teil dieser Entwicklung zeigt der Trend in Richtung kleinere und leichtere Glasbehälter sowie Mehrwegflaschen. Kunden differenzieren sich vermehrt über ihre Verpackungen, weshalb die Produktion der Glasbehälter zunehmend flexibel und individuell gestaltet werden muss. Ein Beispiel dafür sind Verpackungen für sogenannte Mikrobrauereien, die kleinere Lose und spezifisch designte Glasflaschen nachfragen. Vetropack identifiziert auch Mikrotrends in lokalen Märkten, wie in Österreich, wo gewisse Lebensmittel, beispielsweise Milch, neuerdings wieder in Glas abgefüllt werden. Solche lokalen Trends haben das Potenzial, mittel- bis langfristig die Branche zu beeinflussen.

## Regulatorische Neuerungen und technologische Entwicklungen prägen die Industrie

Auch übergreifende politische und gesellschaftliche Trends prägen die Glasindustrie. Dazu gehört unter anderem der Klimawandel. Die Branche ist sowohl indirekt als auch direkt von den Veränderungen des Klimas betroffen. Indirekt, da die Nachfrage nach Glasbehältern von Ernteergebnissen in der Landwirtschaft abhängt; direkt, aufgrund politischer und regulatorischer Entwicklungen in der EU. Durch das Klimaneutralitätsziel 2050 der EU sind energieintensive Branchen, wie die Glasindustrie, gefordert ihre Energieeffizienz zu erhöhen. Die Verabschiedung des Aktionsplans für die Kreislaufwirtschaft im März 2019 durch die Europäische Kommission und die Erhöhung der Recyclingquoten in der EU bedingen Veränderungen sowohl in der Verpackungsindustrie als auch im Verhalten der Konsumenten. Eine Erhöhung der Sammelraten von Glas wirkt sich positiv auf die Recyclingquoten und somit auf die Nachhaltigkeit der Glasindustrie aus. Vetropack verzeichnet auch ein erhöhtes Gesundheits- und Umweltbewusstsein der Konsumenten, weshalb die Nachfrage nach Glas als Verpackungsmaterial, aufgrund ihrer 100-prozentigen Rezyklierbarkeit, in den vergangenen Jahren stetig gestiegen ist.

Auch technologische Innovationen und die damit verbundene fortschreitende Digitalisierung und Automatisierung sowie Big Data beeinflussen den Glasfertigungsprozess sowie alle anderen Unternehmensabläufe. Mit ihrer Digitalisierungsstrategie ebnet Vetropack den Weg für die Industrie 4.0, in deren Rahmen zahlreiche Prozesse bereits heute effizienter gestaltet werden. Diese Veränderungen sind essenziell, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben.



# Neue Gruppenstrategie adressiert Chancen und Herausforderungen

Vetropack erneuerte im Geschäftsjahr die Unternehmensstrategie, um Chancen zu nutzen und Herausforderungen proaktiv anzugehen, die das dynamische Branchenumfeld mit sich bringt. Die Strategie 2030 legt den Grundstein für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung über die kommenden zehn Jahre. Sie wurde im Januar 2020 vom Verwaltungsrat genehmigt. Die neue Strategie gilt ab sofort und wird jährlich überprüft.

Parallel zur übergreifenden Strategieentwicklung legte Vetropack im Jahr 2019 einen besonderen Fokus auf Themen, die für den Erfolg der Gruppe zentral sind. Dazu gehören unter anderem die Erhöhung der Produktionskapazität, Produktinnovation, Energieeffizienz, Erhöhung des Scherbenanteils sowie die Führung und Begleitung der Mitarbeitenden auf dem Weg zur Industrie 4.0.

Erfolgsgrundlagen: Vetropack Strategie 2030



## Produktionskapazität

Die Glasproduktion kann aufgrund des langfristigen Investitions- und Betriebszeitraums für die Wannens, die einmal befeuert rund zwölf Jahre im Dauereinsatz sind, nicht einfach gesteigert oder reduziert werden. Deshalb überstieg die Nachfrage im Berichtsjahr die Produktionskapazität von Vetropack. Um ihre Kapazität zu erhöhen, investiert Vetropack in den Kapazitätsausbau, beispielsweise bei Wannensanierungen sowie in ein neues Werk in Italien. Der fehlenden Flexibilität in der Produktion kann zusätzlich mit Multi-Gop-Maschinen entgegengewirkt werden, die kleinere Losgrößen und verschiedene Produktsegmente verarbeiten können. Vetropack setzt diese Multi-Gop-Maschinen in fast allen Ländern ein, um auf die Nachfrage der Kunden nach kleineren Produktionsmengen flexibel reagieren zu können. Jedoch erhöht diese Flexibilität auch die Komplexität am Ende der Produktion, der Qualitätsprüfung, da für die verschiedenen Segmente jeweils separate Prozesse, unter anderem zur Prüfung und Verpackung der Glasprodukte, eingerichtet werden müssen.

## Produktinnovation

Nach einer langen Entwicklungs- und Testphase lancierte Vetropack 2019 das erste VIP-Glass-Produkt. Damit bietet das Unternehmen erstmals eine Mehrwegflasche, die sich durch ein geringes Gewicht und damit durch einen geringeren Rohstoff und Energieverbrauch auszeichnet. Der Trend hin zu Mehrwegflaschen bietet Vetropack die Chance, sich mit der Weiterentwicklung der VIP-Glass-Technologie, als Teil ihrer Innovationsstrategie, weiterhin erfolgreich auf dem Glasbehältermarkt zu positionieren.

## Energieeffizienz

Bei Vetropack steht die Steigerung der Energieeffizienz aufgrund der hohen Energieintensität der Glasproduktion weit oben auf der Agenda. Das Top-Management stellt sicher, dass unternehmensweit Massnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs und der damit verbundenen CO<sub>2</sub>-Emissionen umgesetzt werden. Beispielsweise wird das eigens für Vetropack entwickelte Energy-Management-System nach einer erfolgreichen, dreijährigen Testphase in Kroatien, im Jahr 2020 in allen Werken implementiert. Zusätzlich engagiert sich Vetropack zusammen mit anderen Verpackungsglaserstellern im Verband von International Partners in Glass Research (IPGR) für die nachhaltige Weiterentwicklung des Glasherstellungsprozesses. Innovationen bezüglich der Befuerung der Wannens sowie Optimierungen der Glasproduktionsmaschinen bieten die Chance, zukünftig sowohl energieeffizienter als auch ökonomischer zu produzieren.

## Sicherstellung eines hohen Scherbenanteils

Obwohl die Recyclingquoten in der Schweiz und Österreich sehr hoch sind, ist eine ausreichende Versorgung mit Scherbenmaterial an vielen Standorten nach wie vor ein Problem. Neben dem Angebot muss zukünftig auch die Qualität der Scherben verbessert werden, um eine zufriedenstellende Endqualität der Glasbehälter zu erreichen. Mit den von der EU vorgeschriebenen Sammelraten für Glas soll mehr Altglas in den Recyclingprozess gelangen. Ein Anstieg des Angebots an Scherbenmaterial von guter Qualität würde eine Erhöhung des Scherbenanteils in der Produktion ermöglichen und die Produkte noch nachhaltiger machen. Es bleibt jedoch abzuwarten, ob und wie schnell die EU-Mitgliedstaaten die höheren Sammelraten erreichen. Der Fortschritt hängt bedeutend von der Umsetzung in den nationalen Gesetzen ab, auf die Vetropack praktisch keinen Einfluss hat.

## Industrie 4.0

Die Digitalisierung und Automatisierung der Produktionsprozesse sowie der betrieblichen Funktionsabläufe beschäftigt Vetropack fortlaufend. 2019 setzte das Unternehmen bereits fünf Projekte ihrer Digitalisierungs-Roadmap um. Dazu zählen die Implementierung von Systemen für eine automatisierte Rechnungsstellung, das Dokumentenmanagement, das Energiemanagement sowie die Regelung der Arbeitsabläufe für die Produktentwicklung. Ebenfalls eingeführt wurde das aktuelle ERP-SAP-System, das als Grundlage für alle weiteren Digitalisierungsschritte dient.

Neben der Schaffung der technischen Voraussetzungen zur Umsetzung der Digitalisierungs-Roadmap legt Vetropack grossen Wert darauf, dass alle Mitarbeitenden mit dem Wandel Schritt halten. Deshalb pflegt das Unternehmen einen engen Austausch mit ihren Mitarbeitenden und bereitet die gesamte Belegschaft systematisch auf die Industrie 4.0 vor. Beispielsweise werden Schulungen im Trainingszentrum in Pöchlarn fortgeführt, welches im Jahr 2019 erstmals voll ausgelastet war. Zudem führte Vetropack im Berichtsjahr eine Mitarbeiterumfrage durch, um die Bedürfnisse der Mitarbeitenden zu evaluieren. Basierend auf den Resultaten erarbeiten alle Business Units Verbesserungsvorschläge, wobei alle Mitarbeitenden in die Gestaltung des Unternehmens von morgen miteinbezogen werden. Mit der Gründung der Corporate Human Resources Abteilung wird der Fokus auf die Entwicklung der Mitarbeitenden zukünftig weiter gestärkt.



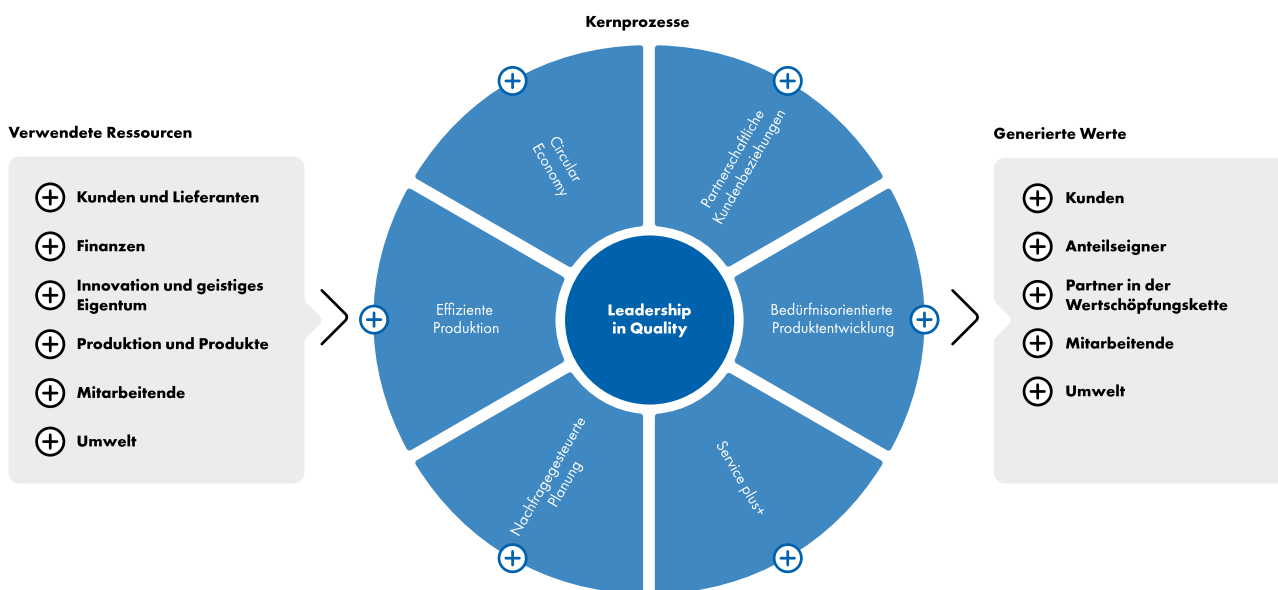
Erfolgsgrundlagen

# | Geschäftsmodell

# Leadership in Quality

Qualitätsführerschaft ist für die Vetropack-Gruppe der wesentliche Schlüssel zum Erfolg. Deshalb wird Qualität umfassend betrachtet – von der Produktion bis zur Buchhaltung, von der Technik bis zum Verkauf. Qualität steht deshalb unter dem Motto «Leadership in Quality» auch im Zentrum der neu entwickelten Geschäftsmodell-Darstellung der Vetropack-Gruppe. Dieses illustriert das integrierte Verständnis von Wertschöpfung, das nicht nur auf den finanziellen Erfolg fokussiert, sondern vielfältige Ressourcen betont, die Vetropack benötigt, um langfristig für die Kunden, Anteilseigner, Partner in der Wertschöpfungskette, Mitarbeitenden sowie die Umwelt Wert zu schaffen. Als Basis dafür dient dem Unternehmen eine Unternehmenskultur, die den Zusammenhalt und die Kollaboration zwischen den vielfältigen Mitarbeitenden in unterschiedlichen Ländern ins Zentrum stellt.

## Geschäftsmodell Vetropack-Gruppe



# Verwendete Ressourcen

## Kunden und Lieferanten

Eine breite Kundenbasis sowie vertrauensvolle Partnerschaften Lieferanten sind zentraler Treiber der Wertschöpfung bei Vetropack. Sie schaffen Planbarkeit und erlauben es dem Unternehmen, Neues auszuprobieren und gemeinsam an Herausforderungen zu wachsen. Die enge Zusammenarbeit zwischen Kunden, den Vetropack-Spezialisten, externen Designern und Formenbauern ermöglichen eine effiziente Entwicklungsarbeit und führt zu überzeugenden Produkten.

## Finanzen

Die Strategie der Vetropack-Gruppe bezweckt eine langfristige Entwicklung des Unternehmens, welche den Anliegen ihrer Stakeholder Rechnung trägt. Dieser Ansatz deckt sich mit den Erwartungen der Mehrheitsaktionäre der Vetropack-Gruppe. Da das Wachstum von Vetropack zu einem wesentlichen Teil aus der eigenen Bilanz finanziert wird, legt Vetropack grossen Wert auf die Verbesserung des Cash Flows und der Rentabilität. Damit wird die Finanzierung der kontinuierlichen Entwicklung des Unternehmens sichergestellt. Langfristige Liefer- und Abnahmeverträge helfen Vetropack, eine gute finanzielle Planungssicherheit zu erreichen, um Investitionen zielgerichtet zu tätigen.

## Innovation und geistiges Eigentum

Vetropack setzt auf Produkt-, Prozess- sowie organisatorische Innovation, mit dem Ziel auch zukünftig mit innovativen, umweltverträglichen und qualitativ hochwertigen Produkten den Anforderungen der Kunden gerecht zu werden. Neben dem systematischen Management des geistigen Eigentums (Patente) setzt Vetropack insbesondere auf den engen Austausch mit Kunden und Lieferanten. Dieser regt nicht nur Produkt- sondern auch Prozessinnovation an und trägt damit direkt zu Effizienzsteigerungen auf beiden Seiten bei.

## Produktion und Produkte

Vetropack verfolgt im Rahmen des Vetropack Produktionssystems die Umsetzung der «Lean-Production»-Prinzipien und strebt an, Ineffizienzen aller Art systematisch zu reduzieren. Zudem setzt das Unternehmen auf einheitliche Qualitätsstandards und prüft jeden einzelnen Glasbehälter, um eine herausragende Produktqualität zu erzielen. Unter dem Motto «One brand, one quality» verbessert Vetropack laufend alle Prozesse entlang der Wertschöpfungskette. Dabei verwendet das Unternehmen vermehrt digitale Tools und Automatisierungslösungen. Dank diesen erzielt Vetropack nicht nur Effizienzgewinne, sondern befriedigt auch das Bedürfnis der Kunden nach umfassenden Produktqualitätsdaten.

## Mitarbeitende

Das nachhaltige Wachstum und der Markterfolg von Vetropack werden von gut ausgebildeten, engagierten Mitarbeitenden und einem erfahrenen Management getragen. Um wettbewerbsfähig und innovativ zu bleiben, setzt Vetropack auf die gezielte Weiterentwicklung der Mitarbeitenden und systematische Talentförderung. Neben praktischen On-the-Job-Trainingsprogrammen stehen allen Vetropack-Mitarbeitenden ein Trainingszentrum in Österreich zur Verfügung. Attraktive Karrieremöglichkeiten innerhalb der Gruppe bieten zudem Perspektiven, die dazu beitragen, aufgebautes Know-how im Unternehmen zu halten.

## Umwelt

Vetropack ist bestrebt, so ökologisch wie möglich zu produzieren, und hat den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen in der Firmenstrategie verankert. Vor allem der hohe Energiebedarf der Glasproduktion stellt eine besondere Herausforderung dar, die Vetropack mit der kontinuierlichen Modernisierung der Produktionsanlagen sowie die Umsetzung eines Energy-Management-Systems angeht.

# Kernprozesse

## Partnerschaftliche Kundenbeziehungen

Partnerschaftliche Beziehungen mit Kunden bilden die Basis der umfassenden Wertschöpfung bei Vetropack. Vor dem Hintergrund einer starken Nachfrage im Glasbehältermarkt investiert Vetropack über dem Branchendurchschnitt, um die Produktverfügbarkeit zu erhöhen. Damit ermöglicht Vetropack die Bindung von Schlüsselkunden und die Möglichkeit, neue Kunden zu akquirieren. Das stärkere Bewusstsein der Verbraucher für die Vorteile von Glasverpackungen ermöglicht ebenfalls neue Akquisitionsmöglichkeiten, beispielsweise in den Märkten für Milchprodukte, funktionelle Getränke sowie alkoholarme und alkoholfreie Biere.

## Bedürfnisorientierte Produktentwicklung

Um eine individuelle und qualitativ hochstehende Glasverpackung zu entwickeln ist es zentral, dass Vetropack von Anfang eng mit dem Kunden zusammenarbeitet – unabhängig davon, wer der Ideengeber für den Innovationsprozess ist. Denn neben Eigenentwürfen und Ideen der Kunden werden oftmals auch externe Designer mit der Designentwicklung betraut. In jedem Fall gilt: Umfassende Anforderungen an die zukünftige Glasverpackung müssen spezifiziert werden, damit die Entwicklungsarbeit effizient vorangetrieben werden kann. In einer ersten Phase erleichtern exakte 3D-Modelle die Entscheidungsprozesse. Nach der Weiterentwicklung basierend auf Holz-, Acryl- oder 3D-Druckmodellen geschieht das Finetuning auf der Abfüllanlage. So schafft es Vetropack, innovative Lösungen schnell zur Marktreife zu bringen.

## Service plus+

Vetropack bietet seinen Kunden ein umfassendes Angebot, das weit über die Produktion von Verpackungsglas hinausgeht. Die Leistungen reichen vom Verpackungsdesign über die hochwertige Produktion und termingerechte Versorgung, Beratung und Support im Bereich Verpackungsanalyse, Abfüll-, Konditionierungs- und Verschlusstechnik, Glasveredelung und Etikettierung bis hin zur Berechnung von Ökobilanzen. Damit hilft Vetropack seinen Kunden, alle Prozessschritte bei der Einführung einer neuen Glasverpackung zu optimieren.

## Nachfragegesteuerte Planung

Vetropack ist ständig bestrebt, die Planung und Verfügbarkeit der Produkte zu optimieren. Mittels Nachfrageprognose stimmt sie alle Prozesse, vom Einkauf der Rohmaterialien über die Produktionsplanung zum Versand der fertigen Produkte bestmöglich aufeinander ab, um so maximale Auslastung aller Produktionsanlagen zu erreichen. Dazu gehört, dass im Rahmen einer Farbkampagnenstrategie der Produktmix an bestimmten Standorten vereinfacht wird, um eine effizientere Nutzung der Anlagen und grössere Flexibilität zu erreichen.

## Effiziente Produktion

Um eine kostenoptimierte und energieeffiziente Produktion zu erreichen, investiert Vetropack kontinuierlich in effizientere, flexiblere Produktionslinien, die auch kleinere Losgrößen und verschiedene Produktsegmente verarbeiten können. Dies erlaubt es dem Unternehmen, besser auf die saisonale Spitzennachfrage im Getränkemarkt zu reagieren. Im Rahmen ihrer Digitalisierungs-Roadmap nutzt Vetropack die Möglichkeiten der Automatisierung und Digitalisierung gezielt, um repetitive Abläufe in der Produktion und Administration zu vereinfachen. Darüber hinaus stellt das Unternehmen mit der Implementierung eines eigens entwickelten Energy-Management-Systems sicher, dass der Energieverbrauch und die damit verbundenen CO<sub>2</sub>-Emissionen reduziert werden.

## Circular Economy

Das Geschäftsmodell von Vetropack unterstützt den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft, da es auf natürlichen Rohstoffen beruht, die nahezu grenzenlos wiederverwertbar sind. Nachdem Vetropack schon in den 1970er-Jahren Pionierarbeit im Glasrecycling leistete, sammelt das Unter-

nehmen heute in allen Ländern, in denen sie Glaswerke betreibt, Altglas, um es der Wiederverwertung zuzuführen. Denn für die Herstellung von Weiss- und Braunglas können bis zu 60 Prozent Altglas verwendet werden. Im Fall von Grünglas ist sogar ein Altglasanteil von 100 Prozent möglich. Um möglichst hohe Sammelquoten zu erreichen arbeitet Vetropack in vielen Ländern mit Zweckverbänden zusammen. Darüber hinaus treibt das Unternehmen die Entwicklung von Mehrwegflaschen voran, die unter anderem aus ressourcenschonendem Leichtglas (VIP Glass) hergestellt und deshalb noch handlicher sind.

## Generierte Werte

### Kunden

Die Kunden der Vetropack-Gruppe können auf einen erfahrenen Partner mit starker Marktposition zählen, der mit über 2500 verschiedenen Glasverpackungen ein umfassendes Sortiment im Angebot hat. Selbst bei detailliertesten Anforderungen entwickelt Vetropack für ihre Kunden innovative und wirtschaftliche Lösungen, die höchsten Qualitätsansprüchen gerecht werden. Damit trägt Vetropack dazu bei, den Markenwert ihrer Kunden zu steigern. Zudem unterstützt sie Vetropack dabei, die gesamte Prozesskette, von der Entwicklung bis zum Abfüllen nachhaltig zu optimieren.

Performance Review: Kunden und Lieferanten



Performance Review: Innovation und geistiges Eigentum



Performance Review: Produktion und Produkte



### Anteilseigner

Durch eine langfristig ausgerichtete Unternehmensstrategie und kontinuierliche Investitionen in die Produktionsstätten und Recyclingsysteme generiert die Vetropack-Gruppe solides und profitables Wachstum. So ermöglicht es das Unternehmen seit Jahren, seinen Anteilseignern Dividenden auszahlen.

Performance Review: Finanzen



### Partner in der Wertschöpfungskette

Die Vetropack-Gruppe legt Wert auf einen partnerschaftlichen Umgang mit ihren Stakeholdern und misst insbesondere der Stärkung der Beziehungen mit strategisch wichtigen Lieferanten große Bedeutung zu. Diese profitieren von langfristigen Geschäftsbeziehungen und Lieferverträgen und damit von einer hohen Erwartungssicherheit und Planbarkeit.

Performance Review: Kunden und Lieferanten



### Mitarbeitende

Der Markterfolg der Vetropack-Gruppe wird massgeblich von ihren Mitarbeitenden getragen. Diese können sich im Gegenzug auf einen Arbeitgeber verlassen, der stabile und attraktive Arbeitsplätze bietet. Mitarbeitende profitieren ausserdem von vielfältigen Möglichkeiten zur beruflichen Entwicklung, was die Mitarbeiterbindung positiv beeinflusst. Viele Mitarbeitende schätzen es auch, für ein nachhaltiges Unternehmen zu arbeiten, mit dessen Produkten sie sich identifizieren können.

Performance Review: Mitarbeitende




## Umwelt

Die Investitionen in moderne Produktionsanlagen sorgen für Effizienzgewinne, die nicht zuletzt der Umwelt zugutekommen, denn mit der Reduktion des Energieverbrauchs sinken auch die CO<sub>2</sub>-Emissionen stetig. Zudem verwendet Vetropack in der Produktion einen hohen Altglasanteil und trägt so zu einer umweltfreundlichen Kreislaufwirtschaft bei.

[Performance Review: Umwelt](#)







Vetropack  
Strategie 2030

«Strategiereise» in eine  
erfolgreiche Zukunft

## **Das Jahr 2019 stand bei Vetropack unter dem Motto «Strategie 2030». Bei dieser Strategiereise entwickelte die Vetropack Gruppe ihren Kompass für das nächste Jahrzehnt und setzte damit die Leitplanken für eine erfolgreiche Gestaltung der Unternehmenszukunft.**

Vetropack blickt auf eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung in den letzten Jahren zurück. Um sich auch zukünftig und langfristig als starker Marktplayer zu positionieren, setzte Vetropack 2019 einen umfassenden strategischen Transformationsprozess in Gang. Ziel war es, sowohl im bestehenden Business neue Wachstumspotenziale zu finden als auch neue Zukunftsthemen und Geschäftsmodelle für Vetropack 2030 zu identifizieren.

### **Vom Heute in die Zukunft mit einem offenen Strategieansatz**

Vetropack hat sich bewusst für einen offenen Ansatz (Open Approach) entschieden. Es ging darum, sich von traditionellen Denk- und Handlungsweisen zu lösen und andere, neue Betrachtungsperspektiven einzunehmen und zuzulassen. Öffnung galt dabei einerseits der Öffnung nach innen, indem über 100 Mitarbeiter aktiv in den Prozess eingebunden wurden und damit der reiche Erfahrungsschatz und das umfassende Know-how der Vetropack-Mitarbeitenden bestmöglich für die Strategieentwicklung genutzt wurde. Vetropack hat sich aber auch bewusst für eine Öffnung nach aussen entschieden, indem durch das Einbinden von Kunden sowie Experten aus unterschiedlichen Branchen und Erfahrungsgebieten neue Perspektiven und Impulse in den Prozess eingebracht wurden.

### **Die strategische Ausgangslage und die Potenziale erkennen**

Ein wichtiger Teil der Strategiearbeit lag zu Beginn auf der exakten Erfassung der strategischen Ausgangslage entlang des heutigen Geschäftsmodells der Vetropack, einem exakten Verständnis über die Kernkompetenzen und Marktstellungen des Unternehmens sowie den gestifteten Kundennutzen aus heutiger Perspektive. Besonderes Augenmerk wurde zudem auf zukünftige Trends und Entwicklungen im nahen und weiteren Umfeld gelegt, um die für die Vetropack Gruppe relevanten Zukunftstrends- und dynamiken in den Strategieentwicklungsprozess optimal zu integrieren. Dabei wurden auch innovative Methoden zur Identifikation neuer, digitaler, disruptiver Geschäftsmodelle in den Prozess integriert, die das Potenzial haben, bestehende, traditionelle Geschäftsmodelle und Produkte zukünftig abzulösen und damit die Glasindustrie massgeblich zu verändern. Hier sind unter anderem Entwicklungen im Bereich der Nachhaltigkeit sowie der zunehmenden Digitalisierung und Technologisierung zu nennen.

## Eckpfeiler der Vetropack Strategie 2030

Aufbauend auf den gewonnenen Erkenntnissen wurde begonnen, einen strategischen Möglichkeitsraum zu öffnen und die Leitlinien Richtung 2030 zu formulieren. Die wesentlichen Ergebnisse des Projektes gipfeln dabei in einem neuen leitenden Gedanken für die Gruppe (Unternehmenszweck, Werte, Gesamtbild) sowie in zentralen strategischen Stossrichtungen und Schwerpunktthemen für die nächsten Jahre.

Vetropack wird zukünftig seine starke Marktstellung weiter ausbauen und eine führende Position einnehmen. Auf den bestehenden Kompetenzen und Stärken aufbauend, möchten wir unseren Kunden und Partnern ein einzigartiges Produkt- und Dienstleistungsangebot, geprägt von höchster Qualität, Innovation und umfassendem Kundennutzen, bieten. Ergänzend dazu werden neue Dienstleistungen entwickelt und ausgebaut, um die Kundenbedürfnisse zukünftig noch besser und umfassender bedienen zu können. Bestehende Kundenbindungen sollen weiter gestärkt und neue Partnerschaften aufgebaut werden.

Ein wesentlicher Schwerpunkt für die nächsten Jahre gilt den Themen Innovation und Digitalisierung. Hier konnten sowohl auf Prozess-, Produkt als auch Geschäftsmodellebene neue Möglichkeiten identifiziert werden. Neben der kontinuierlichen Produkt- und Serviceinnovation im Kerngeschäft wird zukünftig vermehrt auf Geschäftsmodellinnovationen gesetzt, um neue Wachstumspotenziale für Vetropack zu erschliessen.

Nachhaltigkeit ist eine der grössten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Herausforderung unserer Zeit und nimmt auch bei Vetropack einen zentralen Stellenwert ein. Ziel ist es, einen ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz zu verfolgen, der weiterhin die kontinuierliche Reduktion des CO<sub>2</sub>-Fussabdruck im Blick hat; ebenso wie die Weiterentwicklung und Optimierung der gesamten Wertschöpfungskette.

Flankiert werden die inhaltlichen Schwerpunktsetzungen durch eine optimale Abstimmung von zentralen und dezentralen Einheiten und Verantwortlichkeiten. Dazu gehört ein umfassender Operational-Excellence-Ansatz sowie perfekt abgestimmte Strukturen und Prozesse innerhalb der Gruppe und neue HR- und Transformationsinitiativen.

## Die Schritte der Umsetzung der Vetropack Strategie 2030

Nach erfolgreicher Bestätigung der Strategie durch den Verwaltungsrat stehen die Jahre 2020/2021 nun ganz im Zeichen der Umsetzung der einzelnen strategischen Initiativen. Ein klarer und stringenter Umsetzungsprozess wird die Transformation der Vetropack Richtung 2030 begleiten. Wir freuen uns auf diese wichtige Phase und eine erfolgreiche gemeinsame Zukunft.

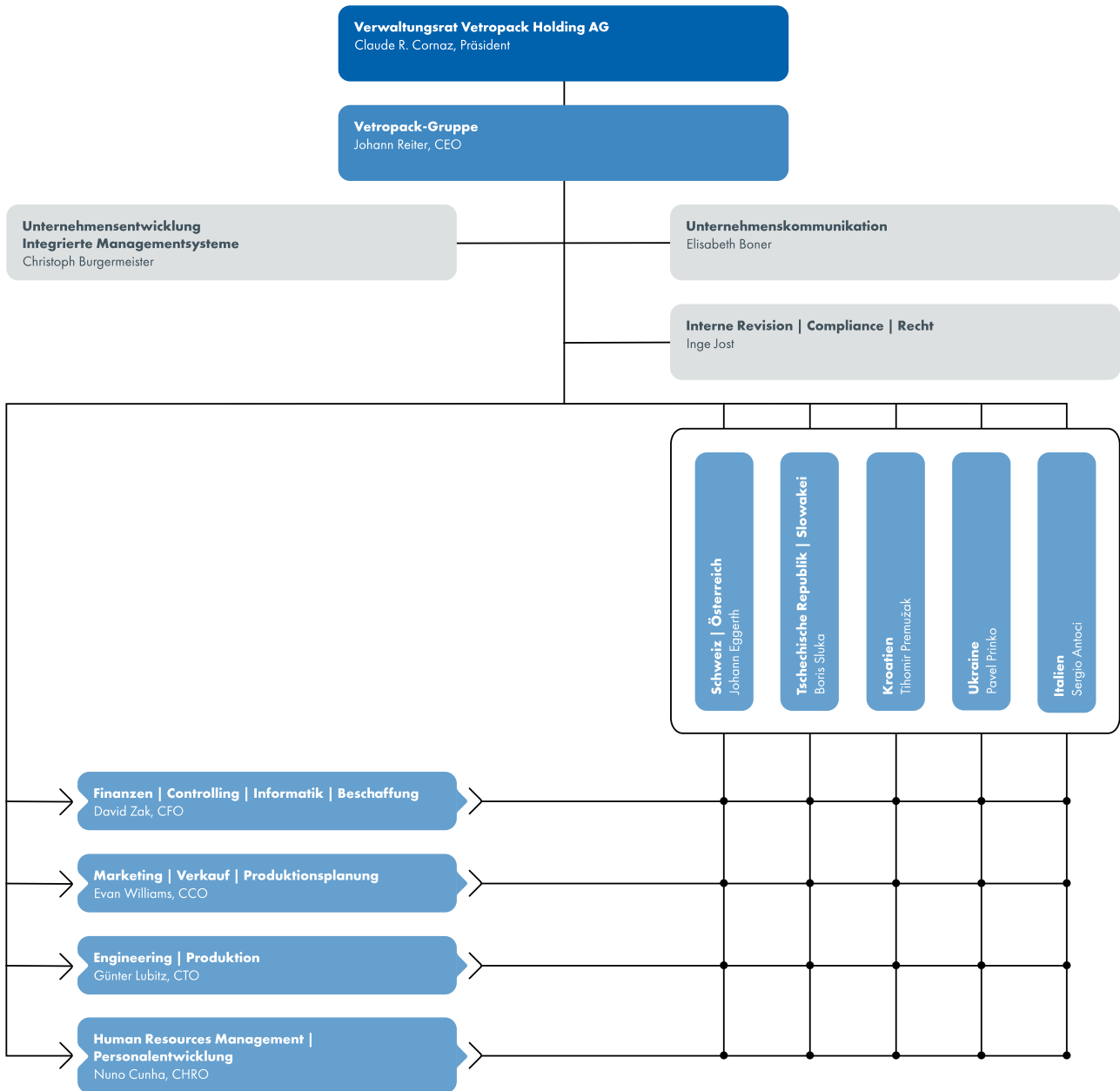
# Führungsstruktur



## Erweiterte Gruppenleitung

Von links nach rechts: Nuno Cunha, Pavel Prinko, Johann Eggerth, Elisabeth Boner, Johann Reiter, Boris Sluka, Evan Williams, Christoph Burgermeister, David Zak, Sergio Antoci, Günter Lubitz, Inge Jost, Tihomir Premužak

per 1. Januar 2020



per 1. Januar 2020

## Gruppenleitung

Johann Reiter, CEO  
 David Zak, CFO  
 Nuno Cunha, CHRO  
 Johann Eggerth  
 Günter Lubitz, CTO  
 Evan Williams, CCO

## Finanzen, Controlling, IT und Beschaffung

David Zak  
 – Shared Service Center Schweiz Christian Trösch  
 – Group Controlling und Accounting Adriano Melchiorretto  
 – IT Bruno Hennig  
 – Beschaffung Ulrich Ruberg

## Marketing, Verkauf und Produktionsplanung

Evan Williams

## Human Resources Management und Personalentwicklung

Nuno Cunha

## Engineering und Produktion

Günter Lubitz

## Unternehmensentwicklung

### Integrierte Managementsysteme

Christoph Burgermeister  
 – Qualitätsmanagement Andrea Steinlein  
 – Qualitätssicherung Christoph Böwing  
 – Arbeitssicherheit Nenod Horvath

## Unternehmenskommunikation

Elisabeth Boner

## Interne Revision, Compliance, Recht

Inge Jost

## Schweiz/Österreich

Johann Eggerth

**Marketing + Verkauf** Herbert Kühberger  
 – Schweiz Christine Arnet  
 – Österreich Herbert Kühberger  
 – Export Westeuropa Leopold Siegel

**Finanzen + Verwaltung** Bernhard Karrer

**Logistik** Werner Schaumberger

### Werke + Produktion

– Werk St-Prex Philippe Clerc  
 – Werk Pöchlarn und Kremsmünster Thomas Poxleitner

## Tschechische Republik/Slowakei

Boris Sluka

**Marketing + Verkauf** Dana Švejcarová  
 – Tschechische Republik Dana Švejcarová  
 – Slowakei Zuzana Hudecová  
 – Export Osteuropa Vlastimil Ostrezi

**Logistik** Jaroslav Mikliš

**Engineering** Miroslav Šebík

### Werk Kyjov

– Produktion Antonín Pres  
 – Finanzen + Human Resources Milan Kucharčík

### Werk Nemšová

– Produktion Roman Fait  
 – Finanzen + Human Resources Eva Vanková

## Kroatien

Tihomir Premužak

**Marketing + Verkauf** Darko Šlogar

**Finanzen** Marija Špiljak

**Logistik** Robert Vražič

**Engineering** Velimir Mrkus

**Human Resources** Damir Gorup

**Produktion** Josip Šolman

## Ukraine

Pavel Prinko

**Marketing + Verkauf** Hennadiy Arsiriy

**Finanzen** Nataliia Bukreieva

**Logistik** Serhii Kazhan

**Engineering** Mikola Marchenko

**Human Resources** Maria Dukhnenko

**Produktion** Roman Yatsuk

## Italien

Sergio Antoci

**Marketing + Verkauf** Francesco Bonazzi

**Finanzen** Alberto Borroni

**Logistik** Luca Marini

**Engineering** Rocco Callea

**Human Resources** Annalisa Girardi

**Werke + Produktion** Benedetto Troia

## Weitere Gesellschaften

Vetroconsult AG Günter Lubitz

Müller + Krempel AG Mark Isler

Vetroreal AG Matthias Bieri



Erfolgsgrundlagen

# Wesentliche Themen und Performance Review

# Bestimmung der wesentlichen finanziellen und nichtfinanziellen Themen

Die Vetropack-Gruppe berichtet für das Geschäftsjahr 2019 zum ersten Mal im Rahmen eines Integrierten Geschäftsberichts umfassend über ihre finanzielle und nichtfinanzielle Leistung. Den Fokus der Berichterstattung definierte das Unternehmen anhand einer im Berichtsjahr durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse. Dabei evaluierte Vetropack, welche Themen für ihre Stakeholder sowie die Sicherung des kurz-, mittel- und langfristigen Geschäftserfolgs von besonderer Bedeutung sind. Darüber hinaus schätzte das Unternehmen ein, bei welchen Themenbereichen es einen signifikanten Einfluss auf die nachhaltige Entwicklung (wirtschaftlich, sozial und ökologisch) hat.

Dieses Vorgehen leitet sich aus den Vorgaben zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI) ab, welche die Beurteilung der Stakeholder-Relevanz sowie eine Einschätzung des Impacts vorgibt. Die Beurteilung der Geschäftsrelevanz als dritte Dimension stellt sicher, dass die wesentlichen Themen eng mit dem Kerngeschäft verknüpft sind. Das Vorgehen ist damit auch kompatibel mit den Empfehlungen des International Integrated Reporting Council (IIRC).

Bei der Bestimmung der wesentlichen Themen nutzte Vetropack in Anlehnung an die sechs Kapitalien des IIRC die folgenden sechs Dimensionen als Rahmen, um Themen in unterschiedlichen finanziellen und nichtfinanziellen Bereichen zu evaluieren:

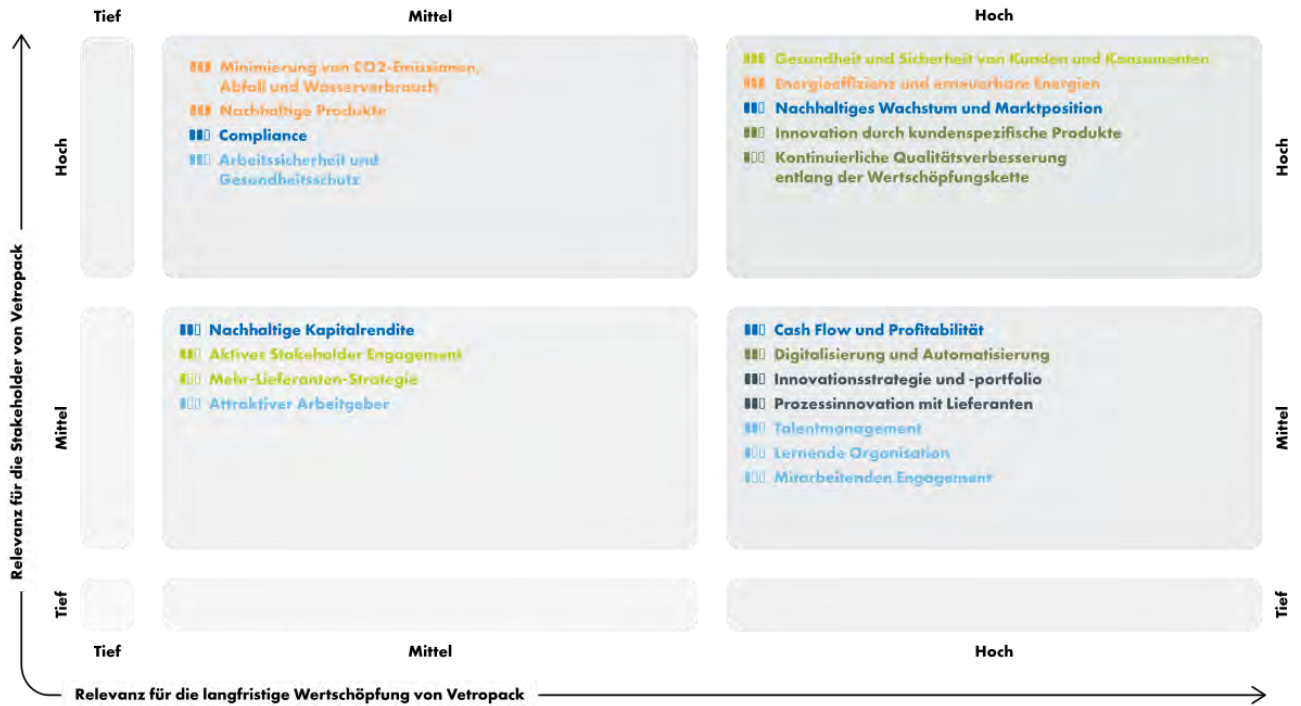
- Kunden und Lieferanten
- Finanzen
- Innovation und geistiges Eigentum
- Produktion und Produkte
- Mitarbeitende
- Umwelt

Die Bewertung der Themen fand im Rahmen eines Workshops der erweiterten Gruppenleitung und einem erweiterten Kreis von Themenverantwortlichen statt. Es wurden keine externen Stakeholder in die Wesentlichkeitsanalyse miteinbezogen. Durch die Beteiligung vielfältiger Themenverantwortlicher, die ein vertieftes Verständnis der Anliegen von unterschiedlichen Stakeholdergruppen einbrachten, wurde die externe Perspektive indirekt eingebracht. Im Nachgang des Workshops wurden die Resultate konsolidiert und vom CEO sowie von externen Spezialisten validiert. Die Resultate der Wesentlichkeitsanalyse sind in der nachfolgenden Matrix dargestellt. Sie dient Vetropack als Basis für die strategische Ausrichtung und Strukturierung der Berichterstattung. So sind die Kapitel «Performance Review» und «Nachhaltigkeitsbericht» des Integrierten Berichts 2019 anhand der oben erwähnten sechs Dimensionen gegliedert.

Diese Seite beinhaltet Informationen zu folgenden GRI-Angaben: 102-46, 102-49.



## Materialitätsmatrix



### Kategorien:

- Kunden und Lieferanten
- Finanzen
- Innovation und geistiges Eigentum
- Produktion und Produkte
- Mitarbeitende
- Umwelt

### Impact auf die nachhaltige Entwicklung:

- Tief
- Mittel
- Hoch

Diese Seite beinhaltet Informationen zu folgender GRI-Angabe: 102-47.

# Kunden und Lieferanten

## Aktives Stakeholder-Engagement

Offene Dialoge und Kooperationen helfen Vetropack, die Bedürfnisse von Kunden und anderen Stakeholdern zu antizipieren, Geschäftsmöglichkeiten zu identifizieren und Wettbewerbsvorteile zu schaffen. Zu den Interessengruppen, welche die Geschäftstätigkeit von Vetropack beeinflussen oder davon betroffen sind, zählen Investoren, Kunden, Lieferanten, Mitarbeitende und deren Vertreter, die breite Öffentlichkeit und die Gesellschaft im Allgemeinen, einschliesslich Aufsichtsbehörden, Gesetzgeber, Wirtschaftsverbände und Nichtregierungsorganisationen (NGOs).

[Vetropack-Story: Blogger entdecken Glas mit allen Sinnen](#)



Informationen zum Austausch mit Mitarbeitenden finden Sie im Performance Review unter «[Mitarbeitenden-Engagement](#)».

Lesen Sie mehr zur Lieferantenbindung im Performance Review unter «[Prozessinnovation mit Lieferanten](#)» und «[Mehr-Lieferanten-Strategie](#)».

Näheres zum Thema Kundenbindung finden Sie im Performance Review unter «[Innovation durch kundenspezifische Produkte](#)».

Zusätzliche Informationen über das Engagement mit weiteren Interessengruppen, wie Investoren und Verbänden, finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht beim Thema «[Stakeholder-Engagement](#)».

## Mehr-Lieferanten-Strategie

Vetropack verfolgt eine Mehr-Lieferanten-Strategie, um einen reibungslosen Produktionsprozess zu gewährleisten. Diese Strategie sichert die Versorgung mit Rohstoffen und Anlagen und minimiert Risiken in der Lieferkette, wie beispielsweise unverhältnismässige Abhängigkeitsverhältnisse. Die Gruppe misst der Stärkung und dem Ausbau der Zusammenarbeit in der Lieferkette, insbesondere mit Lieferanten von strategischer Wichtigkeit, grosse Bedeutung bei.

Auf der Lieferantenseite geht der Trend hin zur Konsolidierung und Konzentration, insbesondere bei den Anbietern der Anlagen. Darüber hinaus führte der weltweite Kapazitätsausbau in der Glasverpackungsindustrie zu einer drastisch steigenden Nachfrage nach Produktionsausrüstungen und damit zu längeren Durchlaufzeiten. Diese Entwicklungen trugen dazu bei, dass sich Vetropack verstärkt auf die Identifikation neuer Lieferanten konzentriert. Neue Lieferanten erleichtern die Umsetzung der Mehr-Lieferanten-Strategie, wie beispielsweise bei Soda-Speziallieferanten. Hingegen ist es schwieriger, Abhängigkeiten von einzelnen Lieferanten in monopolistischen Märkten zu verhindern, wie zum Beispiel im Softwarebereich. In diesen Märkten ist ein Lieferantenwechsel ohne wesentliche negative Konsequenzen nahezu unmöglich.

Im Jahr 2019 setzte Vetropack die Analyse des Marktes fort und identifizierte potenzielle neue Lieferanten, die nach Vorgaben des Verhaltenskodex für Lieferanten geprüft wurden. Zu den Bewertungskriterien gehören die Erfüllung von Qualitätsstandards, Eigentümerinformationen, finanzielle Leistungsindikatoren, die Anzahl der Mitarbeitenden und die Unternehmensgeschichte. Darüber hinaus führt die Gruppe laufend Testintegrationen mit neuen Lieferanten durch. Ein Ergebnis dieser Bemühungen war die erfolgreiche Validierung eines Prüftechnikianbieters, gefolgt von der Installation neuer Prüfmaschinen. Darüber hinaus ist es Vetropack gelungen, langfristige Verträge mit strategisch wichtigen Lieferanten zu verlängern. Solche Vertragsverlängerungen werden immer schwieriger angesichts der unklaren weltwirtschaftlichen Aussichten und der damit verbundenen Herausforderungen bei der langfristigen Planung.

Kurzfristige Prioritäten sind die Validierung und Einbindung weiterer Lieferanten zur Sicherstellung der Beschaffung von Rohstoffen und Anlagen. Insbesondere bei der Durchführung von Digitalisierungsprojekten ist Vetropack bestrebt, ein Gleichgewicht zwischen der Zusammenarbeit mit Spezialisten und der Vermeidung von Abhängigkeiten zu finden.

Vetropack misst die Fortschritte in seiner Lieferanten-Strategie anhand von Leistungskennzahlen (Key Performance Indicators, KPI), wie beispielsweise die Anzahl der aktiven Lieferanten pro Kategorie sowie die Anzahl der langfristigen Verträge. Ziel ist es, Versorgungs- und Preisrisiken zu minimieren und Alternativen zur Verbesserung der Verhandlungsposition von Vetropack aufzubauen.

## **Gesundheit und Sicherheit von Kunden und Konsumenten**

Durch die hohe Qualität und professionelle Verarbeitung des Packstoffs Glas schützt Vetropack nicht nur die verpackten Getränke und Lebensmittel, sondern auch die Gesundheit der Konsumenten. Das Unternehmen kontrolliert jeden einzelnen Glasbehälter. Die Produktqualität und -sicherheit ist somit ein essenzieller Faktor, der bei jeder Produktentwicklung nach klar definierten Kriterien berücksichtigt wird. Vetropack misst Fortschritte bei Qualität und Sicherheit anhand festgelegter Qualitätskennzahlen, die unter das Betriebsgeheimnis fallen.

2019 hat Vetropack erneut in die Weiterentwicklung der Qualitätsprüfung der Produkte investiert. Die Arbeitsgruppe Qualitätssicherung trieb die Harmonisierung der Qualitätssicherungsprozesse weiter voran. Sie setzte beispielsweise ein Projekt zur Standardisierung des Fehlerkodes erfolgreich um, bei dem Produktfehler zur einheitlichen statistischen Erfassung in allen Werken definiert wurden. Zudem investierte Vetropack in die Verbesserung der Prüftechnik. So wurden unter anderem die neuesten Versionen der Prüfgeräte installiert, welche eine noch bessere Detektion fehlerhafter Glasbehälter ermöglichen. In Zukunft soll der Entwicklungsprozess erweitert und die spezifischen Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen der verschiedenen Produktgruppen sollen noch besser ausdifferenziert werden.

# Finanzen

Die Nachfrage nach Glasverpackungen auf dem europäischen Markt stieg im dritten Jahr in Folge um rund 2 Prozent und trug massgeblich zum erfolgreichen Geschäftsergebnis der Vetropack bei. Die positive Entwicklung ist auch ein Ergebnis von Massnahmen zur Verbesserung der ökologischen Praxis in der Glasproduktion in den letzten zwei Jahrzehnten. Dazu zählen beispielsweise Bemühungen, das Gewicht von Glasbehältern zu reduzieren, den Energieverbrauch zu senken und den Anteil an Glasscherben in der Produktion zu erhöhen. Darüber hinaus trug die wachsende Besorgnis über die negativen Auswirkungen von Plastik auf Umwelt und Gesundheit zu einem steigenden Interesse an Glasverpackungen bei.

Vetropack investiert kontinuierlich in den Ausbau der Produktionsstätten und in Recyclingsysteme, die eine hinreichende Versorgung mit Glasscherben sicherstellen. Zudem unterstützt sie die Forschung, mit dem Ziel den ökologischen Fussabdruck von Glasverpackungen zu reduzieren. Vetropack fördert nachhaltiges Wachstum, indem sie sich mit bestehenden und neuen Produkten in Märkten positioniert, in denen sie ihre starke Marktposition nutzen und weiterentwickeln kann.

Das nachhaltige Wachstum von Vetropack geht mit einem verbesserten Cash Flow einher, der Investitionen ermöglicht, die nachhaltige Kapitalrendite sichern und den ökologischen Fussabdruck reduzieren.

## Kennzahlen 2019

		+/-	2019	2018
Nettoerlöse	Mio. CHF	3.5%	714.9	690.7
EBIT	Mio. CHF	15.1%	90.2	78.4
Konzerngewinn	Mio. CHF	25.6%	73.0	58.1
Cash Flow*	Mio. CHF	12.8%	153.1	135.7
Investitionen	Mio. CHF	4.9%	123.7	117.9
Produktion	1 000 Tonnen	1.0%	1 460	1 445
Stückabsatz	Mio. Stück	0.1%	5.16	5.16
Exportanteil (Stückbasis)	%	-	43.9	42.5
Mitarbeitende	Anzahl	2.3%	3 366	3 291

\* Betrieblicher Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen

## Cash Flow und Profitabilität

Das Wachstum von Vetropack wird grösstenteils aus eigenen Mitteln finanziert. Daher ist die Verbesserung des Cash Flows und der Rentabilität zentral, um Kapital für Investitionen in die kontinuierliche Weiterentwicklung des Unternehmens freizusetzen.

Im Jahr 2019 stieg der operative Cash Flow um 12,8 Prozent auf CHF 153,1 Mio. (2018: CHF 135,7 Mio.). Die Verbesserung lässt sich auf die gestiegene Nachfrage und die erzielten Effizienzsteigerungen zurückführen. Im Jahr 2019 investierte Vetropack CHF 123,7 Mio. in den weiteren Ausbau der Produktionsanlagen. Insgesamt wurden zwei Schmelzwannen in der Slowakei und in der Ukraine erneuert, die bis zu 18 Prozent weniger Energie verbrauchen und die Produktionskapazität erhöhen.

In den vergangenen Jahren tätigte Vetropack erhebliche Investitionen in die Entwicklung eines leichteren Mehrwegglases. Im Berichtsjahr führte Vetropack das neue Produkt unter dem Namen Vetropack Improved Performance Glass (VIP Glass) ein und schloss erste Kaufverträge ab. Für die Zukunft setzt die Gruppe sowohl auf die Weiterentwicklung der VIP-Glass-Produktlinie als auch auf die Erhöhung der Produktionskapazitäten.

[Vetropack-Story: Mehrwegflaschen aus Leichtglas](#)



2022 plant Vetropack die Inbetriebnahme eines neuen Glaswerks mit modernster Technologie in Italien. Die höhere Produktionskapazität in Verbindung mit mehr Effizienz stärkt die Position von Vetropack auf dem italienischen Markt und sichert die Profitabilität langfristig. Das Projekt steigert nicht nur die Effizienz, sondern auch die Produktionskapazität und treibt die Investitionskosten (CAPEX) jetzt und in den nächsten Jahren deutlich über das normale, reine Wartungsniveau.

In Übereinstimmung mit den Zielen der Strategieüberarbeitung erwartet Vetropack, dass sich diese Initiativen mittel- bis langfristig positiv auf den Cash Flow auswirken. Der Fortschritt wird anhand von KPIs gemessen, zum Beispiel an den Kosten pro verkaufsfähige Tonne produziertem Glas, dem Energieverbrauch pro Tonne Glas und dem Deckungsbeitrag pro Glasbehälter.

## Nachhaltiges Wachstum und Marktposition

Vetropack profitierte von der anhaltend günstigen Marktstimmung in Europa und verzeichnete im Geschäftsjahr erneut einen Nachfrageüberhang. Trotz erhöhter Kapazitäten und einer konstant hohen Auslastung führte die hohe Nachfrage zu Einschränkungen bei der Versorgung der Kunden mit Produkten.

Die Kundenzufriedenheit ist für den kontinuierlichen wirtschaftlichen Erfolg von Vetropack entscheidend. Um die Bedürfnisse der Kunden und deren Wahrnehmung von Vetropack auf dem Markt besser zu verstehen, führte die Gruppe 2019 eine Voice-of-Customer-Umfrage durch. Die Ergebnisse zeigten, dass Produktionsengpässe und die damit verbundenen längeren Wartezeiten bei der Lieferung der Produkte zu Unzufriedenheit unter den Kunden führten. Um die Marktposition zu stärken, pflegt Vetropack ihre guten Kundenbeziehungen, investiert in den Ausbau ihrer Produktionskapazität, pflegt ein Qualitätsführungsprogramm und fördert Innovationen.

[Vetropack-Story: Die Kundennutzenanalyse 2019](#)



Im Jahr 2019 realisierte Vetropack zahlreiche Projekte, die zu einem Wachstum der Nettoerlöse von rund 3,5 Prozent führten. Darüber hinaus soll das Qualitätsführungsprogramm «Leadership in Quality» das Kundenerlebnis durch eine höhere Produktqualität, Rückverfolgbarkeit und ein verbessertes Arbeitsergebnis steigern.

## Nachhaltige Kapitalrendite

Vetropack schafft ein Geschäftsumfeld, das nachhaltiges Wachstum fördert, indem es Ziele für eine nachhaltige Kapitalrendite setzt, die sowohl die langfristigen Bedürfnisse der Anspruchsgruppen als auch die ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen berücksichtigen.

Die hohen Kosten und die begrenzte Verfügbarkeit von CO<sub>2</sub>-Zertifikaten führen zu einem Anstieg der Investitionen in energiereduzierende Technologien. Auch wenn solche Investitionen einen niedrigen wirtschaftlichen Return on Investment (ROI) aufweisen, ermöglichen sie langfristig einen hohen positiven ökologischen ROI. Zu den Massnahmen, die im Jahr 2019 umgesetzt wurden, zählen der Einbau zusätzlicher Abgasfilter, der Ausbau der Glasscherbenaufbereitungsanlagen und der Bau neuer Schmelzwannen mit geringerem Energieverbrauch. Die Investition in eine neue, hochmoderne Fabrik in Italien verspricht zukünftig einen positiven Beitrag zu einer nachhaltigen Kapitalrendite.

Die nachhaltige Kapitalrendite wird anhand der Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) verfolgt und gemessen.

## Compliance

Faires Verhalten, das unter anderem Bestechung, Korruption und Diskriminierung untersagt, gehört zu Vetropacks Prinzipien. Die entsprechenden Richtlinien sind im Verhaltenskodex und in der Unternehmensethikpolitik festgehalten. Der Lieferantenkodex regelt die Einhaltung der Menschenrechte in der Wertschöpfungskette. Die Einhaltung dieses Kodex' wird in regelmässigen Lieferantenaudits überprüft.

Aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung hat das Thema Datensicherheit an Bedeutung gewonnen. Um dieser Entwicklung gerecht zu werden, hat Vetropack die Funktion des Chief Information Security Officers (CISO) geschaffen. Es wurde nicht nur eine Richtlinie zur Datensicherheit implementiert, sondern zusätzlich wurden diverse technische und vertragliche Massnahmen definiert und umgesetzt. Neben der Datensicherheit wurde auch das Thema Datenschutz weiterverfolgt und die Prinzipien der europäischen Datenschutzgrundverordnung wurden auch in den Vetropack-Gesellschaften ausserhalb der EU eingeführt. Zum Thema Datensicherheit und Datenschutz hat Vetropack Hauptlieferanten im Rahmen einer entsprechenden Vetropack-Veranstaltung informiert und den Dialog zu diesen Themen aufgenommen.

# Innovation und geistiges Eigentum

Mit einer offenen Innovationsstrategie entwickelt Vetropack das traditionsreiche Handwerk der Glasproduktion in evolutionären und revolutionären Schritten weiter. Vetropack treibt organisatorische Innovationen voran und fokussiert zusätzlich auf die ganzheitliche Weiterentwicklung des Behälterglasfertigungsprozesses. Dabei schöpft das Unternehmen Chancen der Digitalisierung und Automatisierung aus. Mit innovativen, qualitativ hochwertigen und umweltfreundlichen Produkten will Vetropack auch zukünftig den steigenden Kundenanforderungen gerecht werden und sich erfolgreich in ausgewählten Märkten positionieren.

## Innovationsstrategie und -portfolio

Um den Fortschritt im Glasproduktionsprozess sicherzustellen, Verbesserungspotenziale in der Organisation des Unternehmens auszuschöpfen und neue Produkte zu entwickeln, setzt Vetropack auf die Kooperation mit Lieferanten und zieht systematisch die Expertise ihrer Mitarbeitenden heran.

Die Bereitstellung finanzieller und personeller Ressourcen war zentral für die Weiterentwicklung der Innovationsstrategie und des Innovationsportfolios im Jahr 2019. So konnte Vetropack den Einsatz von Schmierrobotern weiter ausbauen, wodurch die Arbeitssicherheit sowie die Produktivität in den Vetropack-Glaswerken erhöht wurden. Weitere Fortschritte erzielte das Unternehmen im Herstellungsprozess von Leichtglasverpackungen.

Die Vetropack Austria GmbH gründete 2019 das VIP-Cost-Centre und lancierte die neue VIP-Glass-Flasche erfolgreich auf dem österreichischen Markt. Ein spezielles thermisches Härungsverfahren macht die Flaschen aus VIP Glass besonders leicht und stabil. Die Entwicklung und Kommerzialisierung des ersten Produkts beanspruchten viel Zeit und erhebliche Ressourcen. Nun steht die Entwicklung und Einführung weiterer VIP-Produkte, unterstützt durch den Aufbau eines VIP-Glass-Geschäftsbereiches, weit oben auf der Innovationsagenda von Vetropack. Mittels weiteren Prozessinnovationen zielt das Unternehmen zudem auf eine Steigerung der Produktivität und auf kürzere Rüstzeiten ab.

[Vetropack-Story: Mehrwegflaschen aus Leichtglas](#)



Vetropack überprüft die Fortschritte bei der Umsetzung der Innovationsstrategie und des Innovationsportfolios anhand der Anzahl neu lancierter Artikel aus VIP Glass und deren Performance. Weitere Kennzahlen, die jährlich ausgewertet und überprüft werden, betreffen CO<sub>2</sub>-Emissionen, die während des Schmelzprozesses entstehen, den Return on Investment (ROI), den Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) sowie die Produktivität.

## Prozessinnovation mit Lieferanten

2019 fokussierte sich Vetropack auf die Identifizierung und Ausschöpfung von Innovationspotenzialen entlang ihrer gesamten Lieferkette. Fortschritte in der Fertigung wurden nicht zuletzt dank der erfolgreichen Zusammenarbeit mit neuen und bestehenden Lieferanten erzielt. So wurden beispielsweise zusammen mit einem auf Inspektionstechnologien spezialisierten Lieferanten neue Inspektionsmaschinen installiert, die es ermöglichen, Fehlermuster schneller zu erkennen.

Um den Formgebungsprozess besser zu gestalten, hat Vetropack in Kooperation mit Bucher Emhart Glass an verschiedenen Formgebungsmaschinen reproduzierbare Glastropfenzuführungssysteme angebracht. Als nächstes sollen im Bereich der Formenwerkstatt Möglichkeiten zur digitalen Verbesserung und Automatisierung der Prozesse realisiert werden. Ein Projekt ist beispielsweise die Erhöhung und Stabilisierung der Tropfenfallgeschwindigkeit, um eine gleichmässige Tropfenladung zu erreichen. Vetropack plant zudem, End-to-End-Lösungen für die Produktion zu installieren und Systeme horizontal zu integrieren. So soll die Lieferantenanbindung gestärkt werden und die Rückverfolgbarkeit der Glasbehälter wird gewährleistet. Eine entsprechende Plattform befindet sich derzeit in Planung.



# Produktion und Produkte

## Kontinuierliche Qualitätsverbesserung entlang der Wertschöpfungskette

Vetropack begreift Qualität nicht nur als Merkmal der Produkte, sondern ist bestrebt, gemäss dem Motto «One brand, one quality» alle Prozesse anhand der Wertschöpfungskette laufend qualitativ zu verbessern und aufeinander abzustimmen. Dies ist einerseits nötig, um den steigenden Kundenanforderungen gerecht zu werden, andererseits können dadurch Effizienzgewinne erzielt werden. Darüber hinaus ergeben sich Verbesserungen in den Bereichen Arbeitssicherheit und Umweltbelastung.

Performance Review: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz



Performance Review: Umwelt



Seit 2018 treibt die für die Qualitätssicherung zuständige Fachgruppe «Quality Assurance» vor allem die Standardisierung von Qualitätssicherungsprozessen in den verschiedenen Vetropack-Werken voran. Ziel war es, die bestehenden Qualitätsprozesse gruppenweit zu vereinheitlichen. So wurden beispielsweise Fehlercodes harmonisiert, um die werksübergreifende Kommunikation zu vereinfachen. Zudem führte Vetropack ein SAP-Modul zur besseren Auswertung von Reklamationen ein. Dieses Modul half dabei, gruppenweit die Massnahmen mit dem grössten Verbesserungspotenzial umzusetzen, wie beispielsweise die Vereinheitlichung der statistischen Prüfungsintervalle.

2019 stand zudem die Lancierung des Projekts «Vetropack Production System» (VPPS) im Vordergrund. Dabei geht es im Sinne von «Lean Production» um die systematische Reduktion von Verschwendungen aller Art. Dazu gehören beispielsweise Überproduktion, Fehler, Wartezeiten, unnötige Bewegungen und Transporte, sowie ineffiziente Prozesse und Bestände. Ziel ist es, alle Tätigkeiten, die nicht zum Kundennutzen beitragen zu vermeiden. Dies bedingt, dass bestehende Abläufe konstruktiv in Frage gestellt werden und im Rahmen von Workshops Verschwendungen zu identifizieren und zu verringern. Nachdem Vetropack 2019 am Pilotstandort Pöchlarn ein Projekt in der Formenwerkstatt erfolgreich umsetzte, begann das Unternehmen auch in Kremsmünster mit ersten Vorbereitungsschritten und plant, VPPS in den kommenden Jahren an allen Standorten schrittweise einzuführen.

Daneben erzielten auch die grossen Wannensanierungsprojekte in Nemšová (Slowakei) und Gostomel (Ukraine) umfassende Verbesserungen der Qualität der produzierten Glasbehälter.

In den kommenden Jahren werden neben der Umsetzung des «Vetropack Production Systems» die Initiativen «Leadership in Quality» und «Group first» weiterentwickelt. Sie werden das Bewusstsein für die kontinuierliche Qualitätsverbesserung weiter schärfen.

## Digitalisierung und Automatisierung

Bei Vetropack stehen die Digitalisierungs- und Automatisierungsinitiativen ganz im Zeichen der nachhaltigen Geschäftsentwicklung. Das Unternehmen nutzt das Angebot neuer Technologien, um seine Prozesse weiterzuentwickeln. Des Weiteren profitiert Vetropack im Rahmen ihrer Entscheidungsprozesse von einer besseren Datengrundlage und kann durch Automatisierungslösungen Effizienzgewinne erzielen.

Die gruppenweite Harmonisierung und die Standardisierung von Arbeits- und Produktionsprozessen machen eine Automatisierung möglich. Auf diese Weise lassen sich Qualitäts- und Produktivitätssteigerungen realisieren. Digitalisierung findet in allen Unternehmensbereichen statt, sei es in der Vereinfachung von Administrationsprozessen oder in der Produktion. Deshalb entwickelte Vetropack 2019 eine Digitalisierungs-Roadmap, in der Massnahmen zur Verwirklichung der Industrie 4.0 festgehalten sind. Im Berichtsjahr wurden bereits fünf Projekte der Roadmap implementiert. Neben dem Energiemanagementsystem und einer neuen SAP-Lösung, die die Grundvoraussetzung für die Digitalisierung bei Vetropack schafft, hat das Unternehmen auch Programme zur automatisierten Rechnungsstellung, zum Dokumentenmanagement sowie zur Regelung der Arbeitsabläufe bei der Produktentwicklung eingeführt. Darüber hinaus konnte der Produktionsprozess dank dem Einsatz von Schmierrobotern stabiler und reproduzierbarer gestaltet werden. Zudem wurde der Formenschmiermitteleinsatz um rund 70 Prozent reduziert. Durch den Einsatz der Roboter konnten zudem Mitarbeitende von belastenden Routinearbeiten befreit werden und die Arbeitssicherheit wurde verbessert.

Weitere geplante Automatisierungs- und Digitalisierungsprojekte betreffen beispielsweise die Umstellung der Produktionsplanung auf das neue SAP-System, den Wechsel der Reporting-Tools sowohl für gruppenweite als auch HR-spezifische KPIs sowie die Einführung einer Lieferantenrechnungsmanagement- und Beschaffungsplattform. Auch im Fertigungsprozess sind weitere Schritte geplant, ebenfalls evaluiert das Unternehmen, wie es zukünftig Big Data nutzen kann.

## Innovation durch kundenspezifische Produkte

Vetropack wandelt Ideen in Produkte um und gewährleistet dabei einen hohen Qualitäts- und Servicestandard. Damit ist die Gruppe gut gerüstet, um den Marktanforderungen gerecht zu werden und der Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein. Ein wesentliches Merkmal des Produktentwicklungsprozesses sind die kurzen Kommunikationswege zwischen den Produktionsteams und den Kunden. Sie ermöglichen es Vetropack, jederzeit auf Kundenwünsche zu reagieren und in kurzer Zeit neue Produkte zu entwickeln.

### Vetropack-Story: Konstruktion und Design von Glasverpackungen



Im Jahr 2019 hat Vetropack eine seiner Schmelzwannen im Werk Nemšová neu in Blau umgefärbt, um im Auftrag eines Kunden eine Serie blauer Flaschen herzustellen. Weitere kundenorientierte Produkteinführungen waren unter anderem die leichteren Bierflaschen für eine österreichische Bierbrauerei. Die Gruppe begleitete Kunden auch bei der Umstellung anderer Verpackungsmaterialien auf Glasverpackungen, die insbesondere in Branchen wie der Milchwirtschaft an Relevanz gewinnen. Vetropack ist stolz darauf, kontinuierlich innovative Produkte für ihre Kunden zu entwickeln. Doch teilweise erschweren unterschiedliche Preisvorstellungen oder Kapazitätsengpässe erfolgreiche Produktinnovationen. Deshalb investierte Vetropack im Berichtsjahr in die kontinuierliche Schulung der Mitarbeitenden und in zusätzliche Produktionskapazitäten. Darüber hinaus senkte das Unternehmen die Kostenbasis, um den Produktezugang zu verbessern.

### Vetropack-Story: Sonderproduktion bei Vetropack Slowakei



Die Gruppe konzentriert sich weiterhin stark auf die Weiterentwicklung der VIP-Glass-Technologie und wird ihr ausgezeichnetes Verständnis der lokalen Märkte nutzen, um eine Vermarktungsstrategie für VIP Glass zu entwickeln.

[Vetropack-Story: Mehrwegflaschen aus Leichtglas](#)



# Mitarbeitende

Das nachhaltige Wachstum und der Markterfolg von Vetropack werden massgeblich von den Mitarbeitenden getragen. Daher sind ein kontinuierliches Engagement der Mitarbeitenden, Talentförderung und -entwicklung sowie eine Lernende Organisation entscheidend, um innovativ und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Um ihre Mitarbeitenden in den durch die Digitalisierung und Automatisierung bedingten Veränderungsprozessen zu unterstützen, schafft die Gruppe ein Arbeitsumfeld, das die Entwicklung der Mitarbeitenden fördert. Kontinuierliches Lernen ist in der Vision und in den Grundwerten des Unternehmens verankert. Obschon Veränderungen neue Möglichkeiten für das Unternehmen und seine Mitarbeitenden schaffen, kann Wandel auch ein Gefühl der Unsicherheit und des Unbehagens auslösen. Daher achtet die Gruppe besonders darauf, die Mitarbeitenden ausreichend in Veränderungsprozesse miteinzubeziehen und in ihrer Entwicklung zu unterstützen.

## Mitarbeitenden-Engagement

Die Mitarbeitenden stehen im Mittelpunkt der nachhaltigen Wertschöpfung der Vetropack-Gruppe. Daher setzt das Unternehmen auf einen kontinuierlichen Austausch mit seinen Mitarbeitenden. Der stärkere Fokus auf Nachhaltigkeit im Geschäftsumfeld und das erneute Interesse an Glas als «grünes» Produkt, trugen positiv zur Motivation der Mitarbeitenden bei, die sich dadurch im Sinn und Zweck ihrer Tätigkeit bestärkt fühlen.

Die «Group-first»-Philosophie von Vetropack fördert die Unternehmenskultur und den Zusammenhalt der heterogenen und vielfältigen Belegschaft in allen Ländern. Gleichzeitig verdeutlicht die Philosophie von Vetropack die Vorteile eines internationalen Unternehmens, wie beispielsweise internationale Karrierechancen und der Austausch von Best Practices. Im Jahr 2019 setzte Vetropack ihre Reihe von «CEO Talks» an allen Standorten fort, um den offenen Dialog zwischen den Mitarbeitenden auf allen Ebenen zu pflegen. Zur Prüfung der Mitarbeiterzufriedenheit führte Vetropack im Berichtsjahr erstmals eine konzernweite Mitarbeiterumfrage durch. Die Beteiligungsquote von 76 Prozent attestiert ein hohes Vertrauen seitens der Mitarbeitenden, dass sich das Top-Management ihren Anliegen annimmt. Darüber hinaus schafft die Umfrage die Voraussetzungen für einen transparenten Dialog über Stärken und Schwächen im Unternehmen und bildet die Basis für Veränderungen und Verbesserungen. Die Resultate der Umfrage zeigten, dass Themen wie Führung und Kommunikation zentral sind für das fortwährende Engagement der Mitarbeitenden und weiter gefördert werden müssen.

[Vetropack-Story: CEO Talks](#)



## Attraktiver Arbeitgeber

Vetropack ist an ihren Standorten seit jeher als gute Arbeitgeberin bekannt. In Kombination mit dem hohen Bekanntheitsgrad der Vetropack-Marke als hochwertiger Schweizer Glasbehälterhersteller konnte die Gruppe immer die besten Talente für sich gewinnen. Mit den globalen Trends des demografischen Wandels, der Digitalisierung und Automatisierung sowie der Vielfalt verändern sich die nachgefragten Kompetenzen sowie deren Verfügbarkeit. Im Rahmen der Strategieüberarbeitung überprüfte Vetropack ihre Employer Value Proposition (EVP) und verfolgt einen proaktiven Ansatz zur Gewinnung von Talenten. Das Ziel ist, Vetropack als erstklassigen Arbeitgeber und anerkannte Marke ausserhalb der unmittelbaren Reichweite bekannt zu machen.

## Lernende Organisation

In einer schnelllebigen Branche mit einem knappen Talentpool sind hochqualifizierte Mitarbeitende und deren kontinuierliche Weiterentwicklung entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit von Vetropack.

Im eigenen Schulungszentrum in Pöchlarn (Österreich) stellt Vetropack sicher, dass wertvolles Know-how an die nächste Generation von Glasmachern weitergegeben wird, bevor Schlüsselpersonen in den Ruhestand eintreten. Die neu gegründete Corporate-Human-Resources-Abteilung wurde beauftragt, die Rahmenbedingungen für eine lernende Organisation zu schaffen und eine Mentalität des kontinuierlichen Lernens im Unternehmen zu verankern. Die Personalabteilung verbessert das Angebot an Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten laufend. Im Berichtsjahr implementierte Vetropack ein neues Lernmanagementsystem und eine Bibliothek mit 800 Online-Kursen für die Mitarbeitenden. Zu den anstehenden Prioritäten zählen die Entwicklung spezifischer Lehrpläne für jeden Schlüsselbereich und jede Funktion. Für die Aus- und Weiterbildungen ihrer Mitarbeitenden verfolgt Vetropack einen integrierten Lernansatz, der eine Mischung aus Präsenzveranstaltungen innerhalb der Vetroacademy, beschleunigte Onboarding-Programme und maßgeschneiderte Online-Kurse beinhaltet.

Die KPIs und Instrumente zur Messung von Fortschritten und der Effizienz der Lernenden Organisation werden derzeit entwickelt.

## Talentmanagement

Angesichts der Konkurrenz und des Mangels an Talenten in der Glasindustrie sind die Talentförderung und -bindung zentrale Faktoren zur Sicherung des langfristigen Unternehmenserfolgs.

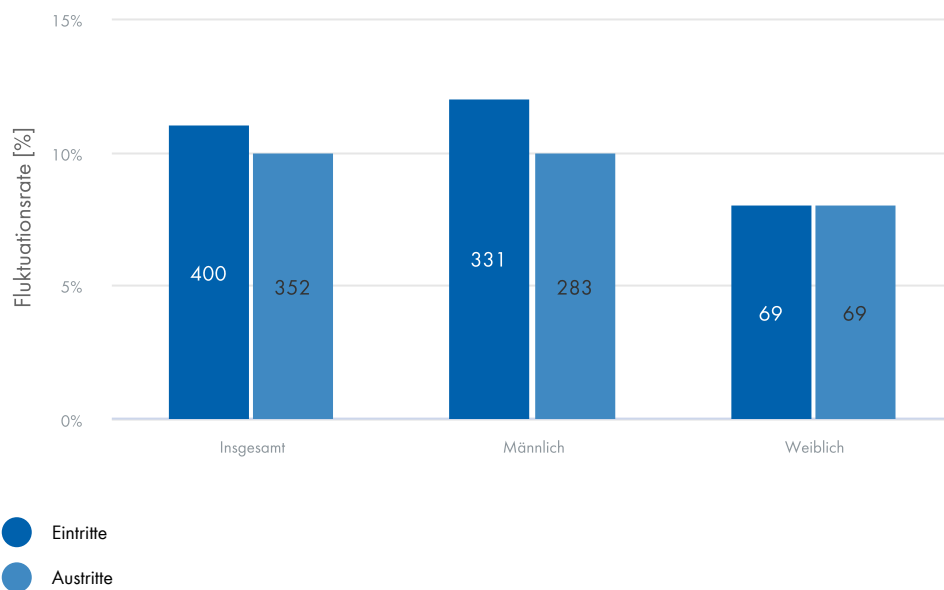
Im Berichtsjahr implementierte Vetropack einen «Talent and Organization Review Process» (TOR) auf Gruppenebene, um das Talentmanagement innerhalb des Unternehmens weiter zu verbessern. Der Prozess umfasst zwei Schritte, zu denen sowohl eine Talentbewertung als auch eine Organisationsbewertung zählen. Die Talentbewertung beinhaltet die konzernweite Identifikation von Mitarbeitenden, die neben dem Ehrgeiz und dem Wunsch auch die Fähigkeiten mitbringen, sich in ihrer Rolle zu einem Experten oder einer Führungsperson weiterzuentwickeln. Mit diesen Mitarbeitenden und ihren Vorgesetzten erarbeitet die Personalabteilung einen Plan, um die Entwicklung der Talente voran zu treiben. Bei der Überprüfung der Organisation konzentriert sich Vetropack darauf, Bereiche zu identifizieren, in denen eine Nachfolgelösung gesichert werden muss.

Führungskräfte sind maßgeblich für ein erfolgreiches Talentmanagement. Deshalb fördert das Unternehmen deren Fähigkeiten, Talente zu erkennen und an das Unternehmen zu binden. Zur Unterstützung der leitenden Kräfte hat die Personalabteilung im Rahmen der Vetropack Vetroacademy ein spezielles Programm zur Beschleunigung des Lernfortschritts für Führungskräfte entwickelt.

Die KPIs zur Messung des Talentmanagements umfassen Talentbindung, Fluktuation sowie den Prozentsatz der intern besetzten Führungspositionen im Vergleich zu externen Kandidaten.

## Fluktuation nach Geschlecht

(Raten und absolute Zahlen)



## Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz

Als verantwortungsvollem Arbeitgeber ist Vetropack das Wohlbefinden und die Gesundheit der Mitarbeitenden ein grosses Anliegen.

Die Arbeitsgruppe Arbeitssicherheit diskutiert Sicherheitsthemen werksübergreifend. 2018 führte eine Arbeitsgruppe eine Bedürfnisevaluierung durch und zeigte Verbesserungspotenziale im Sinne der «Safety-first»-Philosophie auf. Im Berichtsjahr konnten die Zusammenarbeit und der Austausch weiter verbessert werden. Zur fortlaufenden Sicherstellung der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes lässt Vetropack alle Produktionswerke nach ISO 45001 (Arbeits- und Gesundheitsschutz) zertifizieren. Das Unternehmen plant, 2020 mit der Umsetzung von Massnahmen zur Erfüllung des Standards zu beginnen.

Vetropack will durch die proaktive und präventive Förderung der Arbeitssicherheit und Gesundheit der Mitarbeitenden mehr Produktivität und Arbeitszufriedenheit erreichen und die Fehlzeiten reduzieren. Das Unternehmen misst seinen Fortschritt auf Gruppenebene durch die Betriebsunfallrate und Ausfallrate aufgrund von Arbeitsunfällen. Für interne Zwecke werden weitere Ziele auf Ebene der Geschäftseinheiten festgelegt und verfolgt.

## Kennzahlen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Arbeitssicherheit: arbeitsbedingte Verletzungsraten und Ausfallraten <sup>1)</sup>	2019	2018
Betriebsunfallrate <sup>2)</sup>	3.9	4.5
Ausfallrate <sup>3)</sup> durch Arbeitsunfälle oder Berufskrankheit	167	167
Gesamtausfallrate <sup>3)</sup> inkl. aufgrund von nicht arbeitsbedingten Verletzungen oder Krankheit	1 438	1 452

<sup>1)</sup> Pro 200'000 Sollarbeitsstunden (≈100 Vollzeitäquivalente)

<sup>2)</sup> Unfälle auf dem Werkareal, die einen Arztbesuch zur Folge hatten.

<sup>3)</sup> Arbeitstage gelten als verloren, wenn eine Absenz von mehr als einem halben Tag ausgewiesen wird.

## Nachhaltige Produkte

Glas ist ein nachhaltiges Verpackungsmaterial, das aus natürlichen Rohstoffen hergestellt wird und optimal recycelbar ist. Für Vetropack ist umweltbewusstes Wirtschaften deshalb fester Bestandteil der Geschäftsphilosophie und des Kerngeschäfts. Das Unternehmen ist bestrebt, den ökologischen Fußabdruck Jahr für Jahr zu reduzieren, denn Kunden und Konsumenten erwarten vermehrt Transparenz zum ökologischen Impact sowie bezüglich der Rückverfolgbarkeit von Glasverpackungen. Zudem steigt der regulatorische Druck auf die Glasindustrie, die aufgrund ihres hohen Energieverbrauchs einen wichtigen Beitrag zu Energieeffizienz und Klimaschutz leisten kann.

Die relevanten Parameter für den ökologischen Fußabdruck der Glasherstellung sind unter anderem die Produktionstechnologie, der Energieverbrauch, das Gewicht der hergestellten Gläser, der verwendete Altglasanteil sowie die Transportdistanz und der Transportmodus. Vetropack arbeitet deshalb kontinuierlich daran, die Produktionsschritte energieeffizienter zu machen, den Altglasanteil zu erhöhen und die Glasbehälter leichter zu machen, ohne dass damit die Qualität und Sicherheit der Produkte beeinträchtigt wird. Darüber hinaus achtet Vetropack darauf, den Wasserverbrauch zu reduzieren und so wenig Abfall wie möglich zu erzeugen.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, ist Vetropack auf verschiedenen Ebenen tätig. Das Unternehmen fördert umweltfreundliche Innovation über interne Fachgruppen, tätigt Investitionen in neue Technologien, erarbeitet gruppenweite Umweltkennzahlen und engagiert sich in internationalen Gremien. Durch ihr Engagement bei den «International Partners in Glass Research» (IPGR), fördert Vetropack Forschung zu umweltfreundlichen Technologien, wie beispielsweise die CO<sub>2</sub>-neutrale Glasproduktion, die durch den Einsatz von erneuerbarer elektrischer Energie für das Schmelzen des Altglases und der weiteren Rohstoffe erreicht werden könnte. Weitere Initiativen beschäftigen sich mit Ansätzen zur Erhöhung der Sammelquote, mit dem Ziel den Altglasanteil in der Produktion zu steigern.

[Vetropack-Story: Photovoltaikanlagen auf Vetropack-Werken](#)



## Umweltkennzahlen

	2019	in %	2018	in %
<b>Gesamtenergieverbrauch in GWh</b>	<b>2 520</b>		<b>2 499</b>	
Strom	422	17%	403	16%
Erdgas <sup>1)</sup>	2 098	83%	2 096	84%
<b>Spezifischer Energieverbrauch in MWh/t<sup>2)</sup></b>	<b>1.73</b>		<b>1.73</b>	
<b>Treibhausgasemissionen in tCO<sub>2</sub>e<sup>3)</sup></b>	<b>635 994</b>		<b>629 375</b>	
Scope 1 (Wärme und Prozessemissionen) <sup>4)</sup>	496 335	78%	495 991	79%
Scope 2 (Strom)	139 659	22%	133 384	21%
<b>Spezifische Treibhausgasemissionen in tCO<sub>2</sub>e/t<sup>2)</sup></b>	<b>0.436</b>		<b>0.436</b>	
<b>Materialverbrauch: Altglasanteil</b>				
Altglas grün	65%		61%	
Altglas braun	53%		50%	
Altglas weiss	43%		43%	
<b>Wasser in m<sup>3</sup> <sup>5)</sup></b>				
Gesamte Wasserentnahme	1 402 519		-	
Kommunale Wasserversorgung	424 981	30%	-	
Grundwasser	977 538	70%	-	
Gesamtes Abwasser	1 268 790		-	
<b>Abfallentsorgung in Tonnen</b>				
Recycling (laufend)	32 560	47%	27 395	43%
Recycling (sporadisch) <sup>6)</sup>	3 380	5%	698	1%
Verbrennung oder Deponie (laufend)				
Gewerbeabfall	29 080	42%	21 768	34%
Sonderabfall	1 769	3%	1 568	2%
Verbrennung oder Deponie (sporadisch) <sup>6)</sup>				
Gewerbeabfall	1 978	3%	6 124	10%
Sonderabfall	1 198	2%	5 560	9%

<sup>1)</sup> Inkl. 4.5 GWh Heizöl in 2019 (4.8 GWh in 2018)

<sup>2)</sup> Pro Tonnage produziertem Glas, welches alle Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen erfüllt und somit in den Verkauf geht.

<sup>3)</sup> Treibhausgas-Inventar in Übereinstimmung mit dem Greenhouse Gas Protocol berechnet.

<sup>4)</sup> Prozessemissionen entstehen aus chemischen Reaktionen im Glasherstellungsprozess.

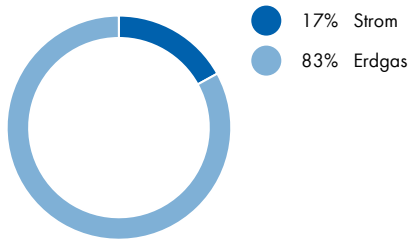
<sup>5)</sup> Indikatoren zu Wasser werden erst seit 2019 erhoben.

<sup>6)</sup> Abfälle, die nicht jedes Jahr aus dem laufenden Betrieb entstehen (z.B. Ofenreparatur).

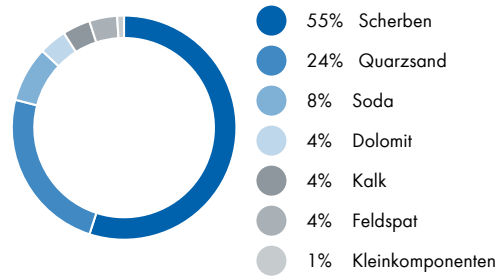
Datenbasis: Alle Produktionsstandorte von Vetropack. Energieverbräuche von Dieselgeneratoren und anderen Treib- oder Brennstoffen wurden nicht berücksichtigt, da diese im Vergleich zum restlichen Energieverbrauch vernachlässigbar sind.



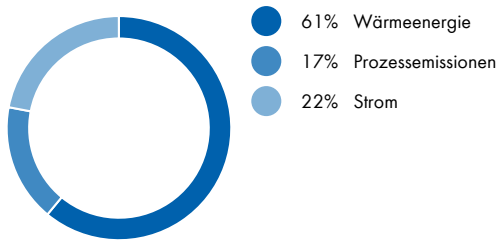
### Gesamtenergieverbrauch (GWh)



### Mischverhältnis Rohstoffe mit Scherben



### Treibhausgasemissionen nach Quelle (t CO2e)



# Energieeffizienz der Glasproduktion erhöhen

Die Glasproduktion ist mit grossem Energieaufwand verbunden, der vor allem durch den Betrieb der Schmelzwannen anfällt. Deshalb haben Effizienzmassnahmen nicht nur einen ökologischen, sondern auch einen wirtschaftlichen Nutzen. Der grösste Hebel zur Reduktion des spezifischen Energieverbrauchs ergibt sich jeweils bei der Reparatur oder dem Neubau einer Schmelzwanne. Bei jeder Sanierung versucht Vetropack zwei Dinge zu erreichen: Energieeffizienzsteigerungen von üblicherweise rund 10 bis 15 Prozent sowie eine längere Lebensdauer. Damit dies gelingt, setzt Vetropack diese Investitionsprojekte stets nach dem neusten Stand der Technik um.

2019 sanierte das Unternehmen die Schmelzwannen in Nemšová (Slowakei) und in Gostomel (Ukraine). Der spezifische Energieverbrauch konnte bei beiden Wannen gesenkt werden, was auch zu einer Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen führte.

[Vetropack-Story: Sanierung einer Buntglas-Schmelzwanne](#)



## Kennzahlen Wannensanierungen

### Schmelzwanne in Nemšová und Schmelzwanne in Gostomel

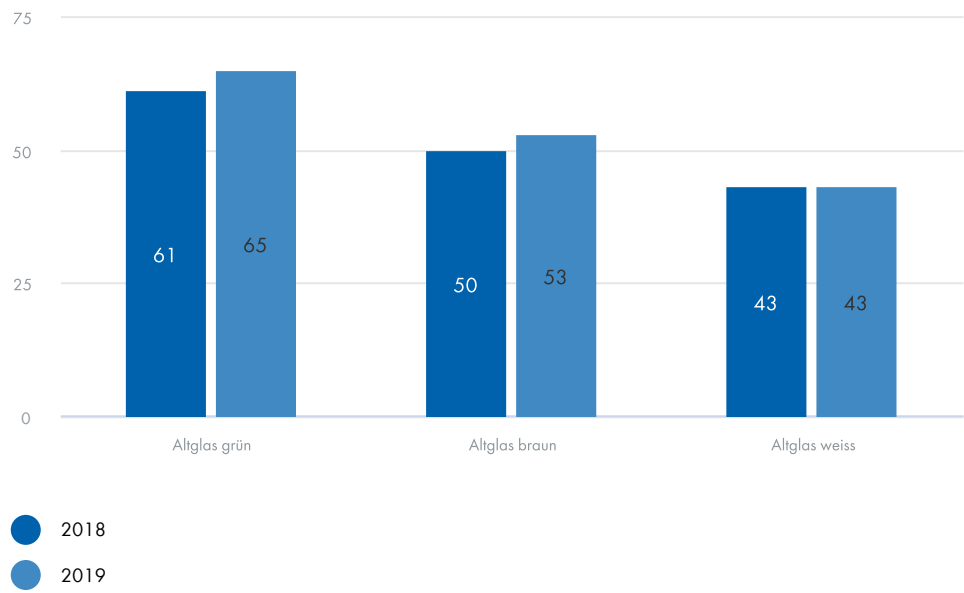
	vor der Sa- nierung	nach der Sa- nierung	Verbesserung (%)
Maximale Kapazität (t/Tag)	640	680	+6
Energieverbrauch (GJ/t)	4.25	3.56	-16
Schmelzfläche (m <sup>2</sup> )	223	234	+5
Anzahl Vorherde	6	6	-
Durchschnittliche NOX-Emissionen (mg/Nm <sup>3</sup> )	2 200	1 450	-34

Das eigens für Vetropack entwickelte Energy-Management-System misst die Energieverbräuche aller Anlagen in der Glasproduktion, ermöglicht deren Steuerung und die Identifikation von Verbesserungspotenzialen. Das System wurde während einer dreijährigen Testphase in Kroatien erprobt, wodurch im Werk in Straža bereits erste Ergebnisse vorliegen. Mit der Einführung des Energy-Management-Systems in allen Werken weitet Vetropack im Jahr 2020 die Messung des Energieverbrauchs weiter aus, um zukünftig gruppenweit noch wirkungsvollere Massnahmen zum Energiesparen umzusetzen.

## Rohstoffeinsatz optimieren

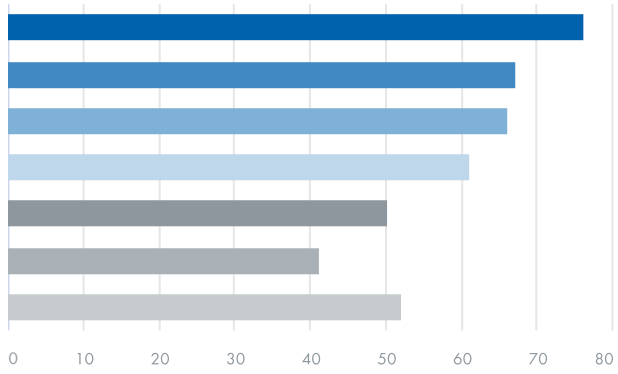
Für eine ökologische Glasproduktion ist ein hoher Scherbenanteil zentral. Der Anteil an Altglas macht in einigen Werken bis zu 80 Prozent der verarbeiteten Rohstoffmenge aus. Werksübergreifend lag der Altglasanteil 2019 bei 55 Prozent. Vetropack setzt auf Massnahmen, die die Sammelquoten erhöhen, denn die Verfügbarkeit von qualitativ hochwertigem Altglas beschäftigt die Gruppe nach wie vor stark. In vielen Ländern fallen die Sammelquoten deutlich geringer aus als beispielsweise in der Schweiz und Österreich. Die Qualität der Scherben kann zu Problemen führen, wenn diese durch Fremdstoffe, wie zum Beispiel Keramik, verunreinigt sind.

## Scherbenanteil bei der Glasproduktion



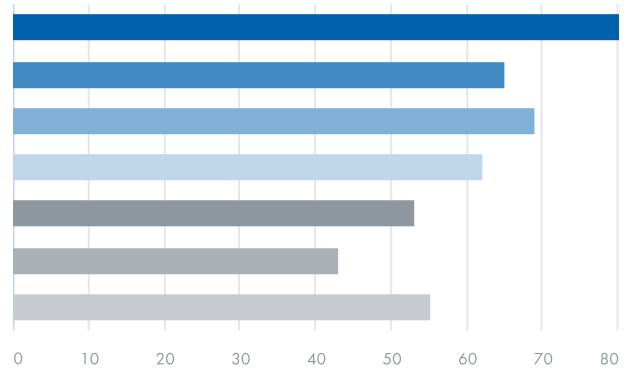
Obwohl der politische Wille zur Verbesserung der Altglassammlung nicht überall gegeben ist, blickt Vetropack optimistisch in die Zukunft. Die von der Europäischen Union vorgeschriebenen Sammelraten für Glas werden weiter ansteigen, wodurch mehr Altglas in den Recyclingprozess kommt. Dadurch wird mehr Scherbenmaterial zur Verfügung stehen.

**Scherbenanteil an der Produktion 2019**  
(nach Beteiligungsgesellschaft)



- 76% Vetropack (CH)
- 67% Vetropack Austria (AT)
- 66% Vetropack Moravia Glass (CZ)
- 61% Vetropack Nemšová (SK)
- 50% Vetropack Straža (HR)
- 41% Vetropack Gostomel (UA)
- 52% Vetropack Italia (IT)

**Scherbenanteil an der Produktion 2019**  
(nach Glasfarbe)



- 80% Feuille Morte
- 65% Grün/Vetrogrün
- 69% Olive/Cuvée
- 62% Primeur
- 53% Braun
- 43% Weiss
- 55% ø alle Farben



Erfolgsgrundlagen

# Neue Designs



## Elegant

### Tradition mit Moderne verknüpft

**Seit Mitte des 18. Jahrhunderts wird im Augustinerkloster in der südmährischen Stadt Šardice Wein gekeltert. Für den «Augustiniánský Sklep»-Wein produziert das tschechische Vetropack-Werk in Kyjov die 0,75-Liter-Glasflaschen.**

In der weissen Glasflasche kommt der «Augustiniánský Sklep»-Wein gut zur Geltung. Klar, schlicht und schwungvoll ist das überarbeitete Design der 0,75-Liter- Glasverpackung. Ebenso schwungvoll ist die Gravur-Komposition oberhalb der edlen Etikette. Sie nimmt das Gebäude des Augustinischen Weinkellers sowie den dynamischen Schriftzug Augustiniánský Sklep erneut auf.

Gegründet wurde das Weingut NEOKLAS Šardice a.s. 1995. Seit damals wird die jahrhundertealte Tradition des Weinbaus und der Weinproduktion in der Region Mähren gelebt. Zum ersten Mal Wein gekeltert wurde im Augustinerkloster in Šardice Mitte des 18. Jahrhunderts. Das Weingut modernisiert die Produktion stetig und bleibt gleichzeitig der traditionellen Pflege der Rebberge treu.

## Aromen-Vielfalt

### Himbeergeist

**Vetropack Austria produziert im Werk Pöchlarn für den oberösterreichischen Spirituosenhersteller emil-Spirituosen eine neue 0,7-Liter-Flasche in Weiss. Darin kommen die verschiedenen Schnäpse hervorragend zur Geltung.**

Die Glasspezialisten des österreichischen Vetropack-Werks in Pöchlarn designten in enger Zusammenarbeit mit dem Destillateur Emil Stegmüller die neue 0,7-Liter-Spirituosenflasche mit Schraubverschluss. Das in Kleinbuchstaben geschriebene Logo «emil» ist rund um den unteren Flaschenbereich vier Mal eingraviert und zieht sofort die Blicke auf sich. Vom Schulterbereich aus beginnend, ragen Bergspitzen bis hinauf zum Halsbereich und ergänzen haptisch das auf dem Etikett gedruckte Gebirge.

Die 0,7-Liter-Flasche von emil-Spirituosen ist mit unzähligen Geschmacksvarianten ausschliesslich in den Regalen des Einzelhandels zu finden. Seit 150 Jahren destilliert das Familienunternehmen Spirituosen nach alter Tradition und setzt sie modern um.



## Süss

### Honig aus Kroatien

**Die beiden weissen Weithalsgläser von Vetropack Straža sind ausschliesslich dem Honig aus Kroatien vorbehalten. Jedes Glas muss ordnungsgemäss deklariert werden und mit dem Etikett des kroatischen Honigverbands versehen sein.**

Für den kroatischen Honigverband produziert Vetropack Straža die Weithalsgläser in zwei Inhaltsgrössen: 720 Milliliter und 580 Milliliter. Bereits in Vorbereitung sind zwei weitere, kleinere Grössen. Das Design ist schlicht gehalten mit einer kleinen Gravur einer Bienenwabe auf der Vorderseite.

In die weissen Gläser darf nur Honig gefüllt werden, der den Qualitätsstandards der kroatischen Honig-Richtlinie entspricht. Unter anderem muss er von Kroatien selber und mit der entsprechenden Etikette des Herstellers gekennzeichnet sein. 2018 wurde der 7. Dezember zum Honigtag in Schulen ernannt. Es ist dies der Tag des heiligen Ambrosius, dem Schutzpatron der Imker, und auch der internationale Tag des Honigs. Alle Erstklässler in Kroatien erhielten ein gefülltes Honigglas.



## Stark

### Gin mit Honig

**Für den GiniBee-Gin der Firma MR SPIRITS d.o.o. in Slowenien fertigt Vetropack Straža die weissen 0,7-Liter-Flaschen. Mit dem extravaganten Design hebt sich die Spirituose von ihresgleichen ab.**

Geheimnisvoll ist nicht nur das Rezept des GiniBee-Gins, sondern auch das Design der weissen Glasflaschen. Die dünne blaue Beschichtung gibt dem 0,7-Liter-Glasbehälter eine besondere Optik und hochwertige Haptik, ohne den gläsernen Charakter zu verlieren. Ergänzt wird sie mit einem speziellen UV-Druck, der den Gin vor UV-Licht schützt. Die Mitte der taillierten Flasche ziert ein Relief mit dem Aufdruck des Firmenlogos.

Die aus Wachholderbeeren destillierte Spirituose hat zudem eine besonders süsse Zutat. 20 Prozent der Beeren werden vor der Herstellung in slowenischen Honig getränkt. Gegründet wurde die Firma von Rado Mulej, der in der Slowenien ein bekannter Schauspieler und Fernsehmoderator ist.



## Königlich Erfrischender Wacholder

**Das in der Ukraine sehr beliebte Getränk King's Bridge™ wechselt seine Kleider. Das alkoholarme Mischgetränk auf Ginbasis ist ab diesem Jahr auch in einer 0,33-ml-Weissglasflasche erhältlich, welche im Vetropack-Werk in Gostomel gefertigt wird.**

Im laufenden Jahr hat der ukrainische Hersteller King's Bridge™ seine Produktlinie überprüft und einige Anpassungen durchgeführt. Das Mischgetränk auf Ginbasis war bis anhin nur in Dosen erhältlich. Mit dem Vetropack-Werk Gostomel wurde eine Vereinbarung über die Produktion von 0,33-ml-Weissglasflaschen getroffen. Die elegante Langhalsflasche passt gut zum urbanen Lebensgefühl. Die Leichtigkeit wird durch das durchsichtige Etikett zusätzlich betont, ein Twist-off-Drehkronkorken bildet den Abschluss.

Die drei verschiedenen Geschmacksrichtungen werden mit dem speziell für diese Marke hergestellten King's Bridge Gin ergänzt. Den Konsumenten präsentiert sich ein alkoholarmes, kohlenstoffhaltiges Getränk mit einem unvergleichlichen und erfrischenden Geschmack und dem für Gin typischen ausgeprägten Wacholderaroma.



## Ökologisch Umfassende Nachhaltigkeit

**Vetropack Schweiz produziert die cuvée farbige 75-Zentiliter-Burgunderflasche für den ersten biologischen Rotwein der Walliser Winzerfamilie Rouvinez. Das geringe Gewicht der Flasche trägt dazu bei, dass «Nez Noir» in der Gesamtbetrachtung zu den umweltfreundlichsten Weinen der Schweiz zählt.**

Die neue Flasche im burgundischen Stil zeichnet sich durch ihre Leichtigkeit aus. Für ihre Herstellung wird weniger Material und Energie benötigt. Auch die kurzen Transportwege von St-Prex zur Abfüllanlage reduzieren den CO<sub>2</sub>-Austausch beim Transport.

Bereits vor einigen Jahren hat die Familie Rouvinez mit dem Übergang zum ökologischen Weinbau begonnen. «Nez Noir» (Schwarz Nase) ist der erste Wein mit dem Label «Bio-Umstellung». Der Wein ist eine Assemblage aus Merlot, Syrah und Gamaret. Bei der Namensgebung standen die Walliser Schwarznasenschafe Pate. Im Frühling tun sich die Herdentiere an den Gräsern und Kräutern zwischen den Rebzeilen göttlich. So wird der Boden in aller Ruhe und perfekter Harmonie mit der Natur gepflegt.





## Zukunftsfit

### Gutes Bier in schönem Gewand

**Die Wurzeln der heutigen Privatbrauerei Egger liegen im 17. Jahrhundert. Vetropack Österreich produziert im Werk Kremsmünster die neuen 0,33-Liter-Flaschen in Braunglas für die Traditionsbrauerei.**

Die Privatbrauerei Egger aus dem niederösterreichischen St. Pölten-Unterradlberg setzt auf eine zeitgemäße, bodenständige Weiterentwicklung ihrer Bierprodukte. Alle Gebinde erfahren einen umfassenden Designrelaunch. Ein besonderes Wachstumspotenzial liegt in der 0,33-Liter-Glasflasche. Diesem Produkt hat die Privatbrauerei Egger besondere Aufmerksamkeit zukommen lassen. Die handliche Braunglasflasche trägt im Schulterbereich ein Glasrelief, welches das alte Brauereiwappen darstellt.

Richtig gutes Bier in richtig schönem Gewand: Die hohe Qualität der mehrfach ausgezeichneten Biere wird nun mit der neuen Verpackung unterstrichen. Das neue Design verbindet dabei gelungen Tradition und Moderne. Dies belegen reduzierte Designelemente wie ein puristisches Frischesiegel als Halsetikett oder «Twist-off»-Drehkronkorken.

Die Privatbrauerei Egger ist dem Reinheitsgebot von 1516 verpflichtet. Gebraut wird deshalb wie eh und je nur mit Hopfen, Wasser und Gerstenmalz. Der Hauptanteil des Gesamtumsatzes wird in Österreich verkauft, der Rest gelangt in den Export.

## Erfrischend

### Durchdachte Verschmelzung

**Anfang letzten Jahres brachte Coca-Cola die Premium-Marke «Fuzetea» auf die europäischen Märkte, darunter auch nach Tschechien und in die Slowakei. Vetropack Kyjov produziert die neue 0,25 Liter-Mehrwegflasche.**

Die neue 0,25-Liter-Mehrwegflasche für Fuzetea wurde exklusiv für Coca-Cola entwickelt. Die handlichen Flaschen werden für die Gastronomie hergestellt und entsprechen einem Bedürfnis des Marktes. Rechtzeitig zur Sommerzeit erreichten im Juni die ersten Mehrwegflaschen die tschechischen und slowakischen Verbraucher.

Das weltweit erfolgreiche und schnell wachsende Fuzetea-Getränkessortiment basiert auf der Verbindung von Tee-Extrakt aus nachhaltiger Produktion, Fruchtsäften und Kräutern oder aromatischen Blüten. In jeder Variation bietet diese Fusion ein vielschichtiges Geschmackserlebnis für Momente der Entspannung, sei es durch raffinierte Aromen wie grüner Mango- und Kamilleneistee, schwarzer Eistee mit Zitronen und Zitronengras, schwarzer Eistee mit Pfirsich und Hibiskus sowie kalorienarme Varianten.



## Geschmeidig

### Die Sonne geht auf

**Die terrassenförmigen Weingärten des Lavaux sind Teil des UNESCO-Welterbes. Aufgrund ihrer sonnigen Lage gehören die steilen Hänge über dem Genfersee zu einem der schönsten Weinanbaugebiete in der Schweiz, welche durchreisende Besucher und Künstler gleichermassen erfreuen.**

Die leicht konische 0,7-Liter-Flasche wird von Vetropack Schweiz gefertigt. Das Sonnenlogo, welches die Schulter der neuen Vaudoise mit BVS-28/44-Mündung prägt, erinnert an das sonnenreiche Anbaugebiet. Das Logo und der handgeschriebene Schriftzug «Chardonne» wurden vom Vetropack-Designer Jean-Franck Haspel kreiert: 2003 gewann der Sieger des Prix Vetropack die Gestaltung einer eigenen Flasche. Und eben diese Vaudoise mit Steilbandmündung ist heute noch in Gebrauch. Das Design gehört der Genossenschaft «Syndicat agricole et viticole de Chardonne et Jongny société coopérative» mit Sitz in Chardonne im Kanton Waadt.



## Zart

### Traditionelles Design

**Božkov Originál ist in der Tschechischen Republik seit Jahrzehnten Garant für gute Qualität und Tradition. Für den goldgelben Tuzemák fertigt das tschechische Vetropack-Werk in Kyjov die 1-Liter-Flasche.**

Die traditionelle Flasche für Božkov Originál ist aus Weissglas. Zwischen den beiden Gravuren des Firmenemblems auf der Schulter und des Markennamens im Sockel prangt das Label. Die dritte Gravur verweist auf die jahrzehntelange Tradition.

Božkov Originál (früher unter dem Namen «Domestic Rum») wird seit 1948 von der tschechischen Destillerie Stock Plzeň-Božkov s.r.o. hergestellt und ist die grösste Marke auf dem gesamten Markt. Die nahezu unveränderte Zusammensetzung bestehend aus feinstem Alkohol, weichem Pilsner Wasser und verschiedenen Rumaromen gibt dem Getränk einen ausgewogenen Geschmack. Der meistverkaufte Tuzemák des Landes kann in reiner Form, aber auch in Mixgetränken genossen oder beim Backen verwendet werden.



## Farbenfroh

### Durstlöscher aus Heilwasser

**Heilwasser aus dem Thalheimer Schlossbrunnen wird nicht nur pur getrunken, sondern ist auch Bestandteil beim Bierbrauen und bei der Produktion von Limonaden. Vetropack Austria stellt für die Thalheimer Heilwasser GmbH Glasflaschen in Weiss, Grün und Braun her.**

Einen optimalen Lichtschutz für das Thalheimer Bier bietet die 0,33-Liter-Braunglasflasche. Die Rückseite des Flaschenhalses ziert ein Glasrelief in Form des Firmenlogos. Neben dem optischen Aspekt dient dieses gleichzeitig der Flaschenausrichtung beim Abfüllen und Etikettieren. Die Etiketten auf der Vorder- und Rückseite sowie im Halsbereich sind vorrangig in Grün – der Landesfarbe der Steiermark – gehalten.

Ebenfalls mit dem hochmineralisierten Heilwasser veredelt sind die verschiedenen Geschmacksrichtungen der Thalheimer Limonaden. Vetropack Austria stellt die Glasflaschen 0,33 Liter in Weiss, Grün und Braun her. Die Flaschenform zeichnet sich durch einen langen Körperbereich und markante Schultern aus. Für das seit den Kelten genutzte Heilwasser selbst wird die gleiche Weissglasflasche wie für die Limonaden genutzt. Allerdings mit der Besonderheit, dass neben der Inhaltsgröße 0,33 Liter auch eine 0,75 Liter Flasche zur Verfügung gestellt wird.

## Glitzernd

### Edle Diamanten

**Die bekannte ukrainische Spirituosenmarke Khortytsa hat den Auftritt ihres Premium-Wodkas veredelt. Jetzt zieren Diamanten die 700-ml-Glasflaschen, welche im Vetropack-Werk Gostomel produziert werden.**

Das Design des qualitativ hochwertigen Wodkas der Marke Khortytsa wurde überarbeitet. Diesem Kundenwunsch konnte mit der Überarbeitung der ursprünglichen Flaschenform entsprochen werden. Die elegante Form der Weissglasflasche wurde beibehalten. Neu fällt die rautenförmige Gravur auf diese angedeutete Darstellung von Diamanten erstreckt sich über den gesamten Flaschenkörper. Die Veredelung findet ihre Fortsetzung im goldfarbenen Logo und im Schriftzug. Der ebenfalls goldfarbene Schraubverschluss rundet das Bild ab.

Die Rezeptur und das technologische Know-how machen diesen Wodka einzigartig. Die Beliebtheit dieser Spirituose gründet auf dem weizenbasierten Alkohol («wheat tear») und der Verwendung von reinem Wasser. Der Wodka überzeugt durch seine Frische, ist kristallklar und schmeckt gleichzeitig weich.



## Exzellent Starker Charakter

**Die Azienda Agricola Quintarelli zählt zu den besten Weinbetrieben Italiens. Der Amarone wird in die 1500-ml-Flasche Bordoiese Golia abgefüllt, welche im Vetropack-Werk Trezzano sul Naviglio produziert wird.**

Die Cuvée-Flasche mit einem Gewicht von 1,3 Kilogramm hat einen langen Körper, der mit festen Schultern in einem ebenso festen Hals gipfelt, welcher mit einem Korkabschluss endet. Trotz der einfachen Form vermittelt die Flasche einen starken Charakter und Eleganz zugleich. Das handgeschriebene Etikett betont die Einzigartigkeit des Produkts zusätzlich.

Giuseppe Quintarelli war ein grosser Weinexperte auf dem Gebiet des Amarone und ist über seinen Tod hinaus inspirierend für andere Weinproduzenten. Die Weine erhalten keinerlei Zusätze und werden nicht filtriert, damit ihr spezieller Charakter bewahrt wird. Handarbeit und Detailtreue garantieren die höchste Qualität des traditionsreichen Weins.

## Vielfältig Einfache Schönheit

**Vetropack Kyjov produziert die neue 0,33-Liter-Softdrinkflaschen für die bekannten Bohemsca-Limonaden. Die schlichte Form ist ein Ausdruck der natürlich gewonnenen Inhaltsstoffe.**

Die Weissglasflasche fällt durch ihre klare und einfache Form auf. Der Scherbenanteil in der Produktion beträgt 50 Prozent, dadurch wird deutlich weniger CO<sub>2</sub> freigesetzt. Dieser ökologische Aspekt passt gut zu den Bohemsca-Produkten, welche ausschliesslich aus natürlichen und lokal gewonnenen Inhaltsstoffen bestehen. Die verwendeten Rohprodukte finden sich auch auf den Etiketten wieder. Der praktische Schraubverschluss macht das erfrischende Getränk zu einem Begleiter im Alltag und in der Freizeit.

Sowohl das Cola wie auch die Limonade und das Tonicwasser sind frei von Zusatzstoffen, Konservierungsmitteln sowie künstlichen Farbstoffen. Die Getränke eignen sich für Veganer, aber auch für Menschen mit einer Glutenunverträglichkeit und können von Erwachsenen und Kindern genossen werden. Sie sind Ausdruck für das moderne Leben mit einem Hauch von Nostalgie.



## Intensiv

### Ausdruck des Genusses

**Für den Familienbetrieb Recchia produziert Vetropack Italia eine neue 0,75-Liter-Flasche in Cuvée. Das Design dieser Flasche wurde von Vetropack Italia in Zusammenarbeit mit Recchia und Euroglass entwickelt. Die edle Flasche ist eine passende Verpackung für den gehaltvollen Rotwein aus dem Herzen des Gebiets Valpolicella Classico.**

Die Cuvée-Farbe, die Korkveredelung und der lange Hals, der sich mit geschwungenen Linien auf den Schultern und hin zum Körper öffnet, verleihen der 0,75-Liter-Flasche einen edlen Look. Gravuren bereichern die elegante Form: Auf dem Mund und am Boden der Flasche ist der Name Recchia erkennbar und auf der Schulter befindet sich das Firmenlogo.

Nur wenige Kilometer von Verona entfernt produziert die Familie Recchia seit über hundert Jahren ihre Weine. Auf den 90 Hektaren werden Valpolicella Classico, Valpolicella Superiore, Valpolicella Ripasso Amarone und Recioto della Valpolicella produziert. In diesem Jahr gewann das Weingut Recchia den ersten Preis bei der 67. Ausgabe des Recioto Palio, dies als Anerkennung für seine Arbeit.

## Stark

### Umfassender Erfrischungskurs

**Badel 1862 aus Zagreb ist der grösste und älteste Produzent von Wein und Spirituosen in Kroatien. Vor Kurzem hat er zwei seiner Brands gründlich aufgefrischt – Vigor Vodka und Sax Gin. Die neuen Flaschen dazu produziert Vetropack Straža.**

Vigor Vodka und Sax Gin wurden einem gründlichen Facelifting unterzogen. So wurde die Zusammensetzung der Inhaltsstoffe modifiziert. Um die Bedürfnisse des Markts richtig zu erfassen, wurden professionelle Barkeeper und Mixologen konsultiert. Parallel dazu wurden die Flaschen neu gestaltet und an die globalen Trends angepasst.

Das Design der Flaschen ist ein richtiger Eyecatcher, von der Form über den Verschluss bis hin zum Etikett. Sowohl die Vodka- als auch die Ginflaschen werden in Weiss und in zwei Größen produziert: 700 und 1000 ml. Die Ginflasche fällt durch ihre quadratische und massige Form auf. Die Spezialisten des Vetropack-Werks Straža haben viel Zeit in die Konstruktionsarbeiten und Tests investiert. Für die transparenten Etiketten (der sogenannte No-Label-Look) muss die Glasfläche perfekt sein.

Die neuen Produkte sind das Ergebnis sorgfältig durchdachter Optimierungsmassnahmen, um dem Markt attraktive und moderne Produkte von höchster Qualität anzubieten. Vigor Vodka ist seit mehr als 28 Jahren die erste Wahl der Konsumenten in Kroatien. Bei ihrer Produktion, Destillation und Eisfiltration wendet Badel 1862 international anerkannte Standards an.