



Erfolgsgrundlagen

Erfolgsgrundlagen

Vetropack-Standorte	15	Wesentliche Themen, Beitrag zu den Sustainable	47
Chancen und Herausforderungen in Zeiten einer globalen Krise	27	Development Goals (SDGs) und Performance Review	
Geschäftsmodell	32	Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen	50
Strategie	39	Kunden und Lieferanten	54
Führungsstruktur	43	Finanzen	57
Organisation	45	Innovation und geistiges Eigentum	60
		Produktion und Produkte	62
		Mitarbeitende	65
		Umwelt	70
		Neue Designs	76

Vetropack-Standorte

Per 31. Dezember 2021

53 %
Altglasverwendung in der Produktion

11
Standorte in Europa

5.88
Stück Verpackungsglas pro Jahr in Mia.
> 2500
verschiedene Glasverpackungen

816.5
Nettoerlöse in Mio. CHF
3896
Mitarbeitende





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. 2021 beschäftigte die Vetropack Holding AG 78 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 im Kanton Zürich befinden sich unsere Verkaufsbüros.

Gegründet	1911
Übernahme durch Vetropack	Stammwerk
Arealfläche	120 659 m ²
Anzahl Schmelzwannen	1
Anzahl Produktionslinien	4
Mitarbeitende per 31.12.2021	206



Oben: Pöchlarn, unten: Kremsmünster

Vetropack Austria 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 ²
Anzahl Schmelzwannen	2
Anzahl Produktionslinien	7
Mitarbeitende Vetropack Austria GmbH per 31.12.2021	698

Standort Kremsmünster

Gegründet	1954
Übernahme durch Vetropack	1993
Arealfläche	147 000 m ²
Anzahl Schmelzwannen	3
Anzahl Produktionslinien	7
Mitarbeitende Vetropack Austria GmbH per 31.12.2021	698



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	160 000 m ²
Anzahl Schmelzwannen	2
Anzahl Produktionslinien	7
Mitarbeitende per 31.12.2021	455



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	169 400 m ²
Anzahl Schmelzwannen	3
Anzahl Produktionslinien	12
Mitarbeitende per 31.12.2021	616



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 ²
Anzahl Schmelzwannen	2
Anzahl Produktionslinien	7
Mitarbeitende per 31.12.2021	377



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 ²
Anzahl Schmelzwannen	3
Anzahl Produktionslinien	8
Mitarbeitende per 31.12.2021	629



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 ²
Anzahl Schmelzwannen	2
Anzahl Produktionslinien	6
Mitarbeitende per 31.12.2021	296



Glass Container Company S.A. Chișinău (MD)

Glass Container Company S.A. produziert, verkauft und vertreibt Glasverpackungen in der Republik Moldau und auf ausgewählten Exportmärkten. Der Standort unseres Glaswerks ist in Chișinău. Zudem besitzt das Glaswerk eine Vertriebsgesellschaft in Bukarest, Rumänien.

Gegründet	1995
Übernahme durch Vetropack	2020
Arealfläche	222 869 m ²
Anzahl Schmelzwannen	2
Anzahl Produktionslinien	6
Mitarbeitende per 31.12.2021	516



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. 2021 beschäftigte das Unternehmen 13 Mitarbeitende.



Erfolgsgrundlagen

Chancen und Herausforderungen in Zeiten einer globalen Krise

Zunehmende Dynamik in der Glasindustrie

Der Wandel in der Glasindustrie verläuft traditionell eher gemächlich, denn die Investitionszyklen sind lang und die Wertschöpfungskette zeichnet sich durch eingespielte Prozesse sowie mehrjährige Partnerschaften mit Kunden und Lieferanten aus. Seit einigen Jahren nimmt die Dynamik jedoch vor allem aufgrund der sich schneller ändernden Rahmenbedingungen und der Digitalisierung zu.

Krise ausserhalb jeglicher Szenarien

Anfang 2020 bildete der Ausbruch der COVID-19-Pandemie den Ausgangspunkt einer umfassenden globalen Krise. Auch die Glasverpackungsindustrie, die zuvor über Jahre von einem förderlichen Marktumfeld profitieren konnte, wurde von der Krise nicht verschont. Ab dem zweiten Quartal 2020 hinterliess der Nachfragerückgang aufgrund der starken Einschränkungen in der Gastronomie und im Tourismus deutliche Spuren bei allen Branchenteilnehmern. Teilweise ausgeglichen wurden diese negativen Auswirkungen durch eine Verschiebung des Konsums in den häuslichen Bereich. Dank der grossen Flexibilität in der Produktion und der Breite des Produktangebots vermochte Vetropack von dieser Verschiebung zu profitieren. Entsprechend gut konnte die Vetropack-Gruppe das erste Pandemiejahr verdauen.

[CEO-Interview](#)



Transition in eine neue Normalität

In vielen europäischen Ländern wurden ab dem Frühling 2021 die Massnahmen zur Bekämpfung der Pandemie gelockert. Ab Herbst trat vielenorts in der Gastronomie und im Tourismus die Zertifikatspflicht an die Stelle von Limitierungen und Lockdown. Trotz der teilweise gegen Ende des Jahres temporär wieder verhängten Schliessungen konnten sich diese Branchen im Berichtsjahr zum Teil erholen, was in der Folge zu einer steigenden Nachfrage nach Verpackungsglas führte.

Die anziehende Nachfrage forderte die Lieferkette von Vetropack zeitweise stark – insbesondere aufgrund der Knaptheit gewisser Rohstoffe und Waren in der Beschaffung sowie den Unterbrechungen und Engpässen bei den globalen Lieferketten. Von evidenter Bedeutung sind in solchen Zeiten vielfältige und gute Verbindungen zu Lieferanten ebenso wie Agilität in den eigenen Prozessen.

Vetropack war in der Lage, diese rasch steigende Nachfrage zeitnah zu befriedigen, auch da die Pandemie und die damit verbundenen Massnahmen zu keinem Zeitpunkt zum Stillstand eines Werkes geführt hatten. Geplante Investitionen wurden getätigt und Projekte – teilweise adaptiert an die neuen Rahmenbedingungen – umgesetzt.

[Finanzbericht](#)



[Bericht des Verwaltungsrats](#)



[CEO-Interview](#)



Flexibilität und individuelle Gestaltung bleiben gefragt

Auf Kundenseite beobachtet Vetropack schon seit mehreren Jahren einen Trend in Richtung Flexibilisierung und Individualisierung: Kunden möchten sich vermehrt über ihre individuell gestalteten Verpackungen differenzieren. Dies führt oftmals zu kleinen Losgrößen und erfordert zusätzlich hohe Flexibilität in der Produktion. Die COVID-19-Pandemie hat den Flexibilisierungstrend weiter verstärkt, denn Wertschöpfungsketten und Warenströme (Rohmaterial und Fertigwaren) mussten kurzfristig angepasst oder neu definiert werden. Dadurch ergab sich für Vetropack die Chance, eingefahrene Prozesse und Gewohnheiten zu hinterfragen und an einigen Punkten entsprechend zu überarbeiten.

Um künftig noch besser und schneller auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen zu können, strukturierte Vetropack im Berichtsjahr den Bereich Technologie und Produktion neu auf eine höhere Innovationsfähigkeit.

Performance Review: Innovation und geistiges Eigentum

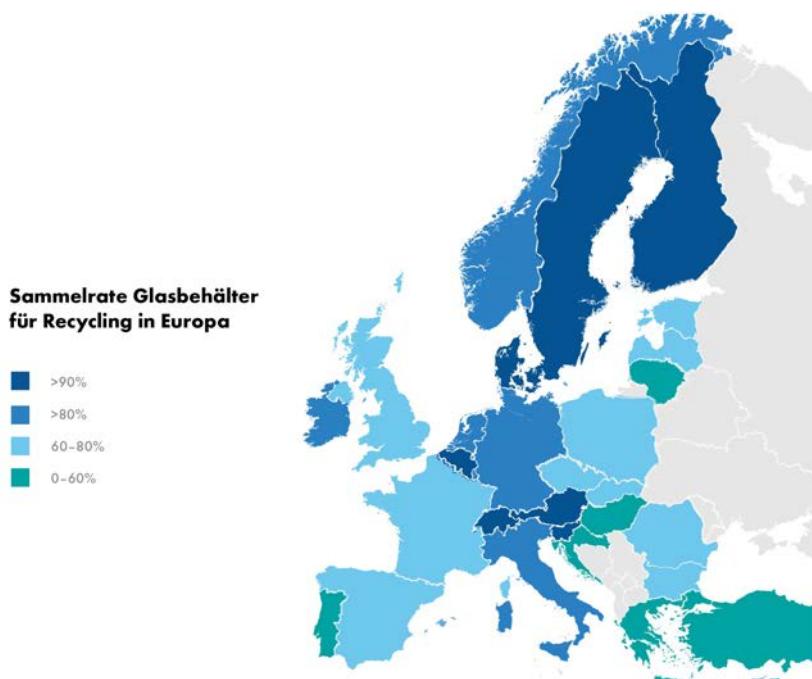


Performance Review: Digitalisierung und Automatisierung



Regulatorischer Druck in Richtung Kreislaufwirtschaft

Obwohl die Sammelrate von Glasverpackungen in der EU insgesamt bereits bei über 75 Prozent liegt, hat die EU im Rahmen der Überarbeitung der Verpackungsrichtlinie beschlossen, die Recycling-Quoten weiter zu erhöhen. So müssen bis 2025 in jedem Land 70 Prozent und bis 2030 mindestens 75 Prozent der Glasverpackungen recycelt werden. Diese Zielwerte betreffen nicht mehr nur die Sammelraten, sondern die tatsächliche Wiederverwertung der Glasverpackungsabfälle.



Quelle: Federation Européenne du Verre d'Emballage (Feve)



Darüber hinaus gibt es freiwillige Brancheninitiativen wie beispielsweise «Close the Glass Loop». Die Initiative strebt bis 2030 eine EU-weite Sammelrate von 90 Prozent an. Sie wird von verschiedenen Branchenverbänden unterstützt, zum Beispiel der Fédération Européenne du Verre d'Emballage (Feve). Auch Vetropack ist Mitglied in diesem Verband. Die Entwicklungen in der EU und die Pläne von Vetropack, den Scherbenanteil in der Produktion zu erhöhen, gehen demnach Hand in Hand. Erst ein größeres Angebot an hochwertigem Scherbenmaterial ermöglicht die Erhöhung des Altglasanteils in der Produktion und damit auch eine wachsende Nachhaltigkeit.

Vor diesem Hintergrund und im Kontext der Strategie 2030 hat sich Vetropack das Ziel gesetzt, bis 2030 in der Produktion gruppenweit einen Scherbenanteil von mindestens 70 Prozent zu erreichen.

[Performance Review: Rohstoffeinsatz optimieren](#)



[Strategie 2030](#)



Da der Trend auch immer stärker in Richtung Mehrwegglas geht, arbeitet Vetropack gleichzeitig an neuen Methoden, um die Rückverfolgbarkeit von Glasbehältern zu erhöhen. So begann Vetropack, im Innovationszentrum in Österreich ein Verfahren einzusetzen, das QR-Codes auf jedem einzelnen Glasbehälter platziert. Diese könnten zukünftig entscheidend sein, um die Rückwärtslogistik zu organisieren oder nachzuvollziehen, wie oft eine Flasche im Umlauf war.

[Performance Review: Innovationsstrategie und -portfolio](#)





Erfolgsgrundlagen

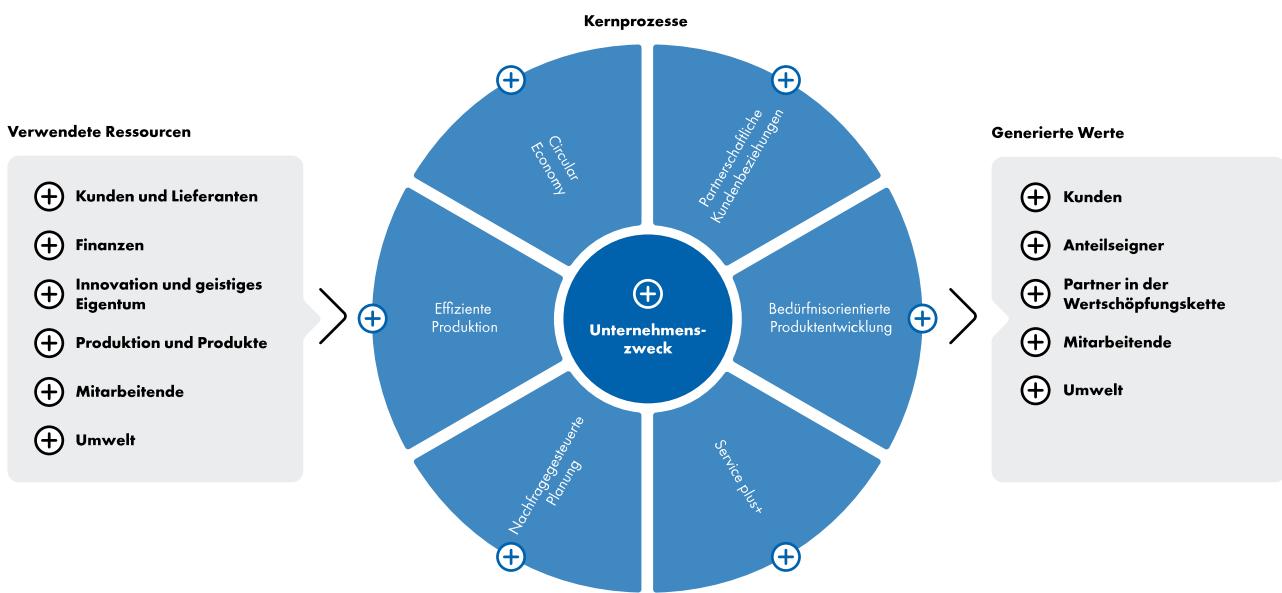
| Geschäftsmodell

Triebfeder der Wertschöpfung

Die Herstellung von Glas ist mit vielen aufwändigen Prozessen und grossem Ressourceneinsatz verbunden. Vetropack ist es deshalb ein Anliegen, aus diesen Ressourcen vielfältige Werte zu schaffen. Der finanzielle Erfolg an sich soll im Wertschöpfungsmodell der Vetropack-Gruppe nicht alleine stehen. Denn nicht nur die Anteilseigner sollen von den Leistungen des Unternehmens profitieren, sondern auch die Kunden, die Mitarbeitenden, die vor- und nachgelagerten Partner in der Wertschöpfungskette sowie die Umwelt.

Im Zentrum des Geschäftsmodells der Vetropack-Gruppe steht der im Berichtsjahr neu artikulierte Unternehmenszweck: «Wir ermöglichen jedem, Lebensmittel und Getränke auf die eleganteste, sicherste und verantwortungsvollste Weise zu geniessen.» Der Unternehmenszweck soll die Triebfeder des Handelns aller Mitarbeitenden und die Grundlage für die Schaffung hochwertiger und einzigartiger Produkte und Dienstleistungen sein.

Geschäftsmodell Vetropack-Gruppe



Verwendete Ressourcen

Kunden und Lieferanten

Eine breite Kundenbasis sowie vertrauensvolle Partnerschaften mit Lieferanten sind zentrale Treiber der Wertschöpfung bei Vetropack. Sie helfen Vetropack, eine gute finanzielle Planungssicherheit zu erreichen, um Investitionen zielgerichtet zu tätigen. Darüber hinaus erlauben sie es dem Unternehmen, Neues auszuprobieren und gemeinsam an Herausforderungen zu wachsen. Die enge Zusammenarbeit zwischen Kunden, den Vetropack-Spezialisten, externen Designern und Formenbauern ermöglicht eine effiziente Entwicklungsarbeit. Das Resultat sind überzeugende Produkte.

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. Vetropack finanziert das Wachstum des Unternehmens mehrheitlich aus der eigenen Bilanz und nutzt die Gesamtkapitalrendite (Return On Operating Capital Employed [ROOCE]) als wichtigste Messgröße zur Überprüfung der Geschäftsentwicklung. Der Fokus auf die nachhaltige Steigerung der Gesamtkapitalrendite führt dazu, dass Vetropack verstärkt als Gruppe handelt («group first»-Ansatz) und Investitionen mit hohem Synergiepotenzial priorisiert.

Innovation und geistiges Eigentum

Vetropack setzt sich zum Ziel, mit innovativen, umweltverträglichen und qualitativ hochwertigen Produkten den Anforderungen der Kunden gerecht zu werden. Der Fokus liegt hierbei nicht nur auf Produkt-, Prozess- und organisatorischer Innovation, sondern auch auf der Entwicklung völlig neuer Geschäftsmodelle. Dabei setzt Vetropack auf ein systematisches Management des geistigen Eigentums (v.a. Patente) sowie den engen Austausch mit Kunden und Lieferanten. Dieser regt nicht nur Produkt-, sondern auch Prozessinnovationen an und trägt damit direkt zu Effizienzsteigerungen auf beiden Seiten – zum einen bei Vetropack, zum anderen bei unseren Kunden und Lieferanten – bei.

Produktion und Produkte

Das Produktionssystem von Vetropack folgt «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 liefern. 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 kommt auch dem Wunsch der Kunden nach umfassenden Produktqualitätsdaten entgegen.

Story «Neue Etikettiermaschine im Werk Kyjov»



Mitarbeitende

Das nachhaltige Wachstum und der Markterfolg von Vetropack werden von gut ausgebildeten, engagierten Mitarbeitenden und einem erfahrenen Management getragen. Um weitbewerbsfähig und innovativ zu bleiben, setzt Vetropack auf die gezielte Weiterentwicklung der Mitarbeitenden und eine systematische Talentförderung. Neben praktischen «on the job»-Trainingsprogrammen stehen allen Vetropack-Mitarbeitenden ein Trainingszentrum in Österreich sowie die neu konzipierte «Vetrocademy» – eine professionelle Weiterbildungsplattform – zur Verfügung. Attraktive Karrieremöglichkeiten innerhalb der Gruppe bieten den Mitarbeitenden Perspektiven und tragen dazu bei, aufgebautes Know-how im Unternehmen zu halten.

Umwelt

Vetropack ist bestrebt, so ökologisch wie möglich zu produzieren und sich als «Green Frontrunner» in der Glasindustrie zu positionieren. Die kontinuierliche Verringerung des ökologischen Fussabdrucks bei allen Geschäftsaktivitäten ist in der Firmenstrategie verankert. Vor allem der hohe Energiebedarf der Glasproduktion stellt eine besondere Herausforderung dar, die Vetropack mit der fortlaufenden Modernisierung der Produktionsanlagen sowie der Implementierung eines Energy-Management-Systems angeht. Auch der Einsatz von recyceltem Glas und von Mehrwegbehältnissen wird systematisch erhöht, um natürliche Ressourcen bestmöglich zu schonen.

Unternehmenszweck

Unternehmenszweck

«Wir ermöglichen jedem, Lebensmittel und Getränke auf die eleganteste, sicherste und verantwortungsvollste Weise zu geniessen.»

Wir

Wir sind ein börsenkotiertes Schweizer Familienunternehmen, das seit seinem Gründungsjahr Ehrlichkeit, Verbindlichkeit und Transparenz pflegt und sich durch starke Werte, eine partnerschaftliche Arbeitskultur und eine kooperative Atmosphäre auszeichnet. Wenn wir von «wir» sprechen, meinen wir jede einzelne Person, die für das Unternehmen und mit ihm arbeitet. Jeder Einzelne leistet einen wichtigen Beitrag zum Erfolg des Unternehmens.

Jedem

Die Konsumenten und ihre Bedürfnisse liegen uns am Herzen. Deshalb helfen wir unseren Direktkunden, ihre Kunden optimal zu betreuen.

Lebensmittel und Getränke

Wir haben eine lange Tradition in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie, kennen sie von Grund auf und haben ein tiefgehendes Verständnis ihrer Akteure und ihrer Bedürfnisse. Deshalb konzentrieren wir uns auf die Herstellung von Glasbehältern für diese Industrie – und sind bestrebt, bei allem, was wir tun, höchste Qualität und höchsten Wert zu bieten.

Elegant

Die Eleganz von Glas liegt für uns in der Schlichtheit, der langanhaltenden Schönheit sowie der Formen- und Farbenvielfalt dieses Materials für hochwertige Verpackungslösungen. Bei Lebensmitteln und Getränken hilft die Verpackung, dem Endverbraucher Marke und Qualität zu kommunizieren. Glas ist für diesen Zweck das eleganteste Material. Seine Optik und Haptik erwecken die Marke eines Kunden für jeden Konsumenten zum Leben. «Am elegantesten» bedeutet für uns auch, Wert auf kundenspezifische, individuell gestaltete Produkte zu legen. Wir bieten vielfältige Dienstleistungen und setzen auf langfristige, enge Beziehungen, um ein tiefgehendes Verständnis für unsere Kunden zu entwickeln.

Sicher

Die Sicherheit aller ist unser wichtigstes Anliegen: Wir konzentrieren uns auf hochwertige Produkte, die laufend erneuert werden. Dank seines natürlichen Ursprungs und seiner inerten Struktur ist Glas das perfekte Material für lebensmittelsichere Verpackungen. Wir haben eine ganzheitliche Sichtweise von Sicherheit und helfen unseren Kunden, ihre Wertschöpfungskette zu optimieren und so die Sicherheit der Konsumenten zu gewährleisten.

Verantwortungsvoll

Wir betrachten Glas als die nachhaltigste Verpackungslösung, da es aus rein natürlichen Rohstoffen hergestellt wird und unendlich oft zu 100 Prozent recycelbar ist. Verantwortung beschränkt sich bei uns nicht auf das Produkt, sondern bedeutet auch solidarisches Handeln, Umweltverant-

wortung und Wirtschaftlichkeit. Wir streben einen minimalen CO2-Fussabdruck entlang der gesamten Wertschöpfungskette an. Weil wir verantwortungsbewusst sind, ist Recycling für uns der Schlüssel zur Optimierung des Produktlebenszyklus, einschliesslich des End-of-Life-Managements. Wir fühlen uns auch dem Erfolg unserer Kunden verpflichtet und bieten ihnen daher über unsere Glasprodukte hinausgehende Dienstleistungen an, die ihnen helfen, diesen Erfolg zu erreichen.

Partnerschaftliche Kundenbeziehungen

Partnerschaftliche Beziehungen mit Kunden bilden die Basis der umfassenden Wertschöpfung bei Vetropack. Vor dem Hintergrund einer grossen Nachfrage im Glasbehältermarkt investiert Vetropack über dem Branchendurchschnitt, um die Produktverfügbarkeit und Produktsicherheit zu erhöhen. Damit ermöglicht Vetropack die Bindung von Schlüsselkunden und die Akquirierung von neuen Kunden. Das frühzeitige Erkennen der Kundenbedürfnisse ist essenziell für den erfolgreichen Ausbau von Marktpositionen sowie die Entwicklung neuer Tätigkeitsfelder durch den Einstieg in neue Geschäftssparten entlang der Wertschöpfungskette. Vetropack will sich damit als hochwertiger Partner und Full-Service-Anbieter positionieren.

Bedürfnisorientierte Produktentwicklung

Vetropack setzt Innovationstrends in der Glasverpackungsindustrie und arbeitet dafür von Anfang an eng mit Kunden, Lieferanten oder Industrieverbänden zusammen. Neben Eigenentwürfen und Ideen der Kunden werden oftmals externe Designer mit der Designentwicklung betraut. In jedem Fall gilt: Umfassende Anforderungen an zukünftige Glasverpackungen müssen spezifiziert werden, damit die Entwicklungsarbeit effizient vorangetrieben und innovative Lösungen schnell zur Marktreife gebracht werden können.

Service plus+

Vetropack bietet den 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 ihren Kunden, alle Prozessschritte bei der Einführung einer neuen Glasverpackung zu optimieren. In Zukunft möchte Vetropack das Serviceangebot basierend auf bestehenden Kompetenzen ausbauen, um die Kundenbindung weiter zu stärken und neue Geschäftsmöglichkeiten entlang der Wertschöpfungskette zu erschliessen.

Nachfragegesteuerte Planung

Vetropack ist ständig bestrebt, die Planung und Verfügbarkeit der Produkte zu optimieren. Durch Nachfrageprognosen stimmt sie alle Prozesse, vom Einkauf der Rohmaterialien über die Produktionsplanung bis zum Versand der fertigen Produkte, bestmöglich aufeinander ab, um so die maximale Auslastung aller Produktionsanlagen zu erreichen. Zu diesem Zweck nutzt die Unternehmensgruppe ein digitales System, das zukünftig die Zusammenführung der Produktionsplanung in einem einzigen gruppenweiten Prozess ermöglicht. Damit sollen Produktionskapazitäten noch effizienter und flexibler genutzt werden können.

Effiziente Produktion

Um eine kostenoptimierte und energieeffiziente Produktion zu erreichen, investiert Vetropack kontinuierlich in effizientere, flexiblere Produktionslinien. Dies erlaubt es, auch kleinere Losgrössen und verschiedene Produktsegmente zu verarbeiten und damit besser auf die saisonale Spitzennachfrage im Getränkemarkt zu reagieren. Im Rahmen ihrer Digitalisierungs-Roadmap nutzt Vetropack die Möglichkeiten der Automatisierung gezielt, um repetitive Abläufe in der Produktion und Administration zu vereinfachen. Darüber hinaus stellt die Unternehmensgruppe mit umfangreichen Investitionen in die Produktionsanlagen und die Logistik sicher, dass der Energieverbrauch und die damit verbundenen CO2-Emissionen reduziert werden. Im Rahmen der Strategie

2030 wurde die Reduktion der Treibhausgasemissionen pro produzierter Tonne Glas um 30 Prozent gegenüber 2019 als wichtiges Ziel festgelegt.

[Story «Effizienzsteigerungen und Kosteneinsparungen»](#)



Kreislaufwirtschaft («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, führt das Unternehmen heute in allen Ländern, in denen es Glaswerke betreibt, Altglas der Wiederverwertung zu. 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 hergestellt und deshalb noch handlicher sind. Vetropack hat sich im Rahmen der Strategie 2030 das Ziel gesetzt, bis 2030 in der Produktion gruppenweit einen Scherbenanteil von mindestens 70 Prozent zu erreichen.

[Story «Vetropack Improved Performance Glass geht in die nächste Phase»](#)



Generierte Werte

Kunden

Die Kunden der Vetropack-Gruppe können auf einen erfahrenen Partner mit starker Marktposition zählen, der über 2500 verschiedene Glasverpackungen und umfassenden Service bietet. 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 Vetropack Kunden dabei, ihre 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](#)



[Neue Designs](#)



Anteilseigner

Durch eine langfristig ausgerichtete Unternehmensstrategie und kontinuierliche Investitionen in die Produktionsstätten und Recyclingsysteme generiert die Vetropack-Gruppe ein solides und profitables Wachstum. So ist das Unternehmen seit Jahren in der Lage, seinen Anteilseignern Dividenden auszuzahlen.

[Performance Review: Finanzen](#)



Partner in der Wertschöpfungskette

Die Vetropack-Gruppe legt Wert auf einen partnerschaftlichen Umgang mit ihren Stakeholdern. Insbesondere die Stärkung der Beziehungen mit strategisch wichtigen Lieferanten hat einen hohen Stellenwert. Vetropack-Partner profitieren von langfristigen Geschäftsbeziehungen sowie 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 und die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeitenden aktiv fördert. Mitarbeitende profitieren ausserdem von vielfältigen Möglichkeiten zur beruflichen Entwicklung. Das stärkt ihre Bindung an das Unternehmen. Viele Mitarbeitende schätzen es, für ein nachhaltiges Unternehmen zu arbeiten, mit dessen Produkten sie sich identifizieren können.

Performance Review: Mitarbeitende



Umwelt

Die Investitionen in moderne Produktionsanlagen und Logistik sorgen für Effizienzgewinne, die nicht zuletzt der Umwelt zugutekommen, denn mit der Reduktion des Energieverbrauchs sinken auch die CO2-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

| **Die Zukunft in Angriff
nehmen**

2019 setzte Vetropack einen umfassenden strategischen Transformationsprozess in Gang. Er verfolgt zwei Ziele: Zum einen werden im bestehenden Business zusätzliche Wachstumspotenziale erschlossen, zum anderen neue Geschäftsmodelle entwickelt, um das Unternehmen langfristig als starken Marktplayer zu positionieren und die Glasindustrie massgeblich mitzugestalten.

2020 definierte Vetropack einen Prozess, der die Transformation des Unternehmens in Richtung 2030 begleitet. So wurden für alle fünf Stossrichtungen konkrete Projekte definiert, gemäss den vorhandenen Ressourcen priorisiert und mit klaren Verantwortlichkeiten, Zeitplänen und Messgrössen zur Überprüfung des Fortschritts hinterlegt.

Als wichtigste Kennzahl zur Überprüfung der Geschäftsentwicklung unter der neuen Strategie nutzt Vetropack die Gesamtkapitalrendite (Return on Operating Capital Employed [ROOCE]). Der Fokus auf die nachhaltige Optimierung aller eingesetzten Mittel wird dazu beitragen, den «group first»-Gedanken zu stärken.

Die neue Strategie hat sich in den Krisenjahren 2020 und 2021 bewährt. Es hat sich gezeigt, dass die Vetropack-Gruppe nicht nur ein resilientes Geschäftsmodell besitzt, sondern auch über die richtige Kultur verfügt, um in Krisenzeiten gleichzeitig flexibel und dennoch überlegt zu agieren. Dazu gehört auch, dass die Organisation des gesamten Unternehmens schrittweise so optimiert wird, dass sie die Strategie bestmöglich unterstützt. Auch die strategischen Stossrichtungen werden laufend kritisch geprüft. So haben unlängst die Ereignisse und gesellschaftlichen Diskussionen Verwaltungsrat und Gruppenleitung dazu veranlasst, einer umfassend verstandenen Nachhaltigkeit unter dem Stichwort «clearly sustainable» innerhalb der fünf strategischen Stossrichtungen eine übergeordnete Rolle zu geben.

Mit fünf strategischen Stossrichtungen zum Erfolg

Aus dem Strategieprozess leitete Vetropack 2019 fünf strategische Richtungen ab, die die Weiterentwicklung des Unternehmens in den nächsten zehn Jahren prägen sollen:

- Clearly Sustainable
- Expand the Core
- Value Growth
- Drive Innovation
- Leader in Quality



«Clearly Sustainable» (selbstverständlich nachhaltig)

Ökologie spielt gerade in einer energieintensiven Branche wie der Glasindustrie eine zentrale Rolle. Deshalb möchte Vetropack den grünen Wandel in der Glasindustrie als Vorreiter entscheidend mitprägen. Dabei verfolgt das Unternehmen einen ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz, der sich auf zwei Hauptinitiativen stützt:

- die kontinuierliche Verringerung des ökologischen Fussabdrucks bei allen Geschäftsaktivitäten und
- die Verbesserung des Recyclings in der Wertschöpfungskette.

Recycling steht in der Priorisierung der strategischen Projekte weit oben. Das Unternehmen setzt sich zum Ziel, bis 2030 in der Produktion über die ganze Gruppe hinweg einen Scherbenanteil (d.h. Altglas) von 70 Prozent zu erreichen. Auch durch die Modernisierung der Schmelzwannen können die Treibhausgasemissionen kontinuierlich gesenkt werden. Die wichtigste Umweltkennzahl ist deshalb die CO2-Emission pro Tonne produzierten Glases. Diese soll bis 2030 gegenüber 2019 um 30 Prozent reduziert werden. Bereits 2025 soll nur noch grüner Strom eingesetzt werden.

Zudem möchte Vetropack ihre Logistik bis 2030 klimaneutral gestalten. Um dieses Ziel zu erreichen, sind vor allem Investitionen in die Optimierung der Lieferkette sowie in die Umstellung der Fahrzeuge und Staplerflotte auf alternative Antriebe notwendig.

Performance Review: Umwelt



Story «Klimaneutralität bedingt Zusammenarbeit»



«Expand the Core» (den Kern erweitern)

Vetropack baut ihre Strategie darauf auf, in den Heimatmärkten ihrer Gruppengesellschaften die dominanten Marktpositionen weiter zu stärken. Zudem strebt Vetropack eine Expansion in ausgewählte Märkte an – primär durch Akquisitionen.

Mit der Übernahme eines Glaswerks in der Republik Moldau hat Vetropack Ende 2020 einen Schritt zur Stärkung ihres Mittel- und Osteuropageschäfts unternommen.



«Value Growth» (Wertzuwachs)

Vetropack erweitert ihre Tätigkeitsfelder durch den Einstieg in neue Geschäftssparten entlang der Wertschöpfungskette von Glasverpackungen und unterstützt ihre Kunden von der Produktidee bis zur Abfüllung des Produkts. Dabei setzt das Unternehmen auf neue Dienstleistungen, die die bestehenden Kompetenzen auf logische Weise erweitern und es dem Unternehmen erlauben, Kundenbeziehungen weiter zu stärken. Dazu gehören auch individualisierte und optimierte Verpackungslösungen sowie umfassende technische Beratung, um bestehende Prozesse vor Ort zu verbessern. Systemübergreifende Anbindungen von IT-Lösungen tragen ebenfalls zum wertmäßigen zukünftigen Wachstum bei und werden konsequent ausgebaut.



«Drive Innovation» (Innovation vorantreiben)

Vetropack möchte zu einem Trendsetter in der Glasverpackungsindustrie werden und treibt deshalb Innovationen proaktiv voran. Dies betrifft unter anderem Prozess-, Produkt- und Marktinovationen sowie völlig neue Geschäftsmodelle.

Der im Berichtsjahr neu organisierte Bereich Technologie und Produktion soll ein zentraler Innovationstreiber in der Vetropack-Gruppe sein – unter anderem über das 2020 gegründete und im Berichtsjahr in Betrieb genommene Innovationszentrum am Standort Pöchlarn in Österreich.

Performance Review: Innovationsstrategie und -portfolio



«Leader in Quality» (führend in Qualität)

Vetropack richtet alle Aktivitäten so aus, dass die Strategie auf Gruppenebene optimal unterstützt wird. Dies umfasst neben einem ganzheitlichen «Operational Excellence»-Ansatz auch abgestimmte Strukturen und Prozesse in den Bereichen Vertrieb sowie Technologie und Produktion. Zudem sollen die Chancen der Digitalisierung gruppenweit besser genutzt und Vetropack als «Employer of Choice» positioniert werden.

Performance Review: Produktion und Produkte



Geschäftsmodell



Vetropack möchte die Chancen der Digitalisierung in allen Unternehmensbereichen stärker nutzen und entwickelte bereits 2019 eine Digitalisierungs-Roadmap. 2020 wurde die Migration des SAP-Systems auf die neuste Technologie vollzogen. Auf dieser Grundlage wurden verschiedene Prozesse digitalisiert und zentralisiert, beispielsweise der Einkauf und die Produktionsplanung.

Performance Review: Digitalisierung und Automatisierung



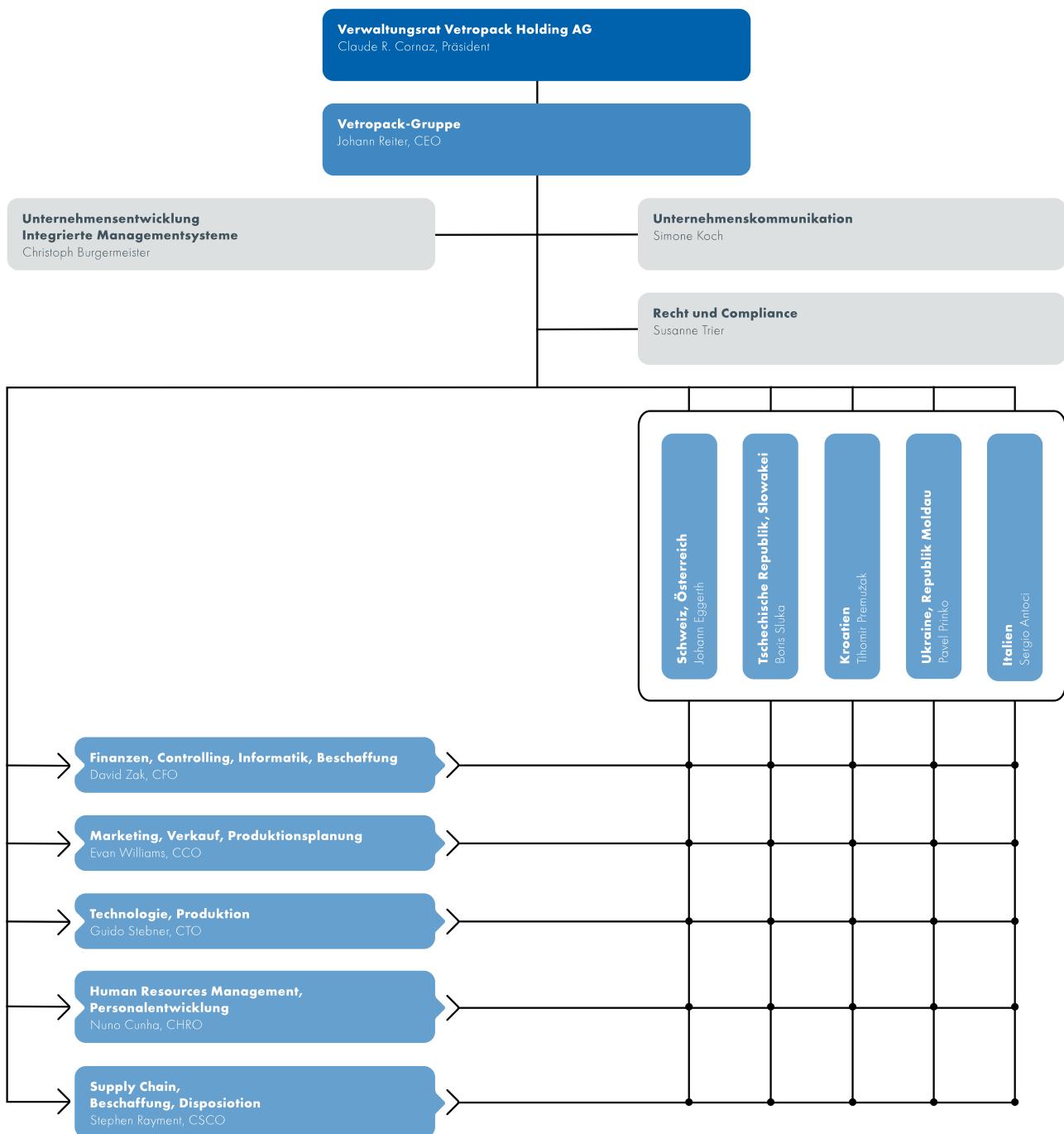
Im Berichtsjahr trieb Vetropack ihre «Employer of Choice»-Strategie weiter voran. Die Bemühungen trugen durch die Zertifizierung des Standorts Bülach als «Great Place to Work®» und die Auszeichnung des internen Weiterbildungsprogramms Vetrocademy durch die Merit Leadership Community erste sichtbare Früchte.

Performance Review: Mitarbeitende



| Führungsstruktur





Organisation

per 1. Januar 2022

Gruppenleitung

Johann Reiter, CEO

David Zak, CFO

Nuno Cunha, CHRO

Johann Eggerth, Leiter Geschäftsbereich Schweiz/Österreich

Stephen Rayment, CSCO

Guido Stebner, CTO

Evan Williams, CCO

Finanzen, Controlling, IT und Beschaffung

David Zak

– Shared Service Center Switzerland Christian Trösch

– Group Controlling und Accounting Adriano Melchiorotto

– IT Georg Oberdammer

Verkauf, Marketing und Produktionsplanung

Evan Williams

– Technischer Kundendienst Christoph Böwing

– Commercial Excellence Armelle Dupont

Human Resources

Nuno Cunha

– Talent Akquisition Maja Darija Skrljak

– Bildung und Entwicklung Keiko Seki von Allmen

– Talentmanagement Panagiota Katiniou

Technologie und Produktion

Guido Stebner

– Performance Dubravko Stuhne

– Technologie und Projekte Nick Giannoulas

– Innovation Guido Stebner a.i.

Supply Chain, Beschaffung und Disposition

Stephen Rayment

– Beschaffung Ulrich Ruberg

Unternehmensentwicklung Integrierte Managementsysteme

Christoph Burgermeister

– Integriertes Management Claire Faessel a.i.

– Qualitätsmanagement Andrea Steinlein

– Arbeitssicherheit Nenod Horvath

Unternehmenskommunikation

Simone Koch

Recht und Compliance

Susanne Trier

Schweiz/Österreich

Johann Eggerth

Marketing + Verkauf

Herbert Kühberger

– Schweiz Christine Arnet

– Österreich Herbert Kühberger

– Export Westeuropa Leopold Siegel

Finanzen + Human Resources

Bernhard Karrer

– Human Resources Sabine Hameter-Weber

Supply Chain

Werner Schaumberger

Produktion

– Werk St-Prex Philippe Clerc

– Werk Pöchlarn Gerd Buchmayer

– Werk Kremsmünster Thomas Poxleitner

Integriertes Managementsystem

Werk St-Prex Renaud Roquigny

Werk Pöchlarn und Kremsmünster Hannes Fasshuber

Tschechische Republik/Slowakei		
Boris Sluka		
Verkauf + Marketing	Dana Švejcarová	Oleksandr Bondarenko
- Tschechische Republik	Dana Švejcarová	Boris Crivoi
- Slowakei	Zuzana Hudecová	Serhii Kazhan
- Export Osteuropa	Vlastimil Ostrezi	Serhii Kazhan
Supply Chain	Jaroslav Mikliš	Igor Hincu
Engineering	Miroslav Šebík	Andriy Keranchuk
Integriertes Managementsystem	Aleš Habán	Andriy Keranchuk
Werk Kyjov		Larisa Harabagiu
- Produktion	Antonín Pres	Pavel Prinko a.i.
- Finanzen + Human Resources	Milan Kucharčík	
Werk Nemšová		
- Produktion	Roman Fait	Hennadiy Arsiriy
- Finanzen + Human Resources	Eva Vanková	Roman Yatsuk
Kroatien		
Tihomir Premužak		Mikola Marchenko
Marketing + Verkauf	Darko Šlogar	
Finanzen	Marija Špiljak	Oleg Garscea
Supply Chain	Robert Vražić	Igor Volcanov
Human Resources	Damir Gorup	
Produktion	Božo Hršak	
Engineering	Velimir Mrkus	
Integriertes Managementsystem	Anica Hriberski-Leskovar	
Ukraine/Republik Moldau		
Pavel Prinko		
- Ukraine	Pavel Prinko	
- Republik Moldau	Oleg Baban	
Finanzen	Oleksandr Bondarenko	
Ukraine		
- Ukraine	Pavel Prinko	
- Republik Moldau	Oleg Baban	
Finanzen	Oleksandr Bondarenko	
Ukraine		
- Ukraine	Pavel Prinko	
- Republik Moldau	Oleg Baban	
Finanzen	Oleksandr Bondarenko	
Supply Chain		
- Ukraine		
- Republik Moldau		
Human Resources		
- Ukraine		
- Republik Moldau		
Integriertes Managementsystem		
Werk Gostomel		
- Verkauf + Marketing		
- Produktion		
- Engineering		
Werk Chișinău		
- Verkauf + Marketing		
- Produktion und Engineering		
Italien		
Sergio Antoci		
Verkauf + Marketing		Francesco Bonazzi
Finanzen		Chiara Garancini
Supply Chain		Luca Marini
Human Resources		Annalisa Girardi
Produktion + Engineering		Giovanni Depoli
Engineering		Alberto Alvisi
Integriertes Management System		Alessandro Canulli
Weitere Gesellschaften		
Müller + Krempel AG		Mark Isler
Vetreal AG		Matthias Bieri



Erfolgsgrundlagen

Wesentliche Themen, Beitrag zu den Sustainable Develop- ment Goals (SDGs) und Performance Review

Bestimmung der wesentlichen finanziellen und nichtfinanziellen Themen

Die Vetropack-Gruppe berichtet für das Geschäftsjahr 2021 zum dritten Mal mit einem Integrierten Geschäftsbericht umfassend über ihre finanzielle und nichtfinanzielle Leistung. Den Fokus der Berichterstattung definierte das Unternehmen 2019 mit einer Wesentlichkeitsanalyse. Dabei evaluierte Vetropack, welche Themen für ihre Stakeholder sowie die Sicherung des kurz-, mittel- und langfristigen Geschäftserfolgs besonders relevant sind. Zusätzlich schätzte das Unternehmen ein, bei welchen Themenbereichen es einen signifikanten Einfluss auf die nachhaltige Entwicklung (wirtschaftlich, sozial und ökologisch) hat.

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

Bei der Bestimmung der wesentlichen Themen nutzte Vetropack, in Anlehnung an die sechs Kapitel des IIRC, die folgenden Dimensionen, um Themen in unterschiedlichen Bereichen zu evaluieren:

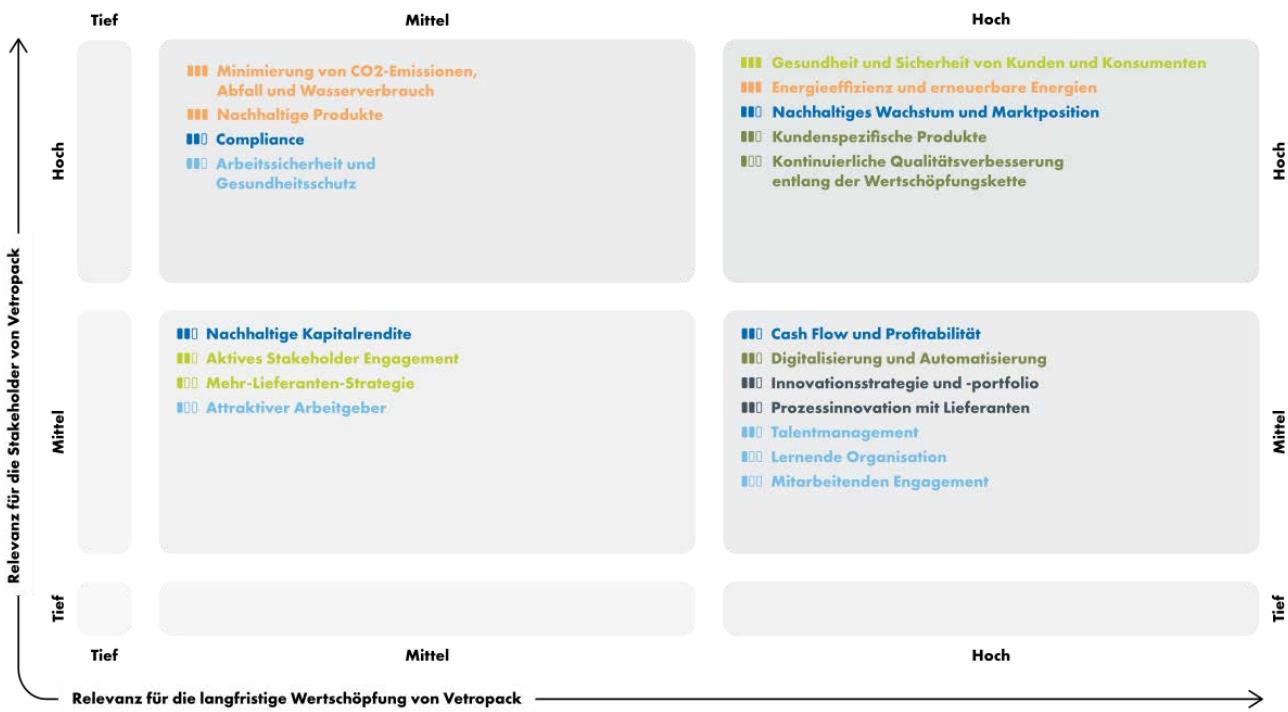
- Kunden und Lieferanten
- Finanzen
- Innovation und geistiges Eigentum
- Produktion und Produkte
- Mitarbeitende
- Umwelt

Die Bewertung der Themen fand 2020 in einem Workshop mit der erweiterten Gruppenleitung und zusätzlichen Themenverantwortlichen aus verschiedenen Bereichen statt. Diese brachten ein vertieftes Verständnis der Anliegen unterschiedlicher Stakeholdergruppen ein. So wurde die externe Perspektive indirekt berücksichtigt. Die Ergebnisse des Workshops wurden vom CEO und externen Spezialisten validiert. Sie werden ausserdem jährlich im Rahmen des Berichterstattungsprozesses überprüft und falls nötig angepasst.

Die resultierenden wesentlichen Themen 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 2021 anhand der oben erwähnten sechs Dimensionen gegliedert.

Diese Seite beinhaltet Informationen zu GRI 102-46 und GRI 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.

Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen

Die 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung - Sustainable Development Goals (SDGs) – der Vereinten Nationen – United Nations (UN) – werden von Vetropack als Bezugssystem genutzt, um die Auswirkungen der eigenen Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft in den Kontext der globalen nachhaltigen Entwicklung einzubetten.

Für Vetropack besitzen vier der total 17 SDGs besondere Relevanz. Hier sieht das Unternehmen die grössten Hebel, einen bedeutenden Beitrag leisten zu können: SDG 9 (Industrie, Innovation und Infrastruktur), SDG 13 (Massnahmen zum Klimaschutz), SDG 12 (verantwortungsvoller Konsum und Produktion) und SDG 5 (Geschlechtergleichheit).



«Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufzubauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen»

Beitrag zum SDG 9

Die strategische Ausrichtung von Vetropack basiert auf den Kernzielen, eine widerstandsfähige Infrastruktur zu schaffen und eine nachhaltige Industrialisierung in den am wenigsten entwickelten Ländern in Europa aufzubauen. Das Investitionsprogramm des Unternehmens wird Prozesse, Anlagen und Technologien auf den neuesten Stand der Technik bringen, um eine nachhaltige Industrialisierung zu unterstützen. Investitionsprojekte in den Regionen werden ein Netzwerk von kleinen Unternehmen rund um das Werk fördern. Alle Werke der Vetropack-Gruppe, ihre Partner entlang der Wertschöpfungskette sowie in ihrem Umfeld werden von den Innovationen und Investitionen der Gruppe in verschiedenen Bereichen profitieren.

Aspekt, auf den Vetropack in besonderem Masse Einfluss hat

- 9.2: «Eine breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und bis 2030 den Anteil der Industrie an der Beschäftigung und am Bruttoinlandsprodukt entsprechend den nationalen Gegebenheiten erheblich steigern. und den Anteil in den am wenigsten entwickelten Ländern verdoppeln.»

Wesentliche Themen

- Innovationsstrategie und -portfolio
- Lernende Organisation

Handlungsfelder und Zielsetzungen

- Investitionen in wenig entwickelte Länder in Europa (z. B. Republik Moldau)
- Einbindung lokaler Zulieferer in die Lieferkette, insbesondere in wenig entwickelten Ländern
- Schaffung eines Innovationszentrums als Mittelpunkt für Innovation und Forschung
- Zusammenarbeit mit Forschungszentren und Branchenteilnehmern, um Innovationen gemeinsam voranzutreiben
- Aufbau einer technischen Gruppenorganisation, die der strategischen Ausrichtung der Gruppe entspricht, um eine optimale Produktionsleistung und Produktqualität gemäss den vordefinierten Standards zu gewährleisten

Fortschritte 2021

- Ausbau des Innovationszentrums am Standort Pöchlarn (AT)

Mehr dazu

Performance Review Innovation und geistiges Eigentum



«Umgehend Massnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen»

Beitrag zum SDG 13

Als global agierendes Industrieunternehmen mit einem bedeutenden Energie- und Ressourcenbedarf besitzt Vetropack einen ökologischen Fussabdruck. Den Schwerpunkt seines ökologischen Engagements legt das Unternehmen auf den Klimaschutz.

Aspekt, auf den Vetropack in besonderem Masse Einfluss hat

– 13.3: «Die Aufklärung und Sensibilisierung sowie die personellen und institutionellen Kapazitäten im Bereich der Abschwächung des Klimawandels, der Klimaanpassung, der Reduzierung der Klimaauswirkungen sowie der Frühwarnung verbessern.»

Wesentliche Themen

- Energieeffizienz und erneuerbare Energien
- Minimierung von CO2-Emissionen, Abfall und Wasserverbrauch

Handlungsfelder und Zielsetzungen

- Reduktion des CO2-Ausstosses um 30 Prozent bis 2030 auf Basis 2019.
- Umstieg auf «Grünen Strom» bis 2025
- Mittelfristig beträchtliche Investitionen, die zur CO2-Reduktion beitragen
- Verstärkte Verlagerung des externen Transports von der Strasse auf die Schiene
- CO2-neutraler interner Transport
- Wasserfussabdruck verringern
- Abfall reduzieren

Fortschritte 2021

- Anschluss der österreichischen Werke an das Energiemanagementsystem
- Einbau einer neuen Schmelzwanne im Werk im kroatischen Hum na Sutli. Der spezifische Energieverbrauch kann so um 15 Prozent gesenkt werden. Zudem resultierte daraus eine entsprechende Reduktion der CO2-Emissionen
- Reduktion des Frischwasserverbrauchs und entsprechender Reduktion der Abwassermenge durch die Umsetzung einer Closed-Loop-Abwasserreinigungsanlage an einem Standort

Mehr dazu

Performance Review Umwelt



Bericht nach den GRI-Standards: Nachhaltige Produkte, Energieeffizienz und erneuerbare Energien, Minimierung von CO2-Emissionen, Abfall und Wasserverbrauch





«Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen»

Beitrag zum SDG 12

Die Weltbevölkerung konsumiert gegenwärtig mehr Ressourcen, als die Ökosysteme bereitstellen können. Neben dem Ressourcenverbrauch stellt der aus dem Konsum resultierende Abfall ein weiteres wichtiges globales Problem dar. Glas besitzt zahlreiche Eigenschaften, die zu einem nachhaltigeren Konsum beitragen können: weniger Ressourcenverbrauch, weniger Lebensmittelverschwendungen und weniger Abfall.

Aspekt, auf den VetroPack in besonderem Masse Einfluss hat

- 12.2: «Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen.»
- 12.5: «Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern.»

Wesentliche Themen

- Nachhaltige Produkte
- Recycling von Altglas

Handlungsfelder und Zielsetzungen

- Verbesserung des Recyclings in der Wertschöpfungskette
- Erhöhung des Scherbenanteils von 53 Prozent auf 70 Prozent

Fortschritte 2021

- Ausarbeiten eines gruppenweiten Recycling-Konzeptes zur Erhöhung des Scherbenanteils, Effizienzsteigerung der Scherbenaufbereitung und Reduktion der Scherbentransportwege

Mehr dazu

- Performance Review Produktion und Produkte →
- Performance Review Kunden und Lieferanten →
- Bericht nach den GRI-Standards: Nachhaltige Produkte, Energieeffizienz und erneuerbare Energien, Minimierung von CO2-Emissionen, Abfall und Wasserverbrauch →



«Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen»

Beitrag zum SDG 5

Als Unternehmen, das sich zu einer umfassend nachhaltigen Geschäftspolitik bekennt, ist die Be seitigung geschlechtsspezifischer Unterschiede Pflicht. Hinzu kommt, dass die Gleichstellung der Geschlechter nachweislich positive Effekte auf wirtschaftlichen Erfolg, Produktivität, Wettbewerbsfähigkeit und Innovationsintensität mit sich bringt. Traditionell sind in der Glasindustrie die Frauen auf allen Hierarchiestufen und in allen Berufsprofilen in der Minderheit. Entsprechend gross schätzt VetroPack das Potenzial ein.

Aspekt, auf den VetroPack in besonderem Masse Einfluss hat

- 5.5: «Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen.»

Wesentliche Themen

- Attraktiver Arbeitgeber

Handlungsfelder und Zielsetzungen

- Identifikation und Beseitigung geschlechterspezifischer Lohngefälle
- Förderung der Ausgewogenheit von Frauen und Männern in Entscheidungsprozessen
- Mindestens 20 Prozent mehr Frauen in Entscheidungspositionen bis 2030
- Anstieg des Frauenanteils in Vetropacks Talentspool um 40 Prozent bis 2030
- Arbeitsumfeld schaffen, das eine Kultur der Vielfalt auf allen Ebenen befördert

Fortschritte 2021

- Ernennung von drei neuen weiblichen Führungskräften für die Leitung von Konzernfunktionen
- Überprüfung von Einstellungs- und Beförderungsverfahren, um eine objektive Entscheidungsfindung zu gewährleisten und die geschlechtsspezifische Differenzierung bei wichtigen Auswahlverfahren zu minimieren
- Schulung aller Personalmanager hinsichtlich der Bedeutung von Vielfalt in der Belegschaft, um das Bewusstsein für dieses wichtige Thema sicherzustellen

Mehr dazu

Performance Review Mitarbeitende



Kunden und Lieferanten

Aktives Stakeholder-Engagement

Eine offene Kommunikation und proaktive Zusammenarbeit helfen Vetropack, die Bedürfnisse von Kunden und anderen Stakeholdern zu antizipieren, Geschäftsmöglichkeiten zu nutzen und sich so Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. Zu den zentralen Anspruchsgruppen, welche die Geschäftstätigkeit von Vetropack beeinflussen oder davon betroffen sind, zählen Investoren, Kunden, Lieferanten, Mitarbeitende und deren Vertreter sowie die Gesellschaft im Allgemeinen, einschliesslich Aufsichtsbehörden, Gesetzgeber, Wirtschaftsverbände und Nichtregierungsorganisationen (NGOs).

Im Berichtsjahr war die Kommunikation mit allen Stakeholdergruppen aufgrund der COVID-Krise besonders wichtig, auch wenn die Massnahmen zur Bekämpfung der Pandemie die Möglichkeiten stark einschränkten. Erschwert wurde die Planung der Stakeholderkommunikation durch die latente Unsicherheit bezüglich der Entwicklung der staatlichen Massnahmen. Analog zum Vorjahr war der direkte Austausch mit Kunden und Lieferanten im Rahmen von grossen Messen kaum möglich. Viele Veranstaltungen fielen aus oder Vetropack entschied, aus Sicherheitsgründen nicht teilzunehmen. Dies konnte Vetropack durch regelmässigen virtuellen Kontakt mit Kunden und Lieferanten ausgleichen. Auch mit den Investoren wurde im Berichtsjahr auf diese Weise ein sehr intensiver Kontakt gepflegt. Aufgrund der ab der zweiten Jahreshälfte gelockerten Massnahmen nutzte Vetropack aber auch die Chance, ihre Investoren im Rahmen eines physischen Meetings persönlich zu treffen.

Generell stellt die Tatsache, dass sich im Zuge der Pandemie virtuelle Meetings als Kompromiss zwischen E-Mails, Telefonaten und persönlichen Treffen etablieren konnten, aus der Sicht der global agierenden Vetropack-Gruppe jedoch einen Gewinn dar.

Weitere Informationen zum Stakeholder-Engagement finden Sie in den folgenden Berichtskapiteln:

- Austausch mit Mitarbeitenden: Performance Review Mitarbeitenden-Engagement
- Zusammenarbeit mit Lieferanten: Mehr-Lieferanten-Strategie und Performance Review Prozessinnovation mit Lieferanten
- Kundenbeziehungen: Performance Review Kundenspezifische Produkte
- Austausch mit weiteren Interessengruppen: Nachhaltigkeitsbericht - Aktives Stakeholder-Engagement

Mehr-Lieferanten-Strategie

Vetropack verfolgt eine Mehr-Lieferanten-Strategie, um einen reibungslosen Produktionsprozess zu gewährleisten. Die Strategie sichert die Versorgung mit Rohstoffen und Anlagen und minimiert Risiken in der Lieferkette, wie beispielsweise unverhältnismässige Abhängigkeiten. Ziel ist es, Versorgungs- und Vorkostenrisiken zu minimieren und Alternativen aufzubauen, um so die Verhandlungsposition von Vetropack zu stärken. Der Nutzen dieses Ansatzes zeigte sich auch im zweiten Pandemiejahr. Während 2020 von Einschränkungen in der Arbeitsfreiheit und grossen Herausforderungen in der Logistik geprägt war, sah sich Vetropack im Berichtsjahr mit einer hohen Nachfrage auf der einen Seite sowie steigenden Kosten und knappen Gütern auf der anderen Seite konfrontiert. Dank des proaktiven und sich auf mehrere Partner stützenden Lieferantenmanagements besitzt Vetropack jedoch auch in anspruchsvollen Beschaffungssituationen ausreichend Flexibilität und Handlungsspielraum.

Vetropack nutzte das Berichtsjahr und seine neuen Herausforderungen auch, um an ihren Lieferantenbeziehungen zu arbeiten – mit einem besonderen Fokus auf die Verbindlichkeiten. Damit reagierte das Unternehmen auf den Trend zur Konsolidierung und Konzentration in der Lieferkette, insbesondere bei den Anbietern von Anlagen, und auf die sich erholende Nachfrage nach Produktionsausrüstungen in der Glasverpackungsindustrie verstärkt im vierten Quartal des Berichtsjahrs. Lieferanten müssen den Vorgaben des Lieferantenkodexes entsprechen. In speziellen Fällen mit hohem Risiko wird im Lieferantenkodex eine spezifische Klausel zu Anforderungen hinsichtlich Umweltschutz und Einhaltung der Menschenrechte vermerkt. Alle Lieferanten haben den Verhaltenskodex für Lieferanten unterzeichnet oder verfügen nachweislich über einen mindestens gleichwertigen eigenen Verhaltenskodex. Bei relevanten Gütern oder Dienstleistungen sind zudem Klauseln zu Umweltschutz, Arbeitsbedingungen und Einhaltung Menschenrechte explizit im Vertrag verankert. Vetropack untersucht ihre Lieferkette auch hinsichtlich Risiken im Bereich Konfliktmineralien, um diese Risiken zu minimieren. Für ausgesuchte Lieferanten werden Vorgaben für eine Einhaltung der Vorgaben zum Umgang mit Konfliktmineralien umgesetzt.

Mittel- und langfristig baut die Vetropack-Gruppe auf die noch engere und verbindlichere Zusammenarbeit mit Lieferanten, die möglichst umweltschonende Erzeugnisse liefern. Mit dieser Stossrichtung verfolgt Vetropack das Ziel, den Einsatz von Primärrohstoffen und fossilen Energieträgern zu verringern. Zudem sollen weniger synthetische Rohstoffe verbraucht werden. Die für das Berichtsjahr geplanten Procurement-Workshops zum Thema «Nachhaltigkeit in der Beschaffung» konnten aufgrund der eingeschränkten Reisemöglichkeiten aufgrund der Corona-Pandemie im Berichtsjahr nicht durchgeführt werden. Sie finden voraussichtlich 2022 statt.

Zukünftig wird das Supply Chain Management der Vetropack-Gruppe zudem von der Ausstattung mit spezialisierten Ressourcen profitieren. Mit der Schaffung der Position eines gruppenweit agierenden Chief Supply Chain Officers bekommt dieser Fachbereich eine strategisch höhere Bedeutung. Ziel ist es, mit dieser zentralen Position Entscheide im Sinne der gesamten Unternehmensgruppe zu fördern und die Entscheidungsgeschwindigkeit zu erhöhen. Zudem schafft der «Lead Buyer»-Ansatz Fachwissen und fachliche Tiefe, die auf Werksebene nicht erreicht werden können.

Gesundheit und Sicherheit von Kunden und Konsumenten

Die professionelle Verarbeitung des qualitativ hochwertigen Packstoffs Glas schützt nicht nur die verpackten Getränke und Lebensmittel, sondern auch die Gesundheit der Konsumenten. Qualität und Sicherheit sind essenzielle Faktoren, die bei jeder Produktentwicklung nach klar definierten Kriterien berücksichtigt werden. Das Unternehmen kontrolliert jeden einzelnen Glasbehälter.

Auch 2021 hat Vetropack in die Weiterentwicklung der Qualität ihrer Produkte investiert. Die Arbeitsgruppe Qualitätssicherung trieb die Harmonisierung der Qualitätssicherungsprozesse weiter voran. Ihr Schwerpunkt lag auf einer verbesserten Leistungsfähigkeit der Inspektionstechnik. Als Basis für zukünftige Investitionsentscheide wurde die Leistungsfähigkeit der Prüfgeräte aller Produktionslinien bewertet. Als Folge davon wurde im Werk in Kroatien im Zuge der Installation einer komplett neuen Linie die Prüftechnik auf den neuesten Stand gebracht. In Italien hat man sich für den Ersatz einiger Prüfgeräte entschieden. Weiter arbeitet man an der Vision, die Rückverfolgbarkeit durch die Nutzung von QR-Codes auf ein neues Level zu bringen.

Vetropack hielt die Sicherstellung höchster Qualitätsstandards im Rahmen der neuen Strategie 2030 unter dem Titel «Leader in Quality» als wichtiges Ziel fest. Bestehende Qualitätskennzahlen, wie die Reklamationen pro verkaufte Glasbehälter oder die intern festgestellten kritischen Fehler, werden genutzt, um den Fortschritt zu messen. Diese zentralen Qualitätskennzahlen werden aus Wettbewerbsgründen nicht veröffentlicht.

Performance Review: Kontinuierliche Qualitätsverbesserung entlang der Wertschöpfungskette →

Nachdem die Nachfrage nach Glasverpackungen auf dem europäischen Markt in den vergangenen Jahren kontinuierlich stieg, veränderte die Corona-Pandemie die Nachfrage signifikant. Da in normalen Zeiten rund 20 bis 30 Prozent der Glasverpackungen von Restaurants und Bars an Endkunden verkauft werden («on premise consumption»), führten die pandemiebedingten Lockdowns und die damit verbundene Schliessung der Lokale zu einem zeitlich begrenzten, aber starken Rückgang dieser Nachfrage. Indirekt damit verbunden war in einigen Ländern der Rückgang des Tourismus, der sich ebenfalls negativ auf den Absatz im Gastgewerbe auswirkte. Gleichzeitig wurde die Nachfrage nach glasverpackten Produkten durch den Heimkonsum positiv beeinflusst. Im Zuge der teilweisen Lockerungen der Massnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie schwächte sich diese Entwicklung ab dem ersten Quartal 2021 leicht ab. Allerdings beeinträchtigte die vielerorts ab dem dritten Quartal 2021 geltende COVID-19-Zertifikatspflicht, aber auch die anhaltende Beliebtheit des Home-Office das Verhalten der Konsumentinnen und Konsumenten und insbesondere die Ausser-Haus-Verpflegung spürbar.

Wie im Integrierten Geschäftsbericht vom Vorjahr erwähnt, hatten die Verwerfungen und Unsicherheiten im ersten Pandemiejahr nicht nur negative Auswirkungen. Sie führten auch zu einer positiven Flexibilisierung in der Industrie, da eingefahrene Prozesse und Gewohnheiten hinterfragt und angepasst werden mussten. Von dieser grösseren Flexibilität und Agilität in Denken und Handeln profitierte die Vetropack-Gruppe im zweiten Jahr der Pandemie. Auch hat es sich gelohnt, Investitionen und Projekte zur Weiterentwicklung des Unternehmens trotz pandemiebedingter Unsicherheiten und Zusatzaufwände weiter voran zu treiben. So war man im Berichtsjahr bereit, alle sich bietenden Optionen zu nutzen. Dies zeigt sich in einem erfreulichen Jahresergebnis 2021.

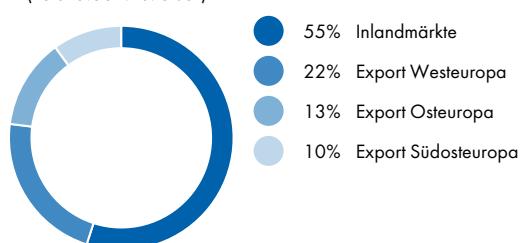
Kennzahlen 2021

		+/-	2021	2020
Nettoerlöse	Mio. CHF	23.2%	816.5	662.6
EBIT	Mio. CHF	7.2%	81.6	76.1
Konzerngewinn	Mio. CHF	- 21.4%	63.8	81.2
Cash Flow*	Mio. CHF	9.1%	154.1	141.2
Investitionen	Mio. CHF	61.7%	119.2	73.7
Produktion	1 000 Tonnen	15.0%	1 629	1 416
Stückabsatz	Mia. Stück	20.9%	5.88	4.86
Exportanteil (Stückbasis)	%	-	45.5	43.1
Mitarbeitende	Anzahl	0.4%	3 896	3 882

* betrieblicher Geldfluss vor Veränderung Nettoumlauvermögen

Verkauf nach Absatzmärkten 2021

(Total 5.88 Mia. Stück)



Grösste Herausforderung im Berichtsjahr und voraussichtlich auch in den kommenden Jahren sind für die Vetropack-Gruppe die steigenden Energiekosten.

Cash Flow, Profitabilität und nachhaltige Kapitalrendite

Das langfristige Wachstum von Vetropack wird grösstenteils aus eigenen Mitteln finanziert. Für Vetropack ist die Rendite auf das eingesetzte Betriebskapital (Return on Operating Capital Employed [ROOCE]) die wichtigste Messgrösse zur Überprüfung der Geschäftsentwicklung. Die Optimierung der eingesetzten Mittel und deren Einfluss auf die Profitabilität wird demnach von Vetropack höher gewichtet als der reine Profit. Der Fokus auf die nachhaltige Steigerung der Rendite auf das Betriebskapital führt dazu, dass Vetropack ganz nach dem «group first»-Gedanken verstärkt als Gruppe handelt und Investitionen mit hohem Synergiepotenzial priorisiert.

Im Jahr 2021 stieg der operative Cash Flow um 9,1 Prozent auf CHF 154,1 Millionen (2020: CHF 141,2 Millionen).

Während Vetropack im ersten Jahr der Pandemie alle nicht essenziellen Investitionsprojekte kurzzeitig gestoppt hatte, um mehr finanziellen Handlungsspielraum zu haben, wurden im Berichtsjahr wieder umfangreiche Investitionen getätigt. Mit rund CHF 130 Millionen lagen die Investitionen 2021 deutlich über denen des von pandemiebedingter Zurückhaltung geprägten Vorjahrs, aber auch über dem langjährigen Durchschnitt von ca. CHF 80 bis 90 Millionen; was jeweils einem Anteil von knapp zehn Prozent des Umsatzes entsprach. Auch für 2022 sind überdurchschnittlich hohe Investitionen geplant.

Die bedeutendsten Investitionsprojekte im Berichtsjahr waren der Baubeginn eines neuen Werks in Italien, die Installation einer komplett neuen Produktionslinie in Kroatien sowie der Einbau einer neuen Produktionslinie und die Erneuerung einer Schmelzwanne im Ende 2020 akquirierten Werk in der Republik Moldau. Diese Projekte erhöhen die Produktionskapazitäten von Vetropack – insgesamt um rund drei Prozent. In Anbetracht der auch im Berichtsjahr pandemiebedingt grossen Unsicherheiten und des moderaten durchschnittlichen Marktwachstums von drei Prozent demonstriert dies eindrücklich, welche mittelfristigen Wachstumserwartungen die Vetropack-Gruppe an sich stellt.

Story «Erneuerung der Weissglas-Linie im Werk Pöchlarn»



Nachhaltiges Wachstum und Marktposition

Die Kundenzufriedenheit ist entscheidend für den kontinuierlichen wirtschaftlichen Erfolg von Vetropack.

In den vergangenen zwei von der Pandemie geprägten Jahren war die Pflege guter Kundenbeziehungen noch wichtiger. Vetropack arbeitete hart daran, flexibel auf die Kundenwünsche nach neuen, den Konsumentenbedürfnissen angepassten Produkten, kürzeren Lieferketten und schnellerer Produktverfügbarkeit zu reagieren. Dass dies erfolgreich gelang, zeigt der deutlich gestiegerte Umsatz. Dies war möglich, weil sich Vetropack auf Märkte im Umfeld der Produktionsstätten konzentrierte und gleichzeitig die Kapazitäten der Gruppe nutzte, um ein breiteres Produktsortiment und Flexibilität in allen Märkten anzubieten.

Ihre Marktposition will die Gruppe auch in Zukunft weiter stärken. Besonders aussichtsreich erscheinen Vetropack Produkte für Mineral- und Softdrinks. Diese Segmente wachsen europaweit überproportional. Weiter steigt das Interesse an Mehrwegglas, das im Gegensatz zu allen anderen Verpackungsmaterialien ohne Qualitätsverlust unendlich oft recycelt werden kann.

Story «Mehrweg-Glasflaschen auf dem Vormarsch»



Die Produktionskapazität wurde im Berichtsjahr durch verschiedene Investitionen gesteigert. Der starke Fokus auf Innovation, gestärkt durch das Bestreben, zum Nachhaltigkeits-Vorreiter in der Branche zu werden, wird dazu beitragen, dass die Gruppe ihre Wachstumsziele erreicht.

Performance Review: Innovation und geistiges Eigentum



Compliance

Ethisches und gesetzeskonformes Verhalten, das unter anderem Bestechung, Korruption und Diskriminierung untersagt, gehört zu Vetropacks Grundprinzipien. Es ist essenziell für das Vertrauen von Kunden, Lieferanten und Behörden. Für Vetropack ist es selbstverständlich, alle anwendbaren Gesetze, Regulatorien und Industriestandards einzuhalten und sofort zu reagieren, sollten Abweichungen festgestellt werden. Die entsprechenden Richtlinien sind im Verhaltenskodex und in der Unternehmensethik festgehalten. Vetropack führt regelmässig Kontrollen durch (z.B. in den Bereichen Accounting und Einkauf), um das Risiko für Korruption und Bestechung zu minimieren. Ausserdem schult das Unternehmen die Mitarbeitenden, um wettbewerbswidrige Handlungen zu vermeiden. Mitarbeitende in Schlüsselpositionen erhalten Leitlinien für den Umgang mit Wettbewerbern und zur Umsetzung der Anti-Korruptions-Richtlinien.

Im Berichtsjahr hat Vetropack die Vorgaben der EU-Richtlinie 2019/1937 zum Schutz von Personen, die Verstösse gegen das Unionsrecht melden («Whistleblower»), fristgerecht umgesetzt.

Der Lieferantenkodex von Vetropack regelt die Einhaltung der Menschenrechte in der Wertschöpfungskette und wird regelmässig im Rahmen von «on-site»-Audits überprüft. Dieser muss zwingend akzeptiert werden. Dadurch ist die Sensibilität für regelkonformes Verhalten tief im Unternehmen verankert. Auf dieser Basis konnte Vetropack über die vergangenen Jahre hinweg eine konstant sehr hohe Compliance erreichen.

Innovation und geistiges Eigentum

Vetropack optimiert das traditionsreiche Handwerk der Glasproduktion laufend. Mit innovativen, qualitativ hochwertigen und umweltfreundlichen Produkten passt sich Vetropack den Erwartungen der Kunden an und positioniert sich damit erfolgreich in ausgewählten Märkten. Im Rahmen der Entwicklung der Strategie 2030 definierte Vetropack das Thema Innovation und Digitalisierung als eine von fünf strategischen Stossrichtungen für die kommenden zehn Jahre.

Innovationsstrategie und -portfolio

Mit der Strategie 2030 unterstreicht Vetropack die hohe Relevanz von Innovation für das Unternehmen. Die offene Innovationsstrategie fokussiert nicht nur auf die Produktentwicklung, sondern zielt auf die ganzheitliche Weiterentwicklung der Behälterglasfertigung entlang der Wertschöpfungskette. Zu diesem Zweck nutzt das Unternehmen neue, digitale Vermarktungs- und Verkaufskanäle, verbessert seine Planungsprozesse und optimiert seine Organisation.

Vetropack möchte Innovation gruppenweit stärker fördern. Durch die im Berichtsjahr erfolgte Neuorganisation des Bereichs Technologie und Produktion wird dieser Absicht Rechnung getragen. Der Bereich soll inskünftig in der Lage sein, nicht nur die Werke zu beraten, sondern die Prozess- und Technologieentwicklung für die gesamte Gruppe zu verantworten.

Zukünftig besteht der Bereich Technologie und Produktion aus drei Organisationseinheiten:

- Der Bereich Performance trägt die Verantwortung für die Produktionsprozesse. Der Fokus liegt auf deren Analyse, der Standardisierung und der stetigen Optimierung der Prozesslandschaft der Vetropack. Werkzeuge zur kontinuierlichen Verbesserung wie Lean oder Six Sigma kommen dabei regelmässig zum Einsatz.
- Der Bereich Technologie hat die technologischen Entwicklungen innerhalb und ausserhalb der Gruppe im Blick. Die eingesetzten Technologien dienen der Umsetzung der Produktionsprozesse innerhalb der gesamten Vetropack Gruppe und haben insbesondere Digitalisierung, Innovation und Nachhaltigkeit im Fokus. Bewährte und bekannte Technologien in diesen Themen werden hinsichtlich ihrer Eignung für Vetropack geprüft und gegebenenfalls ins Unternehmen getragen.
- Das im Jahr 2020 am Standort Pöchlarn in Österreich ins Leben gerufene Innovationszentrum wurde weiter ausgebaut und wird ab Januar 2022 organisatorisch in den Bereich Technologie und Produktion integriert. Die Forschungsschwerpunkte des Innovationszentrums werden auf der Prozess- und Produktentwicklung sowie der Digitalisierung liegen. Hierzu ist ein weiterer Personalaufbau geplant. Aktuelle Projekte bearbeiten z.B. die Möglichkeiten zur CO2-reduzierten Erzeugung von Containerglas, die Entwicklung neuer Prozesstechnologien zur Herstellung von Leichtglasverpackungen sowie die Entwicklung von digitalisierten Glasflaschen, die eine komplett Lebenszyklustransparenz und Rückverfolgbarkeit ermöglichen. Dies ist nicht zuletzt aufgrund des Trends zur Mehrfachverwendung von Glasverpackungen relevant.

Im Berichtsjahr trieb Vetropack die Entwicklung und Kommerzialisierung von Leichtglasverpackungen weiter voran. Das 2019 unter der Bezeichnung VIP Glass (Vetropack Improved Performance) auf den Markt gebrachte Glas, das dank eines speziellen thermischen Härtungsverfahrens besonders stabil ist und so die Produktion von leichteren Behältern ermöglicht, erfreut sich beim Pilotkunden nach wie vor grosser Beliebtheit, sodass die Ausweitung des Sortiments weiter vorangetrieben wird.

[Story «Vetropack Improved Performance Glass geht in die nächste Phase»](#)



Auch im Bereich der Digitalisierung und Automatisierung erzielte das Unternehmen weiter Fortschritte, wobei es zeitweise aufgrund der COVID-Krise zu Verzögerungen kam. Schwerpunkte liegen hierbei auf dem Thema Nachverfolgbarkeit von Einzelflaschen mit Hilfe neuester Laser-technologie und der Verarbeitung der Daten in den entsprechenden Systemen. Zudem beschäftigte sich die Vetropack mit der Einführung eines neuen gruppenweiten MES-Systems. Die mit Hilfe dieses Systems geschaffene, einheitliche Betriebsdatenstruktur wird in Zukunft den Einsatz von «Big Data Tools» oder Künstlicher Intelligenz zur umfangreichen Auswertung von Betriebsdaten ermöglichen. Vetropack erwartet vom Einsatz dieser digitalen Instrumente eine Verbesserung der operativen Performance und eine Steigerung des Qualitätsniveaus. Zu diesem Zweck werden Spezialisten zur Datenanalyse in die Organisation des Bereichs Technologie und Produktion integriert.

Die Einführung eines Energiemanagementsystems in Zusammenarbeit mit Siemens schreitet weiter voran. Nach einem erfolgreichen Pilotprojekt im Werk in Kroatien wurden 2021 die österreichischen Werke datentechnisch an das System angeschlossen. 2022 ist der Anschluss der Werke in der Tschechischen Republik und der Slowakei geplant.

In der Umsetzung der Projekte kam es aufgrund der COVID-Krise zu Verzögerungen, primär aufgrund der eingeschränkten Reisemöglichkeiten sowie der Verfügbarkeit von Personal der in den Projekten eingebundenen Partner.

Performance Review: Digitalisierung und Automatisierung



Prozessinnovation mit Lieferanten

Von der Effizienzsteigerung im Glasproduktionsprozess über Verbesserungen in der Organisation bis hin zur Produktentwicklung – Vetropack setzt in nahezu jedem strategischen Innovationsbereich auf die Zusammenarbeit mit ihren Lieferanten. Deren Streben nach einem höheren Digitalisierungsgrad unterstützt auch entsprechende Prozesse bei Vetropack.

Produktion und Produkte

Kontinuierliche Qualitätsverbesserung entlang der Wertschöpfungskette

Für Vetropack steht die Qualität der Produkte an oberster Stelle. Das Verständnis für Qualität geht jedoch darüber hinaus und umfasst die Optimierung aller Prozesse entlang der Wertschöpfungskette. Dies ist einerseits nötig, um den steigenden Kundenanforderungen gerecht zu werden, andererseits können dadurch Effizienzgewinne erzielt werden. Darüber hinaus wirken sich Verbesserungen in der Qualität auch positiv in den Bereichen Arbeitssicherheit und Umweltbelastung aus. Diese Ambition wird mit der Strategie 2030 unter dem Titel «Leader in Quality» als strategische Stossrichtung verfolgt.

Ein Bestandteil des Qualitätsverständnisses von Vetropack ist das «Lean Management», das Verschwendungen jeglicher Art mittels kontinuierlicher Verbesserung vermeiden soll. Der Rollout des 2020 gestarteten Projekts «Vetropack Production System» (VPPS) wurde im Berichtsjahr weiter vorangetrieben. Aufgrund der Einschränkungen durch die COVID-Krise wurde der Fokus auf das Schaffen grundlegender Strukturen gelegt. In verschiedenen Werken wurden bereits «Lean Engineers» eingestellt. In den kommenden Jahren soll VPPS an allen Standorten schrittweise eingeführt werden. Gleichzeitig soll der Erfahrungsaustausch auf Gruppenebene weiter vorangetrieben werden. Im neu organisierten Bereich Technologie und Produktion werden die Aktivitäten zur kontinuierlichen Verbesserung (z.B. Lean, Six Sigma) auf Gruppenstufe koordiniert. Hierzu wurde im Bereich Performance eine Stelle geschaffen, die eine einheitliche Herangehensweise an Performance-Projekte in der Gruppe sicherstellt. Ein gestärkter Wissensaustausch über die Grenzen der Organisationseinheiten hinaus wird dadurch in Zukunft gewährleistet.

Performance Review: Lernende Organisation



Einige Massnahmen zur Steigerung der Qualität bedingen auch der Unterstützung durch Partner in der Wertschöpfungskette. Beispielsweise die im Berichtsjahr etablierten Standards für Mehrweg-Transporthilfen (Paletten und Zwischenlagen).

Der im Bereich Technologie und Produktion angesiedelte Bereich Performance wird in enger Zusammenarbeit mit der Fachgruppe Quality Assurance – bestehend aus den Qualitätssicherheitsfachleuten aller Werke – die Standardisierung und Vereinheitlichung der Produktions- und Produktionsunterstützungsprozesse vorantreiben. Ziel ist es, in allen wichtigen Produktionsprozessen gruppenweite Prozess- und Qualitätsstandards einzuführen, die eine hohe Produktionsperformance mit höchster Qualität vereinen. Zudem bilden diese Standards die Grundlage für die schnelle Integration neuer Produktionsstandorte in die Vetropack-Gruppe.

Als wichtigste Kennzahlen bei der Qualitätsverbesserung misst Vetropack die Reklamationen pro verkauftes Glasbehälter sowie die intern detektierten kritischen Fehler.

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 und strebt durch Automatisierungslösungen Effizienzgewinne an. Im Rahmen des Strategieprozesses wurde das Thema Digitalisierung und Automatisierung als eine von fünf strategischen Stossrichtungen definiert, die in der nächsten Dekade die Entwicklung des Unternehmens prägen werden.

Digitalisierung findet bei VetroPack in allen Unternehmensbereichen statt, sei es in der Vereinfachung von Administrationsprozessen oder in der Produktion. Deshalb entwickelte VetroPack bereits 2019 eine Digitalisierungs-Roadmap und setzte erste Massnahmen um. Basierend auf dem 2020 eingeführten SAP-System «SAP4Hana» wurde beispielsweise der Digitalisierungsgrad der Einkaufsprozesse weiter erhöht. So erfolgt die Rechnungsstellung («Vendor Invoice Management VIM») heute papierlos.

Nachdem 2020 das Produktionsplanungstool auf das neue SAP-System migriert worden war, folgte im Berichtsjahr in einem zweiten Schritt die Zusammenführung der Produktionsplanung zu einem einzigen gruppenweiten Prozess. So sollen inskünftig Produktionskapazitäten noch effizienter und flexibler genutzt werden können.

Schwerpunkte der Strategie 2030, bei denen Digitalisierung und Automatisierung eine wichtige Rolle spielen, sind unter anderem «Drive Innovation and Digitalisation», «Leader in Quality» und «Operational Excellence». Digitalisierung ist eine Voraussetzung für die Optimierung diverser Prozesse im Vertrieb, während Automatisierung hauptsächlich im Produktionsprozess zur Anwendung kommt. VetroPack hat daher die Kundenbeschwerderate, den Kundenzufriedenheitswert, Produktionsverluste, die intern entdeckten kritischen Fehler sowie die Betriebsunfallrate als relevante Messgrößen festgelegt.

Kundenspezifische Produkte

VetroPack setzt Ideen in Produkte um und garantiert dabei einen hohen Service- und Qualitätsstandard. Damit ist die Gruppe gut gerüstet, um hochwertige, innovative und auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene Glasverpackungen zu liefern. Kurze Kommunikationswege zwischen den Produktionsteams und den Kunden sowie eine hohe Flexibilität in den Produktionsbetrieben erlauben es VetroPack, zeitnah auf Kundenwünsche zu reagieren.

Um ihre Zusammenarbeit mit den Kunden weiter zu professionalisieren und so die Kundenzufriedenheit zu erhöhen, hat sich VetroPack 2021 personell verstärkt. So wurde ein Customer Excellence and Strategic Account Manager rekrutiert, der in Zusammenarbeit mit einem Kernteam aus Verkaufsexperten ein strategisches Programm für Grosskunden entwickeln soll. Weiter wurde das Team in Italien mit einer zusätzlichen Marketingfunktion zur Unterstützung der Marketingaktivitäten der Gruppe und auf lokaler Ebene verstärkt. Und um der Qualitätssicherheit zusätzliche thematische Impulse verleihen zu können, wurde die Position des Group Quality Assurance Managers neu besetzt.

Im Berichtsjahr hat VetroPack ihr Workflow-Tool weiter optimiert, um die gesamten Lieferkette noch stärker auf Innovationen auszurichten.

Für viele Kunden von VetroPack waren die Folgen der COVID-bedingten Einschränkungen einschneidend. Entsprechend lag für VetroPack auch im Berichtsjahr ein Fokus auf neuen Produkten und Verpackungsvarianten, welche die Kunden unter den veränderten Gegebenheiten bestmöglich unterstützen.

Neue Designs



Ein wichtiges Entwicklungsthema ist für Vetropack ihre Technologie zur Herstellung von thermisch gehärteten Mehrweg-Glasflaschen («VIP Glass»). Weitere Felder mit besonderen Wachstumschancen sind einerseits Glasverpackungen für Esswaren und alkoholfreie Getränke sowie andererseits Produkte, welche den verstärkten Nachhaltigkeitstrend aufnehmen. Dabei geht es nicht nur um nachhaltigere Verpackungen, sondern auch um verlässliche Aussagen, um das Informationsbedürfnis verschiedener Anspruchsgruppen zu befriedigen. Hier kann Vetropack ihre Kunden mit fundierten Daten zur Umweltbilanz ihrer Produkte unterstützen.

[Story «Vetropack Improved Performance Glass geht in die nächste Phase»](#)



Im Rahmen der Strategie 2030 definierte Vetropack die Innovationsrate und die Kundenzufriedenheit als Schlüsselindikatoren zur Messung des Fortschritts. Die Innovationsrate wird berechnet, indem die Anzahl neuer Glasbehälter (basierend auf Form, Prozesstechnologie, Größe, Farbe) durch die Gesamtzahl der verkauften Einheiten geteilt wird. Ziel ist es, die Innovationsrate mit der Zeit zu erhöhen. Analog 2020 verblieb die Innovationsrate aufgrund der COVID-Krise und einiger verzögter Produkteinführungen auch 2021 auf dem Niveau von 2019 (auf 5,7 Prozent). Dank der Etablierung des Innovationszentrums dürfte dieser Wert in den nächsten Jahren weiter steigen.

Mitarbeitende

Der langfristige Erfolg von Vetropack ist zu einem grossen Teil den Mitarbeitenden zu verdanken. Deshalb hat das Unternehmen im Rahmen seiner neuen Strategie die Ambition definiert, ein «Employer of Choice» zu werden. Vetropack möchte auch ausserhalb der unmittelbaren Reichweite als erstklassige Marke auf dem Arbeitsmarkt bekannt sein. Erreichen will das Unternehmen dieses Ziel durch Investitionen in die Weiterentwicklung des Personalmanagements, in die Gewinnung neuer Talente und in die kontinuierliche Förderung der Mitarbeitenden-Entwicklung und des Mitarbeitenden-Engagements in der Form einer «lernenden Organisation».

Kurzfristige Resilienz

Viele der geplanten Projekte und Massnahmen zur Stärkung der Unternehmensgruppe als Arbeitgeberin wurden durch die COVID-19-Krise beeinträchtigt. So musste die Priorisierung von Projekten angepasst werden und Ressourcen konnten aufgrund geltender Auflagen zur Bekämpfung der Pandemie nicht genutzt werden. Denn ausser Frage stand die vergangenen zwei Jahre für Vetropack vor allem: Der Schutz der Gesundheit der Mitarbeitenden und die Aufrechterhaltung der Produktion besitzen allerhöchste Priorität. Dementsprechend steht es für das Unternehmen im Rückblick auf das Berichtsjahr auch im Zentrum, dass die Mitarbeitenden trotz durchgängiger Produktion an allen Standorten umfassend geschützt werden konnten.

Im Rahmen der strategischen Stossrichtung «Employer of Choice» hatte sich Vetropack 2019 zum Ziel gesetzt, im Personalwesen gruppenweit einheitliche und systematische Prozesse einzuführen. Deshalb implementierte Vetropack 2020 «SuccessFactors», die Personalmanagementlösung von SAP. Im Berichtsjahr wurde dann insbesondere an der Qualität der HR-Daten gearbeitet – beispielsweise mit der Einführung einheitlicher Stellenbezeichnungen an allen Standorten.

Rekrutierung, Entwicklung und Bindung von Talenten

Vetropack hat sich als guter Arbeitgeber bewährt. In Verbindung mit dem hohen Bekanntheitsgrad der Marke ist es dem Unternehmen trotz des harten Wettbewerbs um qualifiziertes Personal gelungen, Talente zu gewinnen und zu halten.

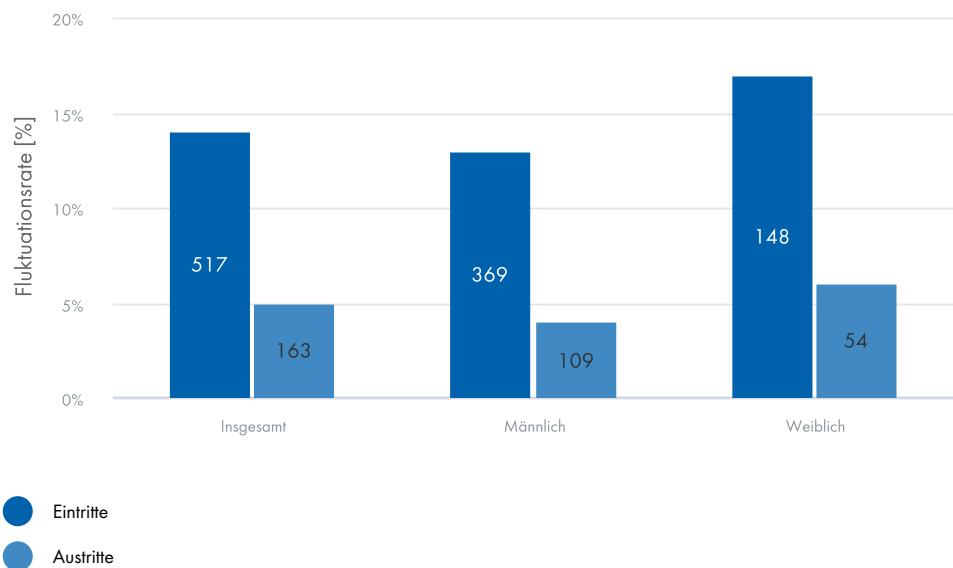
2021 wurden diverse Massnahmen ergriffen, um Verbesserungen in folgenden wesentlichen Bereichen zu erzielen:

- Durch die Einführung der drei zentralen strategischen Gruppenfunktionen «Talentgewinnung», «Weiterbildung & Entwicklung» und «Talentmanagement» wird diesen wesentlichen Themen mehr Gewicht verliehen.
- Nachdem das «SuccessFactors»-Modul Recruiting 2020 für die gesamte Vetropack-Gruppe eingeführt worden war, setzte die Personalabteilung des Unternehmens die Standardisierung des Rekrutierungsprozesses 2021 fort. Dank eines koordinierten Vorgehens ist Vetropack nun noch besser in der Lage, Talente zu gewinnen und an allen Standorten zu rekrutieren. Der Fokus bei der Talentgewinnung liegt auch weiterhin auf dem Aufbau eines starken externen und internen Talent-Pools, aus dem heraus Schlüsselpositionen schnell besetzt werden können. Die Akquisition von Talenten ist dabei über direkte interne und externe Kanäle möglich. Vetropack ist es 2021 auch gelungen, die Anzahl der Follower seines Unternehmensprofils bei LinkedIn zu verdreifachen und so einen wesentlichen Beitrag zum positiven Image des Unternehmens in der Öffentlichkeit zu leisten. Vetropack-Geschichten zu teilen und die Arbeitgebermarke zu stärken, gehört zu den höchsten Prioritäten des Unternehmens.
- Im Zuge des kontinuierlichen Engagements zur Weiterentwicklung der Mitarbeitenden hat Vetropack einen neuen gruppenweiten Prozess eingeführt: das Talentsichtungs- und Organisationsüberprüfungsprogramm (TOR). Dieser neue Bewertungsprozess soll dabei helfen, ehrgeizige Mitarbeitende auszumachen, die bestrebt und bereit sind, sich persönlich weiterzuentwickeln. Der jährlich durchgeführte TOR-Prozess, der sich auf die drei obersten Organisationsstufen des Unternehmens konzentriert, setzt sich aus zwei Teilen zusammen:
 1. Bei der Talentsichtung werden Mitarbeitende identifiziert, die über Führungspotenzial verfügen oder einzigartige Expertise besitzen, um die Strategie des Unternehmens zu unterstützen. Um die Entwicklung dieser künftigen Führungskräfte zu beschleunigen und sie besser für die Zukunft zu wappnen, hat Vetropack ein Rahmenprogramm entwickelt, das allen Teilnehmenden die Chance bietet, die eigene Karriere voranzutreiben und ihnen dafür nötige Tools, Unterstützung und Förderung zur Verfügung stellt.
 2. Bei der Organisationsüberprüfung geht es darum, das Unternehmen in Bezug auf die Nachfolgeplanung und die Erkennung von Talentbedarf und Weiterentwicklungschancen zu bewerten. Ein Bestandteil dieses Prozesses ist die kontinuierliche Bewertung der erfolgskritischen Positionen innerhalb der Gruppe und die Berücksichtigung von HR-Talentdaten-Trends, auf deren Grundlage die Gruppe ihre Strategie ausrichtet und Initiativen auflegt.

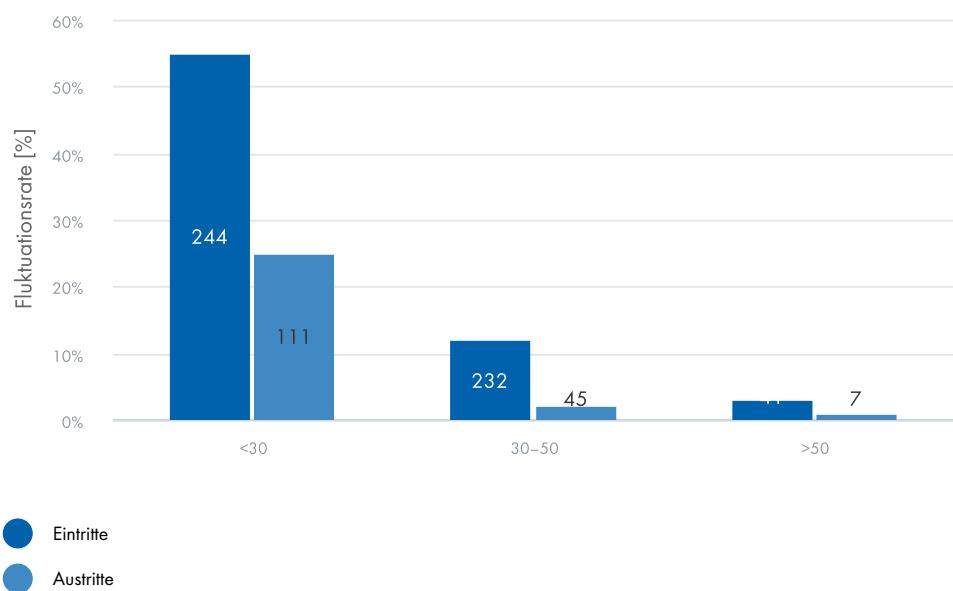
Zur Professionalisierung der Personalarbeit trägt aus Sicht von Vetropack auch eine Quantifizierung bei. Deshalb wird das Unternehmen den Erfolg des Ansatzes zur Gewinnung und Bindung von Talenten mittels Leistungskennzahlen (KPIs) wie Personalfluktuation, Talentbindungsrate, Weiterbildungskosten, dem Prozentsatz intern besetzter Führungspositionen und interner Beförderungsquote inskünftig gezielt bewerten.

Vollständige HR-KPIs werden ab 2022 zur Verfügung stehen. Bereits für das Berichtsjahr lassen sich jedoch zählbare Erfolge nachweisen. So konnten nicht weniger als drei Schlüsselpositionen in Konzernfunktionen ohne externe Unterstützung besetzt werden.

Fluktuation nach Geschlecht (Raten und absolute Zahlen)



Fluktuation nach Altersgruppe (Raten und absolute Zahlen)



Mitarbeitenden-Engagement

Vetropack setzt auf einen kontinuierlichen Austausch mit ihren Mitarbeitenden. Im Dreijahresturnus führt das Unternehmen eine breit angelegte Befragung der Mitarbeitenden durch – das nächste Mal 2022. Auch zwischen den umfassenden Umfragen ist es Vetropack ein Anliegen, mit den Mitarbeitenden vernetzt zu sein und deren Verbindung zu stärken. Unterstützt werden diese Bestrebungen zunehmend durch neue Technologien. Ein Beispiel ist die 2020 eingeführte digitale Arbeitsplatz-App «Beekeeper», welche die interne Kommunikation und Zusammenarbeit erleichtert – was auch im Berichtsjahr aufgrund der eingeschränkten Möglichkeiten des persönlichen Kontakts von grosser Wichtigkeit war.

Diese kontinuierliche Arbeit an der positiven Arbeitsplatzkultur lohnt sich. Der Standort Bülach konnte sich nach der «Great Place to Work®»-Zertifizierung 2020 im Berichtsjahr unter den «Top-10» der «Medium Best Workplaces™ Schweiz» einreihen. Besonders hohe Werte erreichte Vetropack beim fairen Umgang – unabhängig von Alter, Nationalität oder ethnischer Herkunft – und bei der Arbeitsatmosphäre. Zudem sind 92 Prozent der Mitarbeitenden stolz, für Vetropack zu arbeiten.

Diese Auszeichnung sieht Vetropack als Grundstein für die weitere Steigerung der Arbeitsplatzqualität an allen Standorten. Deshalb stellt der «Vertrauensindex» von «Great Place to Work®» einen der wichtigsten KPI dar und ist Bestandteil der von Vetropack für die Strategie 2030 entwickelten Scorecard.

Lernende Organisation

Die Glasverpackungsbranche ist schnelllebig und Talente sind knapp. Deshalb sind für Vetropack hochqualifizierte Mitarbeitende und deren kontinuierliche Weiterentwicklung entscheidend, um die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Die Abteilung Corporate Human Resources schafft die Rahmenbedingungen für eine lernende Organisation und verankert eine Mentalität des kontinuierlichen Lernens im Unternehmen. Vetropack verfolgt einen integrierten Lernansatz, der Präsenzveranstaltungen, virtuelle Schulungen und Onboarding-Programme kombiniert.

Vetropack bietet eine umfassende Lerninfrastruktur, die die Entwicklung von Hard und Soft Skills fördert. Einerseits stellt das firmeneigene technische Ausbildungszentrum in Pöchlarn, Österreich, sicher, dass wertvolles Know-how an die nächste Generation von Glasmachern weitergegeben wird. Der Schwerpunkt liegt hier auf den Hard Skills in den Glasproduktionsprozessen. Andererseits konzentriert sich die neu entwickelte «Vetrocademy», eine berufliche Entwicklungsplattform, auf die Förderung kritischer zentraler und strategischer Kompetenzen für bestimmte Zielpersonen, die entscheidende Posten für den langfristigen Erfolg von Vetropack bekleiden. Das erste «Vetrocademy»-Programm richtet sich an alle Führungspersonen im Personalmanagement bei Vetropack und umfasst einen breit gefächerten Lehrplan zu Strategie, Markttrends, Änderungswesen, Führungsmanagement und Unternehmensführung. Die erste Säule der «Vetrocademy» wurde 2020 entwickelt und 2021 lanciert. Mehr als 400 Führungskräfte der Vetropack-Gruppe werden das Programm absolvieren, das je nach Funktion und Stufe zwischen 18 und 24 Monaten dauern wird. Im Jahr 2021 hat Vetropack 4701 Arbeitsstunden in das Programm investiert, das sich an 167 Führungskräfte in sieben Ländern richtete. Vetropack plant, künftig weitere «Säulen» für Schlüsselbereiche und -funktionen zu entwickeln und evaluiert derzeit Schwerpunktthemen. Dass Vetropack damit eine vorbildliche Personalentwicklung betreibt, bestätigt die «Leadership Development»-Auszeichnung, die der Vetrocademy im September 2021 in Lissabon von der «Merit Leadership Community» verliehen wurde.

Im Rahmen der «Employer of Choice»-Strategie werden neue KPIs überwacht, zum Beispiel Ausbildungskosten pro Mitarbeiter und das Verhältnis von technischen und Compliance- zu Soft-Skill-Schulungen.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Vetropack ist die Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeitenden ein grosses Anliegen. Vetropack folgt deshalb einer «Safety first»-Philosophie. Sicherheitsthemen werden werksübergreifend diskutiert, um die Arbeitssicherheit kontinuierlich zu verbessern. Alle Mitarbeitenden erhalten jährlich Arbeitssicherheitsschulungen.

Vetropack strebt an, dass bis 2022 alle Produktionsstandorte über ein nach ISO 45001 zertifiziertes Arbeitsschutzmanagementsystem verfügen. Bereits länger zertifiziert sind die beiden Standorte in Österreich (Pöchlarn und Kremsmünster). Einige Werke setzen vergleichbare lokale Standards um. Im Berichtsjahr wurde der Standort im slowakischen Nemšová erfolgreich neu zertifiziert. Im Hinblick auf die für 2022 geplanten Zertifizierungen wurden im Berichtsjahr unter anderem die sogenannten Safety Minutes weiter etabliert. «Safety Minutes» sind regelmässige, kurze Sicherheitstrainingseinheiten. Sie dauern in der Regel weniger als zehn Minuten und finden beispielsweise zu Beginn einer Schicht statt oder am Anfang beziehungsweise Ende einer Sitzung.

Mit der proaktiven und präventiven Förderung von Arbeitssicherheit und Gesundheit der Mitarbeitenden will Vetropack auch seine Position als attraktiver Arbeitgeber stärken. Weitere positive Effekte sind die Förderung der Produktivität und Arbeitszufriedenheit sowie die Reduktion von Fehlzeiten.

Story «Erneuerung der Weissglaslinie im Werk Pöchlarn» 

Kennzahlen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

	+/-	2021	2020
Anteil Mitarbeitende und Leiharbeiter, die von einem zertifizierten Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheit abgedeckt sind ¹⁾	-	20%	11%
Vorfälle, die zu mindestens einem Ausfalltag führten	- 30%	82	117
Gesamte Ausfalltage aufgrund von Unfällen und Berufskrankheiten	- 22%	2 887	3 721
Rate der Unfallhäufigkeit (TRIR) ²⁾	- 31%	2.3	3.4
Rate der Unfallschwere (TRISR) ²⁾	- 23%	82	107

¹⁾ Kennzahl wird erst seit 2020 erfasst.

²⁾ Pro 100 Vollzeitäquivalenten (FTE).

Glas ist ein nachhaltiges Verpackungsmaterial, da es aus natürlichen Rohstoffen hergestellt wird und optimal recycelbar ist. Dennoch gibt es grosses Verbesserungspotenzial, um die Industrie als Ganzes langfristig noch nachhaltiger zu gestalten. Vetropack hat den Anspruch, diesen Wandel zu prägen und sich zu einem Glasproduzenten zu entwickeln, der für seine umweltfreundlichen Praktiken und Produkte industrielweit bekannt ist. Dies wurde im Rahmen der Strategie 2030 als strategische Stossrichtung unter dem Titel «Clearly Sustainable» als wichtigstes Ziel festgehalten.

Das Unternehmen legte entsprechende Kennzahlen sowie kurz-, mittel- und langfristige Zielwerte fest, um Fortschritte messbar zu machen und um sich mit seinen Wettbewerbern zu vergleichen. Die wichtigste Kennzahl zur Überprüfung sind die CO2-Emissionen pro Tonne produzierten Glases. Den CO2-Ausstoss will das Unternehmen bis 2030 im Vergleich zu 2019 um 30 Prozent reduzieren.

Nachhaltige Produkte

Das Interesse von Konsumentinnen und Konsumenten an ökologischen Produkten nimmt vielenorts laufend zu. Bei vielen Konsumgütern – insbesondere Lebensmitteln – erhält die Verpackung grosse Aufmerksamkeit. Entsprechend hoch priorisieren die Kunden von Vetropack die Thematik. Dabei haben sie einerseits Interesse an nachhaltigeren Verpackungslösungen, andererseits ist ihnen aber auch Transparenz hinsichtlich des ökologischen Fussabdrucks einer Verpackung als Teil des von ihnen angebotenen Produkts ein grosses Anliegen. Hier kann Vetropack ihre Kunden mit fundierten Daten zur Auswirkung ihrer Produkte auf die Umwelt unterstützen. Eigens dafür entwickelte Vetropack eine Anwendung der Branchenorganisation FEVE («The European Container Glass Federation») im eigenen Hause weiter.

Auch der regulatorische Druck auf die Glasindustrie, die aufgrund ihres hohen Energieverbrauchs einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz leisten kann, steigt. Vetropack ist daher bestrebt, den ökologischen Fussabdruck Jahr für Jahr zu reduzieren. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, arbeitet das Unternehmen kontinuierlich daran, die Produktionsschritte energie- und somit CO2-effizienter zu machen und den Altglasanteil zu erhöhen. Zudem beteiligt sich Vetropack an verschiedenen Forschungsprojekten, die sich mit neuen Technologien zur Reduktion der Treibhausgasemissionen in der Glasproduktion beschäftigten, beispielsweise im Rahmen der «International Partners in Glass Research» (IPGR).

Umweltkennzahlen⁰⁾

	2021	in %	2020	in %
Gesamtenergieverbrauch in GWh	3 188		2 783	
Strom	546	17%	480	17%
Erdgas ¹⁾	2 641	83%	2 302	83%
Spezifischer Energieverbrauch in MWh/t²⁾	1.96		1.98	
Treibhausgasemissionen in tCO2e³⁾	659 845		563 182	
Scope 1 (Wärme und Prozessemissionen) ⁴⁾	605 841	92%	519 805	92%
Scope 2 (Strom) ⁵⁾	54 004	8%	43 377	8%
Spezifische Treibhausgasemissionen in tCO2e/t²⁾	0.405		0.401	
<hr/>				
Materialverbrauch: Altglasanteil				
Altglas grün	63%		65%	
Altglas braun	61%		55%	
Altglas weiss	41%		42%	
<hr/>				
Wasser in m³				
Gesamte Wasserentnahme	1 319 963		1 347 987	
Kommunale Wasserversorgung	318 839	24%	346 410	26%
Grundwasser	1 001 124	76%	1 001 577	74%
Gesamtes Abwasser	1 227 932		1 267 950	
<hr/>				
Abfallentsorgung in Tonnen	80 883		65 455	
Recycling (laufend)	36 177	45%	31 133	48%
Recycling (sporadisch) ⁶⁾	359	0%	1 259	2%
Verbrennung oder Deponie (laufend)				
Gewerbeabfall	37 256	46%	30 640	47%
Sonderabfall	3 189	4%	1 954	3%
Verbrennung oder Deponie (sporadisch) ⁶⁾				
Gewerbeabfall	417	1%	84	0%
Sonderabfall	3 484	4%	385	1%

⁰⁾ Die Datenerfassung und Analysemethoden wurden optimiert. Dadurch verändern sich einige Angaben zu Ergebnissen in 2020.

¹⁾ Inkl. 10.6 GWh Heizöl in 2021 (3.8 GWh in 2020)

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

³⁾ Treibhausgas-Inventar in Übereinstimmung mit dem Greenhouse Gas Protocol berechnet.

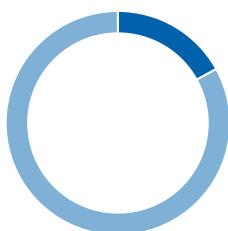
⁴⁾ Prozessemissionen entstehen aus chemischen Reaktionen im Glasherstellungsprozess.

⁵⁾ Emissionen für 2020 und 2021 sind erstmals nach dem "market-based approach" berechnet.

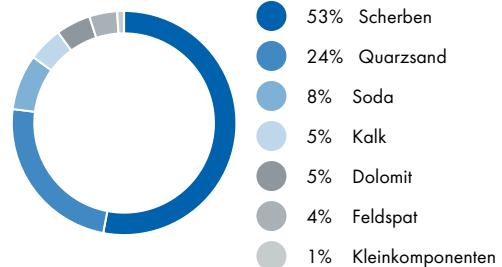
⁶⁾ Abfälle, die nicht jedes Jahr aus dem laufenden Betrieb entstehen (z.B. Ofenreparatur).

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.

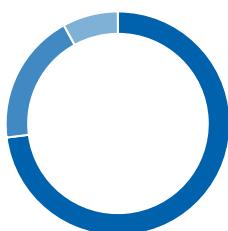
Gesamtenergieverbrauch (GWh)



Mischverhältnis Rohstoffe mit Scherben



Treibhausgasemissionen nach Quelle (t CO2e)



Energieeffizienz und erneuerbare Energie

Die Glasproduktion ist mit grossem Energieaufwand verbunden, verursacht vor allem durch den Betrieb der Schmelzwannen. 2020 legte Vetropack das Ziel fest, die Treibhausgasemissionen pro produzierter Tonne Glas bis 2030 um 30 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2019 zu senken. Ansatzpunkte sind die Energieeffizienz und erneuerbare Energien.

Der grösste Hebel zur Reduktion des spezifischen Energieverbrauchs ergibt sich daher jeweils bei der Reparatur oder dem Neubau einer Wanne. Bei jeder Sanierung versucht Vetropack, Energieeffizienzsteigerungen von rund 10 bis 15 Prozent sowie eine längere Lebensdauer zu erreichen. Damit dies gelingt, setzt Vetropack diese Investitionsprojekte stets nach dem neusten Stand der Technik um. Solche Effizienzsteigerungsmassnahmen haben nicht nur einen ökologischen, sondern auch einen wirtschaftlichen Nutzen für Vetropack.

2021 wurde im Werk im kroatischen Hum na Sutli eine neue Schmelzwanne gebaut. Der spezifische Energieverbrauch konnte durch diese Massnahme erfolgreich um 15 Prozent gesenkt werden. Zudem resultierte daraus eine entsprechende Reduktion der CO2-Emissionen.

[Story «Ein neues Leistungsniveau»](#)



Vetropack plant bis 2023 die Einführung eines eigens für das Unternehmen entwickelten Energy-Management-Systems in allen Werken. Dieses System soll die Steuerung von Energieverbrächen optimieren und Verbesserungspotenziale besser erkennbar machen. Im Berichtsjahr wurde ein entsprechendes System in den Werken in Kroatien und Pöchlarn eingeführt. Weiter wird derzeit in Zusammenarbeit mit der Universität Leoben das Potenzial für Energiesparmassnahmen erhoben.

[Story «Effizienzsteigerungen und Kosteneinsparungen»](#)



Parallel zu den schrittweisen Fortschritten in der Energieeffizienz wird der Anteil erneuerbarer Energieträger erhöht. So wurde im Berichtsjahr der Entscheid gefällt, bis 2025 auf «Grünen Strom» umzustellen.

Klimaneutrale Logistik bis 2030

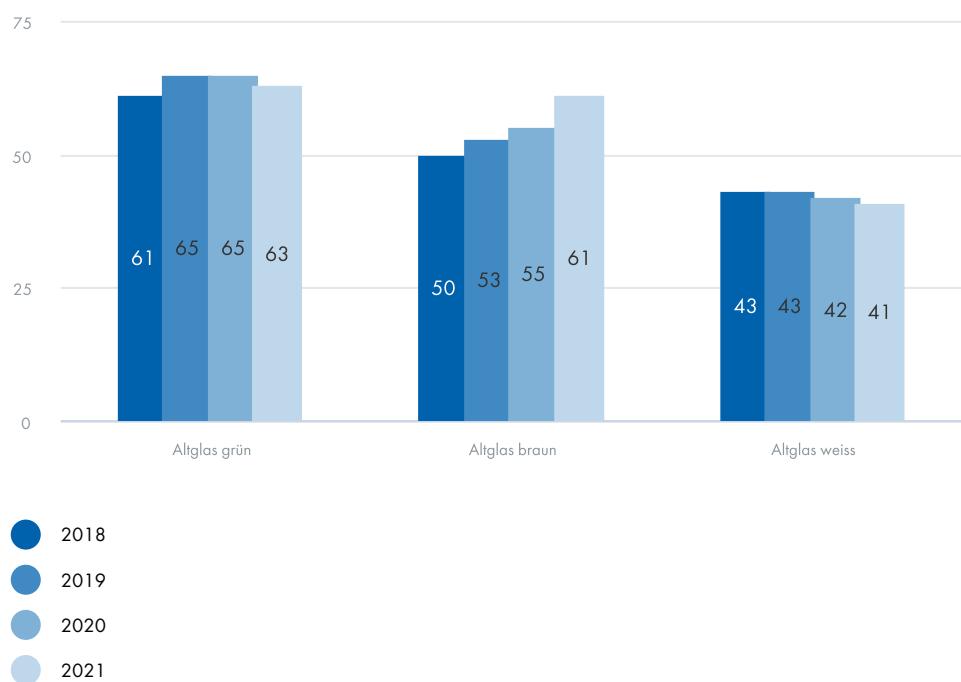
Vetropack hat auch in der Logistik und Mobilität ambitionierte Ziele: Bis 2030 möchte das Unternehmen die Logistik klimaneutral machen. Das Unternehmen hat im Berichtsjahr die CO2-Emissionen aller Sendungen der letzten drei Jahre analysiert. Auf der Grundlage dieser Analyse entwickelt Vetropack Massnahmen wie die Umstellung der Fahrzeuge und der Staplerflotte auf alternative Antriebe. Zusätzlich werden Investitionen in die Optimierung der Lieferkette getätigt.

Im eigenen Betrieb plant Vetropack bis 2024 gruppenweit alle Gabelstapler auf Erdgas- oder Elektroantriebe umzustellen. Dafür sind beachtliche Investitionen notwendig, zumal auch die nötige (Lade-)Infrastruktur bereitgestellt werden muss. Bei der Neubeschaffung von Geschäftsfahrzeugen kommen seit 2020 ebenfalls nur noch Elektro- oder Hybridfahrzeuge in Frage.

Rohstoffeinsatz optimieren

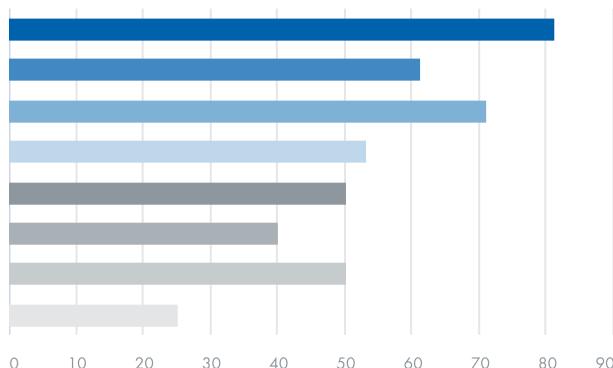
Für eine ökologische Glasproduktion ist ein hoher Anteil an rezyklierten Scherben unverzichtbar. Bei Vetropack macht der Anteil an Altglas in einigen Werken bis zu 85 Prozent der verarbeiteten Rohstoffmenge aus. Gruppenweit lag der Altglasanteil 2021 bei 53 Prozent. Vetropack hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2030 einen Scherbenanteil von 70 Prozent zu erreichen. Allerdings ist die Verfügbarkeit von qualitativ hochwertigem Altglas nach wie vor eine grosse Herausforderung. In vielen Ländern fallen die Sammelquoten deutlich geringer aus als beispielsweise in der Schweiz und Österreich. Auch die Qualität der Scherben kann zu Problemen führen, wenn diese durch Fremdstoffe, wie zum Beispiel Keramik, verunreinigt sind. Daher fördert Vetropack Massnahmen, die die Sammelquoten und Scherbenqualität erhöhen.

Scherbenanteil bei der Glasproduktion

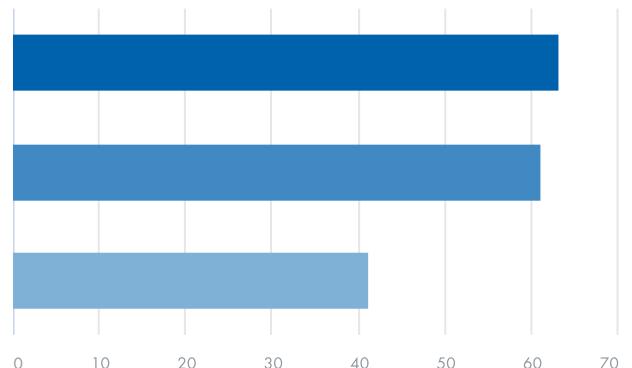


Obwohl der politische Wille zur Verbesserung der Altglassammlung nicht überall gleich stark ausgeprägt ist, blickt Vetropack optimistisch in die Zukunft. Die von der Europäischen Union vorgeschriebenen Sammelraten für Glas werden weiter ansteigen. Dadurch gelangt mehr Altglas in den Recyclingprozess und steht als Scherbenmaterial zur Verfügung.

Scherbenanteil an der Produktion 2021
(nach Beteiligungsgesellschaft)



Scherbenanteil an der Produktion 2021
(nach Glasfarbe)



- 81% Vetropack (CH)
- 61% Vetropack Austria (AT)
- 71% Vetropack Moravia Glass (CZ)
- 53% Vetropack Nemšová (SK)
- 50% Vetropack Straža (HR)
- 40% Vetropack Gostomel (UA)
- 50% Vetropack Italia (IT)
- 25% Vetropack Moldova (MD)

- 63% Grün
- 61% Braun
- 41% Weiss

Erfolgsgrundlagen

| **Neue Designs**



Schick Gesunde Anmut

Zdravo Organic holt für ihre Säfte das Beste aus der Natur heraus. Das soll man auch sehen: Die weissen 200-ml-Flaschen von Vetropack Straža wirken dank der sanften Kurven besonders edel.

Das Gesundheitsbewusstsein hat in den letzten Jahren enorm zugenommen; dies zeigt sich auch im Erfolg von Lebensmittelproduzenten, die ganz auf Natürlichkeit setzen. Einer davon ist Zdravo Organic. Der Name – Zdravo bedeutet «gesund» – ist Programm: Das Unternehmen aus Selenca in der Vojvodina verwendet für seine Säfte, Marmeladen sein eingelagertes Gemüse und Ajvar nur erstklassiges lokales Gemüse und Obst und verzichtet auf jegliche Zusätze oder Konservierungsmittel.

Das beste Verpackungsmaterial für solche Produkte ist Glas – daher füllt Zdravo Organic ihre Säfte ausschliesslich in Glasflaschen ab. Höhepunkt der für Zdravo Organic hergestellten Flaschenfamilie bildet die neue 200-ml-Saftflasche mit Twist-off-Verschluss. Sie ist so schlicht und kompakt wie ihre älteren, grösseren Geschwister, das 314-ml-Glas und die 750-ml-Flasche, wirkt aber durch ihre sanften Kurven dennoch besonders nobel. Gute Reise, schöne Flasche – Zdravo-Produkte sind rund um die Welt beliebt und finden ihren Weg bis nach Kanada oder China.

Lebensfreude Ausgewogen

Die Azienda Agricola Caudrina verwöhnt Weinfans sozusagen mit flüssiger Sonne des Piemont. Bei seinen edlen Tropfen legt Winzer Romano Dogliotti höchsten Wert auf eine ästhetische Verpackung – darum arbeitet er mit Vetropack Italia zusammen.

Das fruchtbare und sonnige Piemont gilt seit jeher als hervorragendes Terroir für die Muskateller-Rebe. Hier, in der Nähe von Asti, wirkt Romano Dogliotti. Der Besitzer der Azienda Agricola Caudrina ist schon fast besessen davon, möglichst üppige Spitzenweine zu kreieren. Die leuchtenden Stars seiner Kollektion sind der Moscato d'Asti La Caudrina und der Asti Spumante La Selvatica DOCG. Diese süßen, aber auch angenehm säuerlichen Schaumweine, die hervorragend zu Tapas oder leichten Sommergerichten passen, sind eine Ode an die Freude am Leben.

Seit fast 20 Jahren produziert das Mailänder Glaswerk von Vetropack Italia die 750-ml-Sonderflaschen für Azienda Agricola Caudrina. Die Flasche in der Farbe Cuvée kommt elegant daher, mit ausgewogenen Proportionen und einem Relief. Gleichzeitig wirkt sie unaufdringlich; sie stellt sich in den Dienst des Ganzen und bildet einen ästhetischen Rahmen für die attraktiven Etiketten, die von den Künstlern Alessandro Lupano und Romano Levi entworfen wurden.



Natürlich Zusammengehörend

Bis vor 200 Jahren wurde das Heilwasser Vincentka in Keramikgefässe abgefüllt, seither wird es in Glasflaschen ausgeliefert. Zum Jubiläum hat sich Vincentka eine besondere Flasche in limitierter Auflage geschenkt.

Vincentka als Mineralwasser zu bezeichnen, ist eine Unterreibung – das vorzügliche Lebensmittel gilt als medizinisches Heilwasser. Es stammt aus Luhacovice, dem grössten und ältesten Kurort Mährens, dessen zehn natürliche Heilquellen Gäste aus der ganzen Welt anziehen. Das Wasser eignet sich für Trink- und Inhalationstherapien bei einer Vielzahl von Erkrankungen; gesundheitsbewusste Menschen nutzen seine vielen Vorteile aber auch im Alltag.

Abgefüllt wird Vincentka seit 1820 – abgesehen von einem kurzen Unterbruch – stets in Glasflaschen. Die Verbindung des besonderen Wassers mit Glas ist folglich 200 Jahre alt. Dieses Jubiläum veranlasste Vincentka, zusammen mit Vetropack Moravia Glass eine Jubiläumsflasche zu kreieren, die deutlich dunkler und grüner ist als das klassische Gefäß. 400'000 Stück der Jubiläumsflasche wurden hergestellt – zur Feier einer natürlichen Verbindung. Denn Glas steht ebenso wie das Heilwasser für Gesundheit und hohe Wertigkeit.



Majestatisch Flüssiges Gold

Wie stark eine Flasche das Image einer Marke und eines edlen Getränks transportieren kann, beweist Vetropack Gostomel mit der Glasverpackung des Brandys Aznauri.

Der Name Aznauri stammt von einem alten Ehrentitel, der für besondere Verdienste verliehen wurde. Entsprechend erhaben ist denn auch der Brandy dieses Namens, den die ukrainische Global Beverage Trade brennt. Das Image der Marke wird, passend zur Welt der Edelleute, von majestätischen Löwen geprägt. Ein solches Getränk verlangt nach einer besonderen Flasche – wie sie von Vetropack Gostomel hergestellt wird.

Damit die dunkelgoldene schimmernde Farbe des Brandys gut zur Geltung kommt, bestehen die Flaschen in den Größen 0,25, 0,5 und 0,7 Liter aus starkem farblosem Glas. Die Kombination der Kurvenlinie und der konvexen Gravur auf der Vorderseite ist ausgesprochen harmonisch. Zwei stattliche Löwen, die eine Krone über dem Buchstaben A halten, spiegeln die Natur des Getränks wider: stark, stolz, aber gleichzeitig einzigartig und autark. Keine Frage: Diese Flasche vergrössert den Genuss von echten Kennerinnen und Kennern.



Elegant

Erste Lage

Die dem Verein «Österreichische Traditionswinzer» angeschlossenen Winzer haben eine spezielle Klassifizierung entwickelt. Die höchst individuellen Flaschen für die Weine «Erster Lage» produziert Vetropack Austria.

Die österreichischen Weinbaugebiete sind äusserst vielfältig. Die unterschiedliche Zusammensetzung des Bodens und das Mikroklima können selbst bei nahe gelegenen Weingütern ganz verschiedene Weine hervorbringen. Mit viel Leidenschaft und Fachwissen gehen die Mitglieder des Vereins «Österreichische Traditionswinzer» der Frage nach, wie winzige Details einer Lage die Qualität und Identität des Weins beeinflussen.

Der Verein hat eine Klassifizierung entwickelt: Unterschieden wird zwischen «Klassifizierter Lage», «Erster Lage» und «Grosser erster Lage». Vetropack Austria hat für die «Erste Lage» Rheinwein-Flaschen entwickelt, welche die Besonderheit des Weins auf den ersten Blick erkennbar machen. Das Logo «Erste Lage» zierte als Glasrelief – und wie ein Qualitätssiegel – den Schulterbereich der Flaschen in der eleganten Farbe Cuvée. Die Winzer haben die Wahl zwischen den Mündungsvarianten BVS (Baguette Vin Suisse) oder Bandmündung – bei Wein gilt eben: jedem das Seine.

Edel

Das Beste erhalten

Der Legende nach heilte das Quellwasser des unterirdischen Sees Podillia in der Ukraine einst die kranke Tochter eines polnischen Adligen. Deren Name, Regina, wurde zur Marke des Mineralwassers aus dem See. Vetropack Gostomel wertet das hochwertige Quellwasser mit einer neuen Glasflasche auf.

Regina – das stille Naturprodukt – ist die Königin unter den Tafelwassern der Ukraine. Bis 1917 und dem Niedergang des europäischen Adels wurde Regina an die kaiserliche Tafel und ins Ausland geliefert: nach Österreich-Ungarn, Rumänien, Deutschland, Polen und Frankreich. Auch wenn die blaublütigen Konsumentinnen und Konsumenten seither verschwunden sind, hat das Wasser seine edlen Eigenschaften behalten; noch immer trägt es zu einem perfekten allgemeinen Tonus des Körpers bei.

Neu gibt es Regina in einer 1-Liter-Flasche und einer Halbfläschchen-Flasche aus grünem Glas, einem einzigartigen Gefäß mit Erkennungswert: Am Flaschenboden finden sich eine wellenförmige Gravur, ein gewölbtes Markenlogo sowie das chemische Zeichen für Silber. Dies kommt nicht von ungefähr: Das mineralreiche Wasser enthält nebst Mineralien und Spurenelementen von Sodium, Kalzium und Magnesium auch Silber. Das Edelmetall hat antivirale Effekte und stärkt das Immunsystem. Die Flasche ist nicht nur aus ästhetischen Gründen aus Glas: Das Material garantiert, dass das gesunde Wasser auch bei Langzeitlagerung seine Qualitäten behält.



Zukunftsweisend

Neues Kapitel

Ein zukunftsweisendes Kapitel in der österreichischen Weinbaugeschichte zu schreiben, haben sich die österreichischen Winzer-Stars Markus Huber und Lenz Moser vorgenommen. Vetropack Austria hat mit dem gemeinsam entwickelten Flaschendesign diesem spannenden Vorhaben ein besonderes Gesicht gegeben.

Der Grüne Veltliner ist die Parade-Rebsorte des Weinlands Österreich, die vorwiegend im deutschsprachigen Raum verkauft und geschätzt wird. Lenz Moser und Markus Huber, zwei Veltliner-Spezialisten des österreichischen Weinbaus, meinen, der Grüne Veltliner hätte sich ein breites internationales Publikum und weltweiten Kultstatus verdient. Mit ihrer grossen Erfahrung haben die beiden Winzer unter der Marke «Lenzmark – New Chapter» die Rebsorte Grüner Veltliner geschmacklich neu interpretiert und einen modernen Stil entwickelt – einen Veltliner 2.0 sozusagen; gedacht sowohl für erfahrene Kenner wie auch für junge, anspruchsvolle Zielgruppen.

Naheliegend, dass für New Chapter auch ein ausserehängliches Flaschendesign unerlässlich ist. Die exklusive Gestaltung der konischen 0,75-Liter-Weinflasche in der Glasfarbe Cuvée lässt keine Wünsche offen: Ein aufwendiges Glasrelief im Schulterbereich, der Markenname Lenzmark als Gravur im Sockelbereich und ein dreiteiliges Papieretikett auf der Vorderseite prägen den neuen Stil dieses besonderen Weines.

Prestigeträchtig

Überlieferte Traditionen

Das Weingut Henri Badoux verpasst seiner emblematischen Eidechse eine elegante Überarbeitung. Die Neuauflage der Flasche in der Farbe Olive wird im Vetropack-Werk in St-Prex gefertigt und die Weissglasflasche von Vetropack Austria.

Im Jahr 1908 gründete Henri Badoux das gleichnamige Weingut. Seitdem ist das Familienunternehmen kontinuierlich gewachsen. Heute umfasst es 55 Hektar Weinberge und vinifiziert die Produktion von 100 Hektar. Der Name Henri Badoux ist untrennbar mit der Eidechse verbunden, die seit über einem Jahrhundert die Etiketten der Weinfaschen ziert.

2021 wurde die Marke Henri Badoux einem Rebranding unterzogen. Weiss- und Rotwein kommen in einer olivfarbenen 0,7-Liter-Flasche auf den Markt, der Rosé-Wein wird in Weissglasflaschen abgefüllt. Auf den Flaschen der neuen Weinkollektion wird die ikonische Eidechse in einem nüchternen und eleganten Stil hervorgehoben – ein Bindeglied zwischen Tradition und Moderne. Das Emblem ist ausserdem ein starkes Element für das Chablais-Ökosystem, dafür steht auch das geringere Gewicht der Flaschen. Dank der Steilbandmündung ist der obere Teil des Korkens gut sichtbar, auch ihn ziert selbstverständlich eine Eidechse.



Erhaben

Schönheit und Genuss

Gradlinige Eleganz – das steht sowohl für den Vinjak 5 V.S.O.P. der zentralserbischen Kellerei Rubin als auch für seine Verpackung. Hergestellt werden die auffälligen schwarzen Flaschen von Vetropack Straža.

Die Kellerei Rubin ist, mit 10'000 Hektar Reben an 19 Standorten, der grösste serbische Spirituosen- und Weinproduzent. Berühmt ist die Kellerei für ihre hochkarätigen Weine, die weit über den Balkan hinaus geschätzt werden, aber auch für ihren exquisiten Weinbrand. Zum guten Ruf der Rubin-Spirituosen trägt der Vinjak 5 V.S.O.P. wesentlich bei. Er besteht aus ausgewählten Weindestillaten und reift mindestens fünf Jahre lang in 500-Liter-Eichenholzfässern. Seine dunkle Bernsteinfarbe mit hellen Einschüssen und dem rötlichen Schimmer und sein sehr komplexes Aroma mit Tönen von Vanille, Pflaumen, Kaffee und Gewürzen machen ihn zum König unter den serbischen Weinbränden.

Für ein derart erhabenes Produkt ist nur die beste Umhüllung gut genug: die eleganten, dunklen, schweren Flaschen von Vetropack Straža. Sie kommen ganz ohne Schnickschnack aus, schliesslich steht der Vinjak 5 V.S.O.P. für ungekünstelten Genuss. So konzentriert sich der Blick auf einen einzigartigen Schmuck: Die 700-ml-Cuvée-Flasche wird vor dem Abfüllen mit einem goldenen Siebdruck veredelt.



Einprägsam

Im neuen Gewand

Für die traditionsreiche Bitter-Spirituose Leibwächter, eine Marke der österreichischen Schlumberger-Gruppe, hat Vetropack Austria eine neue Flasche entwickelt, die das Besondere des Destillats einprägsam unterstreicht.

Seit jeher war der Kutscher Vertrauter und Wächter über seine Passagiere. Er harrete draussen bei jedem Wind und Regenwetter mit seinen Pferden aus und gönnte sich zwischen durch den einen oder anderen Schluck vom Leibwächter Kräuterbitter, der aus einer Vielzahl von Kräutern hergestellt wird. Der feinherbe Halbbitter Leibwächter erfreut sich auch heute als belebender Aperitif oder gemischt mit Orangensaft, Bitter Lemon oder Cola als erfrischender Longdrink besonderer Beliebtheit.



Grenzenlos

Tradition und Nachhaltigkeit

Die tschechische Traditionsmarke Pilsner Urquell bringt eine neue Mehrwegflasche auf den Markt und verstärkt dadurch ihr Engagement in der Nachhaltigkeit. Die elegante Flasche mit markanter Prägung wird von Vetropack Moravia Glass produziert.

Glas ist für Einweg und Mehrweg gleichermaßen geeignet. Eine Mehrwegflasche schafft mehr als 40 Umläufe. Aufgrund der Debatte rund um die Umweltauswirkungen von Verpackungen wächst die Nachfrage nach Mehrweg-Glasflaschen. Vetropack ist bestrebt, so ökologisch wie möglich zu produzieren. So wird der Einsatz von recyceltem Glas und von Mehrwegbehältnissen systematisch erhöht, um natürliche Ressourcen bestmöglich zu schonen.

Keine leeren Worte

Die Brauerei Plzenský Prazdroj macht einen weiteren wichtigen Schritt hinsichtlich Nachhaltigkeit: Die neue Mehrwegflasche des weltberühmten Pilsner Biers mit der auffallenden Prägung verzichtet auf die Aluminiumfolie am Flaschenhals, und die Kunststoffetiketten werden zudem durch recycelbare Papieretiketten ersetzt. Die Nachricht an die Bierliebhaber ist klar: «Mit dem Kauf der neuen Flaschen tragen Sie zum Schutz der Umwelt bei.» Diese Umstellung führt zu einer Einsparung von rund 106 Tonnen Abfall pro Jahr. Das sind die Fakten.

Wie hausgemacht

Ein Produkt mit Herz

Fruchtaufstriche von Podravka, einem bekannten kroatischen Nahrungsmittelunternehmen, haben Tradition. Die Wurzeln des Unternehmens reichen bis ins Jahr 1934 und seit 1947 werden Obstmarkmaladen hergestellt. Mittlerweile steht der Markenname Podravka nicht nur für hohe Qualität, sondern für «Hausgemachtes», das gleichzeitig modern und natürlich ist.

Vor kurzem hat das Unternehmen in enger Zusammenarbeit mit der renommierten Mailänder Design-Agentur Smith Lumen den Marktauftritt neu entwickelt. Und weil Früchte und Fruchtaufstriche Podravka seit je am Herzen liegen, wurde dieses Symbol als Zentrum für das neue Verpackungsdesign gewählt. Denn nichts ist emotionaler als Herzen! Neu umringt ein gläsernes Herz-Relief die Etiketten der neuen Weithalsgläser der Fruchtaufstriche.

Das anspruchsvolle und wirkungsvolle Herz-Relief wurde von den Glasspezialisten in Vetropack Straža auf die Verpackung übertragen. Die weissen Gläser mit Twist-Off-Verschluss wurden exklusiv für Podravka in zwei verschiedenen Größen von 314 ml und 580 ml entwickelt. Produziert werden sie im Vetropack-Werk in Kroatien.



Authentisch

Italienisches Lebensgefühl

Mit «Birra Moretti» bringt Heineken italienisches Lebensgefühl auf den deutschen Markt. Die neuen 0,33-Liter-Mehrwegflaschen für dieses Bier kommen aus dem österreichischen Vetropack-Werk Kremsmünster.

Vor mehr als einem Jahrhundert wurde Birra Moretti von Luigi Moretti im italienischen Udine in der «Bier- und Eisfabrik» erstmals gebraut. Heute zählt Birra Moretti zu den bekanntesten Bieren Italiens – der Produktionsprozess ist über die Jahre fast unverändert geblieben.

«Ein Schluck Lebensfreude» – so lädt Heineken deutsche Bierfans ein, das authentisch italienische Bier Birra Moretti zu probieren. Das erfrischende Getränk wird in der österreichischen Brauerei Wieselburg unter italienischer Aufsicht gebraut und für den deutschen Markt in einer braunen 0,33-Liter-Mehrwegglasflasche mit Kronenkork-Mündung abgefüllt. Die Anforderung an das Flaschendesign: Tradition und Authentizität vereinen – mit dem als Glasrelief gestalteten Schriftzug «Birra Moretti» im Sockelbereich in Kombination mit dem markanten Etikett ist das auch gelungen.