



**Erfolgsgrundlagen**

# Erfolgsgrundlagen

Chancen und Herausforderungen in Zeiten globaler Krise	10
Geschäftsmodell	12
Strategie 2030	13
Unser Fokus: Clearly Sustainable	15
Wesentliche Themen und Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs)	20
Führungsstruktur	25
Organisation	27

# Chancen und Herausforderungen in Zeiten globaler Krisen

## Zunehmende Dynamik in der Glasindustrie

Die Glasindustrie ist traditionell geprägt von einem gemächlichen Wandel. Denn der seit Jahrtausenden genutzte und im Kern bekannte Werkstoff Glas begründet lange Investitionszyklen. Es existiert eine Wertschöpfungskette, die sich durch eingespielte Prozesse und langjährige Partnerschaften mit Kunden und Lieferanten auszeichnet. Seit einigen Jahren nimmt die Dynamik in der Glasindustrie jedoch deutlich zu. Treiber sind hierbei alle Aspekte der Industrie 4.0 – insbesondere die Digitalisierung. Zudem verändern sich derzeit Rahmenbedingungen und globale Herausforderungen rasch in unterschiedlichen Dimensionen.

Wir haben die Strategie und unser Geschäftsmodell rechtzeitig erneuert. Bereits 2019 haben wir einen umfassenden strategischen Transformationsprozess in Gang gesetzt. Dieser verfolgt zwei Ziele: Erstens sollen im bestehenden Geschäft zusätzliche Wachstumspotenziale erschlossen werden. Zweitens wird die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle angestrebt. So wollen wir uns langfristig als starken Marktplayer positionieren und die Glasindustrie massgeblich mitgestalten.

Dank weitsichtiger Strategie und wertschöpfungsaffinem Geschäftsmodell sehen wir die neue Dynamik als Chance zur Innovation und zur Stärkung der Marktposition. Im Berichtsjahr überwogen noch die mannigfaltigen Herausforderungen. Diese vier Entwicklungen stachen dabei besonders heraus:

### Ukraine-Konflikt

Besonders hart hat uns der Ukraine-Krieg getroffen – wirtschaftlich und menschlich. Wirtschaftlich, weil unser Produktionsstandort in der Nähe von Kiew stark beschädigt wurde und wir den Betrieb mittelfristig nicht wieder aufnehmen können. Das Absatzgeschäft in der Ukraine ist zusammengebrochen, ein Grossteil unserer dortigen Kunden mussten ihre Betriebe schliessen oder reduzieren. Der damit verbundene Stellenabbau ist uns sehr schmerzlich, da dadurch die Situation unserer Kolleginnen und Kollegen in der Ukraine und ihrer Familien abermals erschwert wird. Wir werden unsere Unterstützung – finanziell oder durch Stellenangebote in benachbarten Ländern – weiterführen.

[Bericht des Verwaltungsrats](#)



### Energie- und Produktionskosten

Die Problematik volatiler und steigender Energie- und Produktionskosten hat sich im Berichtsjahr weiter akzentuiert. Aufgrund des hohen Energiebedarfs in der Glasherstellung führten die steigenden Energiekosten auf dem gesamten Markt zu spürbaren Preisanpassungen. Es ist uns gelungen, die Mehrkosten über einen transparenten temporären Energiezuschlag grösstenteils zu kompensieren, ohne Kunden zu verlieren. Diese Lösung macht auch in Anbetracht der grossen Unsicherheiten hinsichtlich der Energieversorgung Sinn, denn künftige Entwicklungen bleiben weiterhin schwer vorhersehbar.

[Kapitel Mehr-Lieferanten-Strategie](#)



## Nachfrage nach Verpackungsglas

Im Berichtsjahr hat die Nachfrage nach Verpackungsglas zugenommen. Dafür gibt es einen zentralen Grund: Glas ist die Antwort auf die Frage, wie der Abfallproblematik begegnet werden kann. Dank der bereits vor Jahren vorbereiteten Kapazitätsausweitung werden wir in der Lage sein, diese zunehmende Nachfrage zu befriedigen. Wir haben die Voraussetzung geschaffen, um dem Wunsch unserer Kunden nach einer individuellen Glasverpackung nachkommen zu können. Dafür ist eine erhöhte Flexibilität in der Produktion nötig, die dank der verstärkten Ausrichtung des Bereichs Technologie und Produktion auf eine höhere Innovationsfähigkeit vorhanden ist.

[Kapitel Kundenspezifische Produkte](#)



## Kreislaufwirtschaft

Obwohl Glasverpackungen im Vergleich zu anderen Verpackungsmaterialien deutliche Vorteile hinsichtlich Kreislauffähigkeit haben, gibt es noch grosses Verbesserungspotenzial, beispielsweise beim Altglasanteil in der verarbeiteten Rohstoffmenge. Wir haben uns im Berichtsjahr intensiv mit dem Thema Kreislaufwirtschaft beschäftigt. Es gibt regulatorische Vorgaben, die Recyclingquoten zu erhöhen. Zudem bestehen freiwillige Brancheninitiativen, die eine Steigerung von Recycling fördern und fordern. Zu beidem wollen wir einen aktiven Beitrag leisten. Wir haben den Scherbenanteil in der Produktion weiter erhöht – auch im Berichtsjahr. Erst durch ein grösseres Angebot an hochwertigem Scherbenmaterial wird die Erhöhung des Altglasanteils in der Produktion gesteigert, so dass wir einen Beitrag zur Nachhaltigkeit liefern können. Im Zuge unserer Strategie 2023 wollen wir bis 2030 gruppenweit einen Scherbenanteil von mindestens 70 Prozent erreichen.

[Kapitel Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz](#)

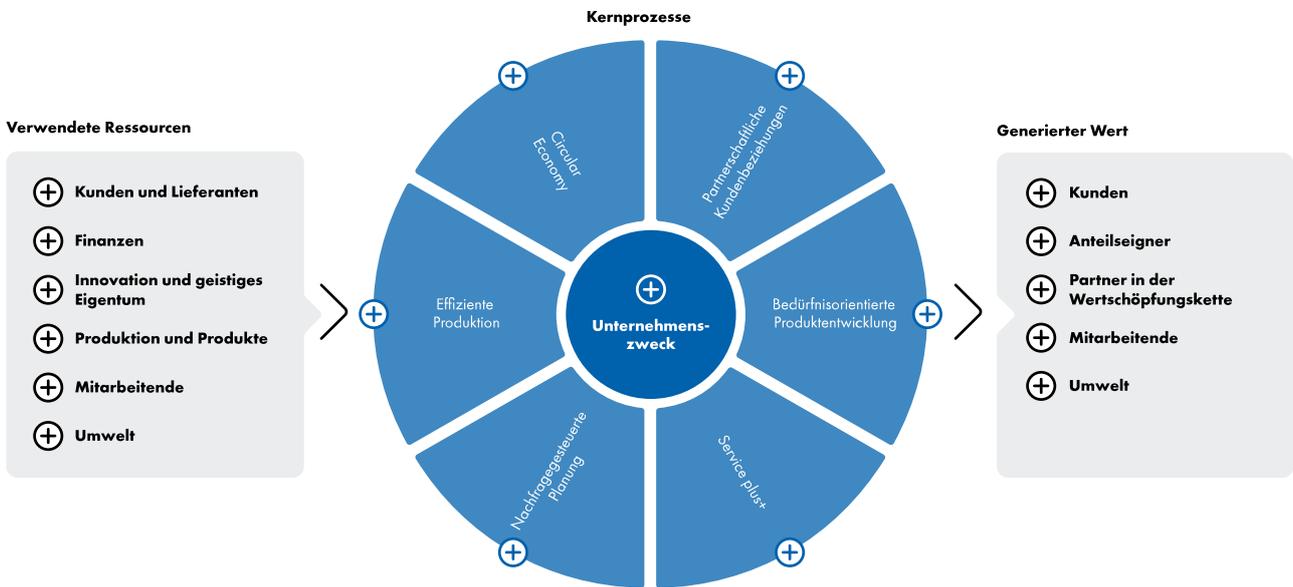


# Geschäftsmodell

## Die treibende Kraft der Wertschöpfung

Die Herstellung von Glas ist mit aufwendigen Prozessen und hohem Ressourceneinsatz verbunden. Im Zentrum des Vetropack-Geschäftsmodells steht der Unternehmenszweck: «Wir ermöglichen jedem, Lebensmittel und Getränke auf die eleganteste, sicherste und verantwortungsvollste Weise zu genießen.» Damit wird die Triebfeder individuellen Handelns in Worte gefasst – als Grundlage für die Entwicklung hochwertiger, einzigartiger Produkte sowie Dienstleistungen. Die Kernprozesse sind im Sinne des Unternehmenszwecks auf Wertschöpfung in verschiedenen Dimensionen ausgerichtet. Dafür werden Ressourcen verschiedener Art benötigt. Aus der Wertschöpfung resultiert Wert für die zentralen Stakeholder von Vetropack: Kunden, Anteilseigner, Mitarbeitende, Partner und die Umwelt.

### Geschäftsmodell Vetropack-Gruppe



# Strategie 2030



2020 definierten wir einen Prozess, der dem grundlegenden Transformationsprozess von Vetropack und ihrem Geschäftsmodell über einen Zeitraum von zehn Jahren einen Rahmen gibt. Fünf strategische Stossrichtungen bilden die Hauptachsen zur Prägung dieser Weiterentwicklung bis 2030:

- Unter **Clearly Sustainable** versteht Vetropack einen ganzheitlichen Ansatz zur Nachhaltigkeit. Er basiert auf kontinuierlicher Verkleinerung des ökologischen Fussabdrucks, Verbesserung des Recyclings in der Wertschöpfungskette und Sicherung des Zugangs zu Kernressourcen.
- **Expand the Core** definiert eine Strategie, mit der die dominanten Positionen in den Heimatmärkten weiter gestärkt werden. So wird das Unternehmen näher an seine Kundinnen und Kunden gerückt und als hochwertiger Partner sowie Full-Service-Anbieter positioniert. Zudem strebt Vetropack die Expansion in ausgewählten Märkten an.
- Mit **Value Growth** erweitert Vetropack bestehende Kompetenzen und Werte auf logische Weise: Der Einstieg in neue Geschäftssparten erfolgt entlang der Wertschöpfungskette von Glasverpackungen. Hierzu setzt Vetropack konsequent auf neue Dienstleistungen. Dies hilft dem Unternehmen, Kundenbeziehungen weiter zu stärken.
- Im Rahmen von **Drive Innovation** soll Vetropack zu einem Trendsetter in der Glasverpackungsindustrie werden und Innovationen proaktiv vorantreiben. Dazu gehören Prozess-, Produkt- und Marktinnovationen sowie völlig neue Geschäftsmodelle.
- Unter **Leader in Quality** richtet Vetropack alle Aktivitäten danach 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, Marketing, sowie Technologie und Produktion. Zudem sollen die Chancen der Digitalisierung gruppenweit besser genutzt und Vetropack als «Employer of Choice» positioniert werden.

Strategie 2030





Lesen Sie mehr über die Initiativen im Kundenmagazin [Vetrotime 01.2022](#)

# Unser Fokus: Clearly Sustainable

Fünf strategische Stossrichtungen sollen die Weiterentwicklung von Vetropack bis 2030 prägen. «Clearly Sustainable» ist eine davon. Im Kern umfasst diese Stossrichtung all unsere Bemühungen, um den ökologischen Fussabdruck von Vetropack über alle Geschäftsaktivitäten hinweg zu reduzieren, Materialkreisläufe entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu fördern und dabei wichtige Ressourcen zu schonen. So soll Vetropack sich zu einem Glasproduzenten entwickeln, der branchenweit für seine wegweisenden, umweltfreundlichen Praktiken und Produkte bekannt ist. Dieses Ziel entspricht nicht nur einem Kundenbedürfnis, sondern ermöglicht es uns auch, einen aktiven Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen zu leisten. Die strategische Stossrichtung «Clearly Sustainable» wird derzeit auf allen Stufen unserer Organisation und in zentrale Prozesse integriert, von der Unternehmensführung bis hin zur Festlegung von Zielen, einschliesslich der Verpflichtung zu Science Based Targets (SBTs), Aktionen und Massnahmen.

[Medienmitteilung «Vetropack beteiligt sich an der Initiative Science Based Targets \(SBTi\)» \(11.11.2022\)](#)



## Ratings und Zertifizierungen belegen Qualität der Nachhaltigkeitsarbeit

Dass wir bei dieser strategischen Stossrichtung bereits auf gutem Weg sind, belegt das Silber-Rating der weltweit anerkannten Ratingagentur EcoVadis. Damit gehört Vetropack zu den besten 25 Prozent von mehr als 90 000 Unternehmen aus 160 Ländern, die von EcoVadis analysiert wurden. Zudem werden sieben unserer Standorte regelmässig von Sedex SMETA auditiert. Im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind fünf unserer Standorte nach ISO 45001 zertifiziert.

[Performance-Bericht: Kapitel Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz](#)



## Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung stärken

Im Berichtsjahr wurden wichtige Schritte eingeleitet, um den Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit auf Stufe Unternehmensführung zu schärfen. So ernannten wir 2022 einen Group Sustainability Manager, der für die Beschleunigung der Nachhaltigkeitsprozesse verantwortlich ist. Ein weiterer entscheidender Schritt war die Einrichtung eines Nachhaltigkeitsausschusses. Dessen Aufgabe ist es, alle Nachhaltigkeitsthemen — sowohl ökologische, soziale als auch ökonomische — zu überwachen und die Umsetzung des «Clearly Sustainable»-Ansatzes zu unterstützen, indem Ziele und Aktionspläne weiterentwickelt und die Fortschritte der Gruppe kontinuierlich berichtet werden. Der Ausschuss tagt zwei- bis dreimal pro Jahr und erstattet dem Verwaltungsrat jährlich Bericht. Mitglieder des Ausschusses sind der Chief Executive Officer, der Chief Commercial Officer, der Chief Technology Officer, der Chief Supply Chain Officer, der Chief Human Resources Officer und der Group Sustainability Manager.

[Nachhaltigkeitsbericht: GRI 2-12 Rolle des Verwaltungsrats](#)



---

## **Interview mit Nicolas Lootens, Group Sustainability Manager (seit April 2022)**

### **Was ist Ihr Schwerpunkt in dieser Funktion?**

«In der Vergangenheit haben wir bereits konkrete Aktionspläne aufgestellt und wirksame Massnahmen zu deren Umsetzung ergriffen. Nun wollen wir diese Prozesse jedoch beschleunigen und wenn möglich gruppenweit multiplizieren. Um dies zu erreichen, definieren wir unsere Governance rund um ESG-Themen, überprüfen unsere Zielsetzungen, legen Fahrpläne und Massnahmen fest und überprüfen regelmässig unsere Fortschritte. Ausserdem verankern wir das Thema Nachhaltigkeit in allen Bereichen, von der Beschaffung über Technik und Vertrieb bis hin zum Personalwesen.»

### **Was waren aus Ihrer Sicht die Nachhaltigkeits-Highlights 2022 von Vetropack?**

«Die wichtigste Errungenschaft war sicherlich die offizielle Verpflichtung, ein Ziel zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen im Einklang mit der Klimawissenschaft festzulegen und der «Science Based Targets»-Initiative (SBTi) beizutreten. Wir sind auch im Programm Supplier Leadership on Climate Transition (Supplier LoCT) dabei, das uns hilft, die SBTi zu erfüllen. Die Vetropack-Gruppe berichtet seit Jahren zur Treibhausgasbilanz des eigenen Betriebs (Scope 1 & 2) und ist dabei, die ganze Wertschöpfungskette (Scope 3) zu analysieren. Dies wird auch unsere Klimaberichterstattung gemäss den CDP- und TCFD-Richtlinien stärken.»

### **Was ist Ihnen persönlich in dieser Funktion wichtig?**

«Mein Ziel ist es, Vetropack wirklich nachhaltig zu machen, sowohl in ökologischer, sozialer als auch in ökonomischer Hinsicht. Darüber hinaus möchte ich das Bewusstsein für Nachhaltigkeit bei all unseren Anspruchsgruppen schärfen, damit wir mehr Wirkung erzielen können. Wir alle können in unserem Alltag zu mehr Nachhaltigkeit beitragen — sowohl bei der Arbeit als auch anderswo, mit grossen und kleinen Schritten.»

## Starkes Zeichen für den Klimaschutz gesetzt

Die in unserer Strategie 2030 formulierten Nachhaltigkeitsziele sehen vor, den CO<sub>2</sub>-Fussabdruck der Gruppe bis 2030 um weitere 30 Prozent gegenüber 2019 zu reduzieren und den Anteil von Glasscherben (Recyclingglas) in der Produktion auf 70 Prozent zu erhöhen. Darüber hinaus planen wir, den Anteil von erneuerbarem Strom zu erhöhen und unsere Logistik auf Klimaneutralität auszurichten.



\*im Vergleich zu 2019

Nachhaltigkeitsziele

Um die Ernsthaftigkeit unserer Klimaschutzbestrebungen zu unterstreichen, haben wir uns im Berichtsjahr der «Science Based Targets»-Initiative (SBTi) angeschlossen. In einem ersten Schritt werden wir kurzfristige unternehmensweite Emissionsreduktionsziele im Einklang mit der Klimawissenschaft festlegen. Zudem haben wir uns auch dem Programm Supplier Leadership on Climate Transition (Supplier LoCT) angeschlossen, einer Initiative zur Einbindung von Lieferanten ins Klimaschutzengagement. Dieses Programm soll uns als Lieferant helfen, unseren CO<sub>2</sub>-Fussabdruck zu verstehen, wissenschaftlich fundierte Emissionsreduktionsziele festzulegen, Massnahmen zu ergreifen und die Fortschritte offenzulegen.

[Performance-Bericht: Kapitel Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz](#)



## Transparente Nachhaltigkeitskommunikation

Um unsere internen und externen Anspruchsgruppen in unser Nachhaltigkeitsengagement einzubinden, setzen wir seit 2014 auf eine transparente Nachhaltigkeitsberichterstattung nach den Standards der Global Reporting Initiative (GRI). Dabei fokussieren wir seit 2016 auf entlang eines integrierten Modells als wesentlich identifizierte Themen, zu denen wir Managementansätze und Performance im Berichtsjahr rapportieren.

[Performance-Bericht: Wesentliche Themen](#)



[Performance-Bericht: Wesentlichkeitsanalyse](#)



# Unsere Mitgliedschaften und Verpflichtungen

## Engagement für die Initiative «Science Based Targets» (SBTi)

Die «Science Based Targets»-Initiative (SBTi) ist eine globale Initiative, die es Unternehmen ermöglicht, sich ehrgeizige Emissionsreduktionsziele zu setzen, die mit den neuesten Erkenntnissen der Klimawissenschaft übereinstimmen. Die SBTi konzentriert sich darauf, Unternehmen auf der ganzen Welt zu ermutigen, sich Ziele im Sinne eines 1.5-Grad-Reduktionspfads zu setzen und bis 2050 netto null Emissionen zu erreichen.

Mit dem Beitritt zur «Science Based Targets»-Initiative im Jahr 2022 hat sich Vetropack verpflichtet, unternehmensweit kurzfristige Emissionsreduktionsziele im Einklang mit der Klimawissenschaft festzulegen. Mit dieser Verpflichtung unterstreichen wir die hohe Priorität, die wir dem Klimawandel beimessen.

[Medienmitteilung «Vetropack beteiligt sich an der Initiative Science Based Targets \(SBTi\)» \(11.11.2022\)](#)



## EcoVadis-Silbermedaille

EcoVadis ist der weltweit grösste Anbieter von Nachhaltigkeitsratings für Unternehmen und verfügt über ein globales Netzwerk von über 100 000 bewerteten Firmen.

EcoVadis hat Vetropack 2022 die Silbermedaille verliehen, womit wir zu den besten 25 Prozent der bewerteten Unternehmen gehören.

[Webseite EcoVadis](#)



## Sedex Members Ethical Trade Audits (SMETA)

SMETA ist ein Verifizierungsverfahren von Sedex, das es Unternehmen ermöglicht, ihre Standorte und Lieferanten zu bewerten, um die Arbeitsbedingungen in der Lieferkette zu verstehen.

An den meisten Vetropack-Standorten führen wir regelmässig standardisierte SMETA-Audits durch, um die Einhaltung unserer eigenen Geschäftsethiken sowie der geltenden Arbeitsschutz- und Umweltschutzbestimmungen zu überprüfen.

[Webseite Sedex](#)



## ISO 45001 - Managementsysteme für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

ISO 45001 ist die internationale Norm für Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz, welche Anforderungen festlegt, um ein solides Managementsystem einzuführen.

Bis Ende 2022 wurden bereits fünf unserer Standorte nach ISO 45001 zertifiziert. Unser Ziel ist es, dass alle unsere Produktionsstandorte das Zertifikat ISO 45001 für ihre Managementsysteme zur Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz erhalten.



## Supplier Leadership on Climate Transition (Supplier LoCT)

Die Initiative hilft Lieferanten, ihren eigenen CO<sub>2</sub>-Fussabdruck zu verstehen, wissenschaftlich fundierte Emissionsreduktionsziele festzulegen, Massnahmen zu ergreifen, um diese zu erreichen, und über die Fortschritte zu berichten.

Vetropack ist 2022 dem Programm Supplier Leadership on Climate Transition beigetreten. Die Supplier LoCT unterstützt uns dabei, die SBTs (Science Based Targets) zu erreichen, die wir als unsere oberste Priorität beim Thema Nachhaltigkeit definiert haben.

[Performance-Bericht: Kapitel Energieeffizienz und Reduktion Treibhausgasemissionen](#)



[Webseite Guidehouse](#)



## International Partners in Glass Research (IPGR)

Der Industrieverband ist bestrebt, die Wettbewerbsfähigkeit von Glas in der Verpackungsindustrie durch Forschungs- und Entwicklungsprogramme sowie durch individuelle Kooperationen zwischen seinen Mitgliedern zu steigern und zu erhalten. IPGR sieht zwei Hauptziele als treibende Kraft für ihre Aktivitäten: den Energieverbrauch bei der Herstellung von Glasbehältern zu senken und die Festigkeit von Glas zu erhöhen.

Als Mitglied des Branchenverbandes und im Sinne der Innovationsstrategie von Vetropack fördern wir auch die Entwicklung von Innovationen durch Lieferanten, Kunden und internationale Forschungsgruppen wie IPGR.

[Webseite IPGR](#)



## GRI-Standards

Die GRI-Standards sind weltweit anerkannt für die Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Seit vielen Jahren erstellen wir den integrierten Geschäftsbericht in Übereinstimmung mit den GRI-Standards. Wir berichten transparent über unser Management von wirtschaftlichen, ökologischen, sozialen und Governance-Themen sowie über die Fortschritte, die wir in diesen Bereichen erzielt haben.

[Webseite GRI](#)



# Wesentliche Themen und Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs)

## Bestimmung der wesentlichen finanziellen und nichtfinanziellen Themen

Vetropack berichtet für das Geschäftsjahr 2022 zum vierten Mal in der Form eines Integrierten Geschäftsberichts, der umfassend über ihre finanziellen und nichtfinanziellen Leistungen informiert.

Wir gliedern die Berichterstattung und die wesentlichen Themen sinngemäss entsprechend den sogenannten sechs Kapitelien des «Integrated Reporting» (IR/IFRS):

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

## Neubeurteilung der wesentlichen Themen

Die 2019 erstellte Wesentlichkeitsmatrix wird von Vetropack jährlich im Rahmen des Berichterstattungsprozesses geprüft. 2022 fand eine umfassende Neubeurteilung der Relevanz statt. Um den aktuellen gesetzlichen Vorschriften (EU und Schweiz) und den Vorgaben der GRI-Standards 2021 zu entsprechen, wurde das Konzept der «doppelten Wesentlichkeit» angewendet. Es enthält zwei Beurteilungsperspektiven:

1. Einwirkungsbeurteilung («outside-in»-Perspektive): Wie relevant ist ein Thema für den langfristigen Geschäftserfolg von Vetropack?
2. Auswirkungsbeurteilung («inside-out»-Perspektive): Wie stark sind die Effekte der Geschäftstätigkeiten auf das Unternehmensumfeld – Wirtschaft, Menschen und Umwelt?

Auf die Stakeholder-Relevanz als dritte Perspektive zur Beurteilung der Wesentlichkeit wurde aufgrund veränderter Vorgaben wie in den GRI-Standards 2021 verzichtet.

## Identifizierung und Bewertung von Auswirkungen

Vetropack aktualisierte die bestehende Wesentlichkeitsanalyse im Berichtsjahr in einem mehrstufigen Prozess: Zuerst wurden mittels Umfeldanalyse zusätzlich zu beurteilende, potenziell wesentliche Themen benannt. Anschliessend identifizierte man zu diesen Themen die Aus- und Einwirkungen. Kompakte Beschreibungen auf dieser Basis beinhalten potenzielle und effektive, positive sowie negative Effekte entlang der Wertschöpfungskette. Ihre Beurteilung wurde mittels Online-Umfrage bei internen Stakeholdern eingeholt, konsolidiert und von der Geschäftsleitung im Rahmen eines Workshops validiert.

## Wesentliche Themen justiert und ergänzt

### Kunden und Lieferanten

Aktives Stakeholder-Engagement (wie bisher) →

Mehr-Lieferanten-Strategie (wie bisher) →

Gesundheit und Sicherheit von Kunden wie Konsumenten (wie bisher) →

### Finanzen

Cash Flow und Profitabilität  
(bisher zusammen mit «Nachhaltige Kapitalrendite») →

Nachhaltiges Wachstum und Marktposition (wie bisher) →

Nachhaltige Kapitalrendite  
(bisher zusammen mit «Cashflow und Profitabilität») →

Compliance (wie bisher) →

### Innovation und geistiges Eigentum

Innovationsstrategie und -portfolio (wie bisher) →

Produktionsprozessinnovationen mit Lieferanten  
(bisher «Prozessinnovationen mit Lieferanten») →

### Produktion und Produkte

Nachhaltige Produktlösungen (wie bisher) →

Kontinuierliche Qualitätsverbesserung entlang der Wertschöpfungskette (wie bisher) →

Digitalisierung und Automatisierung (wie bisher) →

Kundenspezifische Produkte (wie bisher) →

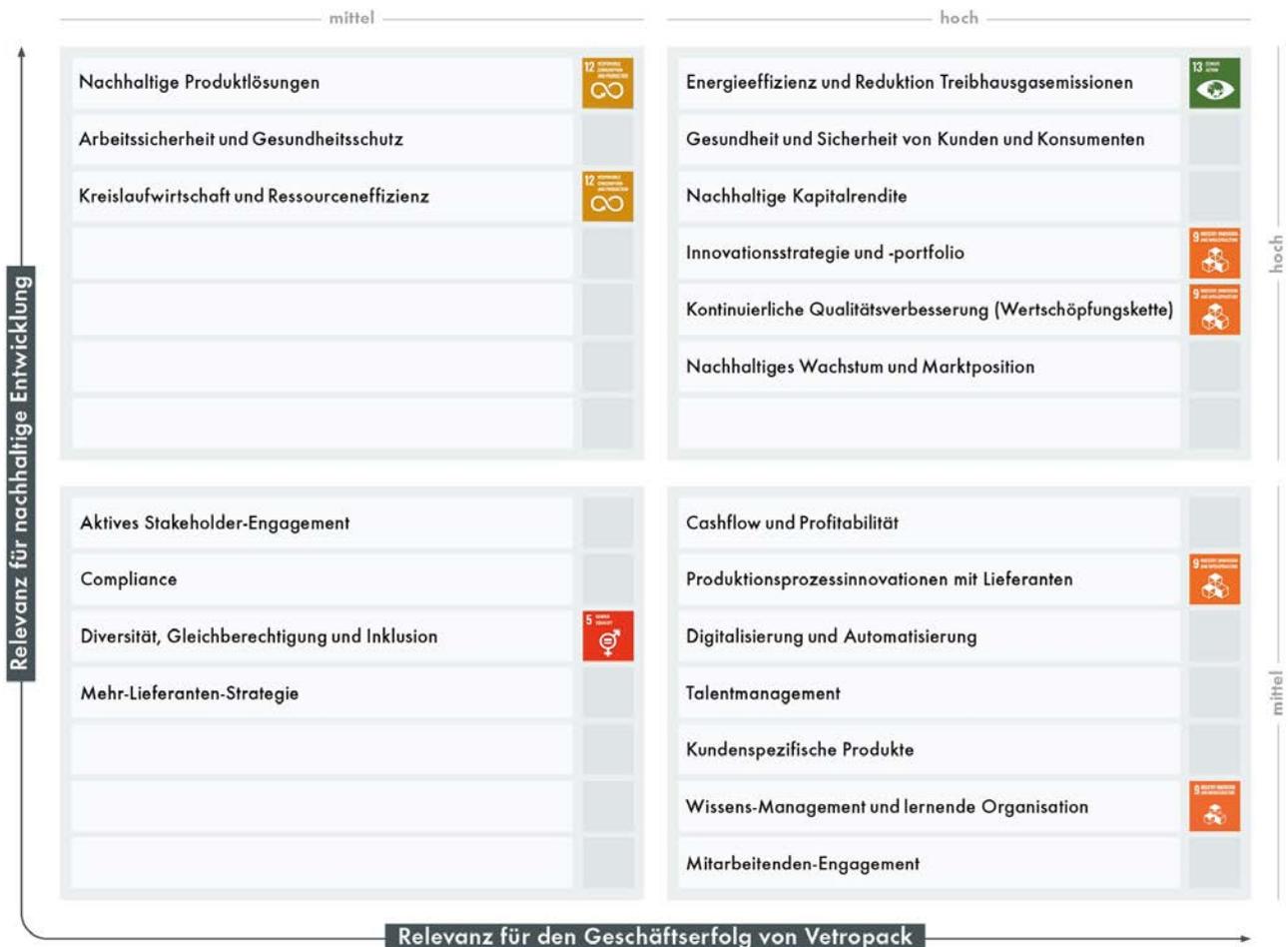
### Mitarbeitende

- Talentmanagement (wie bisher) →
- Mitarbeitenden-Engagement (wie bisher) →
- Wissens-Management und lernende Organisation (bisher «lernende Organisation») →
- Diversität, Gleichberechtigung und Inklusion (neu) →
- Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz (wie bisher) →

### Umwelt

- Energieeffizienz und Reduktion Treibhausgasemissionen (bisher «Energieeffizienz und erneuerbare Energie» resp. separate wesentliche Themen «Minimierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen, Abfall und Wasserverbrauch» sowie «klimaneutrale Logistik bis 2030») →
- Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz (bisher «Rohstoffeinsatz optimieren») →

## Materialitätsmatrix



# Beitrag zu den Entwicklungszielen der Vereinten Nationen (UN SDGs)

Die 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals [SDGs]) der Vereinten Nationen (United Nations [UN]) dienen Vetropack als Bezugssystem. Damit werden die Auswirkungen der eigenen Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft in den Kontext einer globalen nachhaltigen Entwicklung integriert.

Im Nachgang der Reevaluierung der Wesentlichkeitsanalyse haben wir unseren Beitrag zu den SDGs überprüft. Wir fokussieren hier auf jene vier von 17 SDGs, bei denen wir die grössten Hebel für eine massgebliche Mitwirkung sehen.



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

## Beitrag zum SDG 9

Die strategische Ausrichtung von Vetropack basiert auf folgenden Kernzielen: eine widerstandsfähige Infrastruktur schaffen und eine nachhaltige Industrialisierung aufbauen. Das Investitionsprogramm des Unternehmens wird Prozesse, Anlagen und Technologien auf den neuesten Stand bringen. Dies unterstützt eine nachhaltige Industrialisierung. Investitionsprojekte in den Regionen fördern dazu ein Netzwerk von kleinen Unternehmen rund um das Werk. Alle Werke der Vetropack-Gruppe werden von den Innovationen und Investitionen profitieren – ebenso wie ihre Partner entlang der Wertschöpfungskette sowie in ihrem Umfeld.

### Aspekt, auf den Vetropack in besonderem Masse Einfluss hat

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

### Wesentliche Themen

Innovationsstrategie und -portfolio →

Kontinuierliche Qualitätsverbesserung entlang der Wertschöpfungskette →

Produktionsprozessinnovationen mit Lieferanten →

Wissens-Management und lernende Organisation →



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

## Beitrag zum SDG 13

Als global agierendes Industrieunternehmen mit einem bedeutenden Energie- und Ressourcenbedarf hat 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 Reduktion Treibhausgasemissionen →

Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz →



«Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen»

## Beitrag zum SDG 12

Die Weltbevölkerung konsumiert gegenwärtig mehr Ressourcen, als die Ökosysteme bereitstellen können. Zudem verkörpert der konsumbasierte Abfall ein weiteres gewichtiges globales Problem. Glas besitzt zahlreiche Eigenschaften, die zu einem nachhaltigeren Konsum beitragen können. Erreichbare Ziele sind hier: weniger Ressourcenverbrauch, weniger Lebensmittelverschwendung 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 Produktlösungen →

Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz →



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

## Beitrag zum SDG 5

Für ein Unternehmen, das sich zu einer umfassend nachhaltigen Geschäftspolitik bekennt, ist die Beseitigung geschlechtsspezifischer Unterschiede Pflicht. Überdies zeigt die Gleichstellung der Geschlechter nachweislich positive Effekte auf wirtschaftlichen Erfolg, Produktivität, Wettbewerbsfähigkeit und Innovationsintensität. Traditionell sind Frauen in der Glasindustrie auf allen Hierarchiestufen und in allen Berufsprofilen in der Minderheit. Entsprechend hoch schätzt Vetropack hierbei das Verbesserungspotenzial ein.

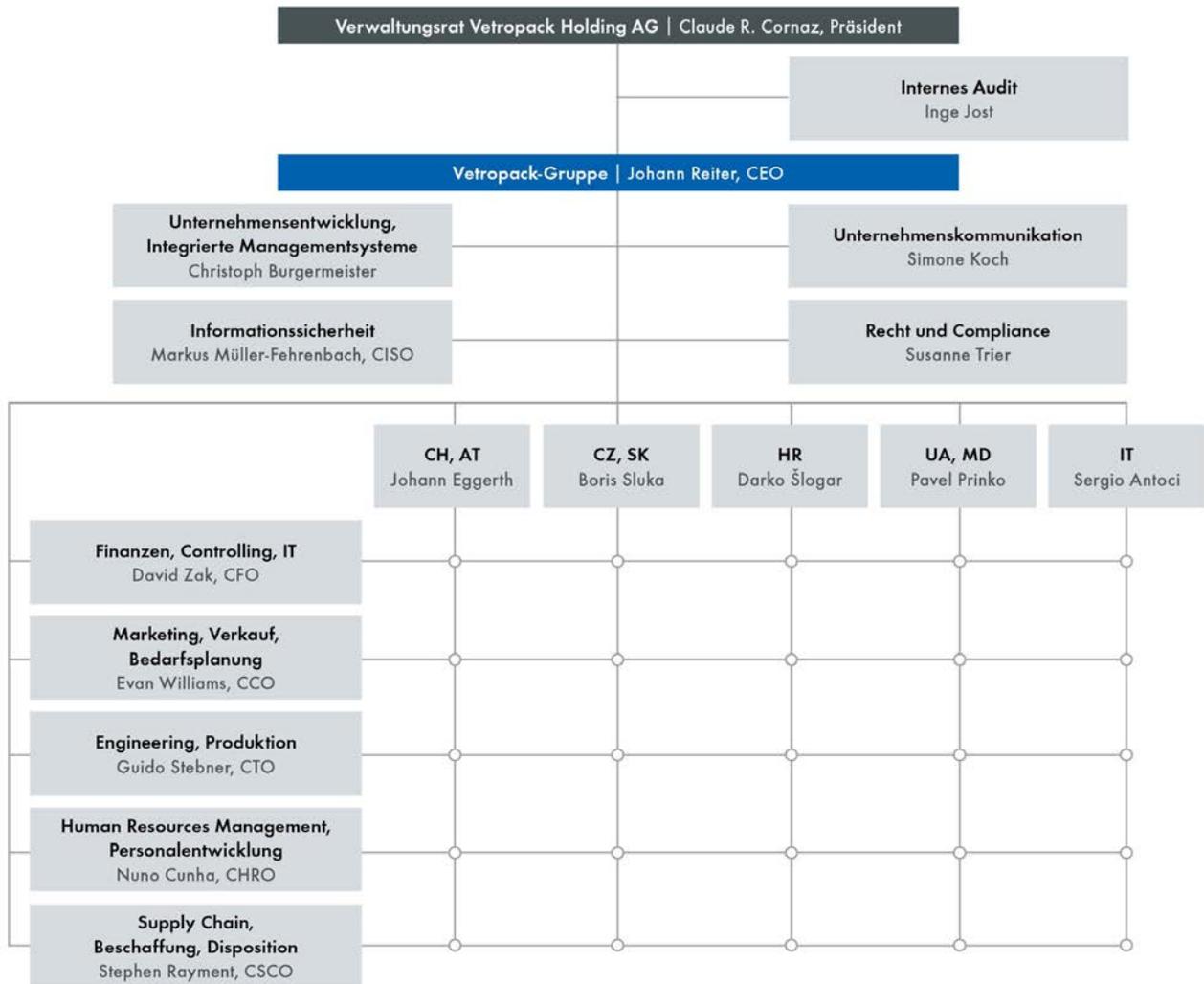
### Aspekt, auf den Vetropack in besonderem Masse Einfluss hat

- 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

Diversität, Gleichberechtigung und Inklusion →

# Führungsstruktur



# Erweiterte Geschäftsleitung



**Johann Reiter**  
CEO



**Christoph Burgermeister**  
Unternehmensentwicklung  
Integrierte Managementsysteme



**Simone Koch**  
Unternehmenskommunikation



**Susanne Trier**  
Recht und Compliance



**Johann Eggerth**  
Schweiz, Österreich



**Boris Sluka**  
Tschechische Republik,  
Slowakei



**Darko Šlogar**  
Kroatien



**Pavel Prinko**  
Ukraine, Republik Moldau



**Sergio Antoci**  
Italien



**David Zak**  
CFO



**Evan Williams**  
CCO



**Guido Stebner**  
CTO



**Nuno Cunha**  
CHRO



**Stephen Rayment**  
CSCO

per 31 December 2022

<b>Gruppenleitung</b>	
Johann Reiter, CEO	
David Zak, CFO	
Nuno Cunha, CHRO	
Johann Eggerth, Leiter Geschäftsbereich Schweiz/Österreich	
Stephen Rayment, CSCCO	
Guido Stebner, CTO	
Evan Williams, CCO	
<b>Finanzen, Controlling, IT und Beschaffung</b>	
David Zak	
– Group Reporting and Transfer Pricing	Andreas Buchs
– Group Controlling and Accounting	Adriano Melchiorretto
– IT	Georg Oberdammer
<b>Verkauf, Marketing und Produktionsplanung</b>	
Evan Williams	
– Group Technical Customer Service	Christoph Böwing
– Commercial Excellence	Armelle Dupont
<b>Human Resources</b>	
Nuno Cunha	
– Talent Acquisition	Maja Darija Skrljak
– Learning and Development	Keiko Seki von Allmen
– Talent Management	Panagiota Katinou
<b>Technologie und Produktion</b>	
Guido Stebner	
– Performance	Dubravko Stuhne
– Technology and Projects	Nick Giannoulas
– Innovation	Daniel Egger
<b>Supply Chain, Beschaffung und Disposition</b>	
Stephen Rayment	
– Group Procurement	Ulrich Ruberg
<b>Unternehmensentwicklung Integrierte Managementsysteme</b>	
Christoph Burgermeister	
– Integrated Management System	Claire Faessel a.i.
– Quality Management	Andrea Steinlein
– Occupational Health and Safety	Nenad Horvath
– Sustainability	Nicolas Lootens
<b>Unternehmenskommunikation</b>	
Simone Koch	
<b>Recht und Compliance</b>	
Susanne Trier	
<b>Schweiz/Österreich</b>	
Johann Eggerth	
<b>Marketing + Verkauf</b>	
– Schweiz	Christine Arnet
– Österreich	Ina Graggaber
<b>Human Resources</b>	Sabine Hameter-Weber
<b>Finanzen</b>	Gudrun Brack
<b>Supply Chain</b>	Werner Schaumberger
<b>Produktion</b>	
– St-Prex	Philippe Clerc
– Pöchlarn	Gerd Buchmayer
– Kremsmünster	Thomas Poxleitner
<b>Integriertes Managementsystem</b>	
– St-Prex	Renaud Roquigny
– Pöchlarn and Kremsmünster	Hannes Fasshuber

<b>Tschechische Republik/Slowakei</b>	
Boris Sluka	
<b>Sales + Marketing</b>	Peter Sumrák
– Czech Republic	Peter Sumrák
– Slovakia	Zuzana Hudecová
– Export Osteuropa	Vlastimil Ostrezi
<b>Supply Chain</b>	Jaroslav Mikliš
<b>Engineering</b>	Miroslav Šebík
<b>Integriertes Management System</b>	Aleš Habán
<b>Kyjev</b>	
– Production	Antonín Pres
– Finance + Human Resources	Milan Kucharčík
<b>Nemšová</b>	
– Production	Roman Fait
– Finance + Human Resources	Eva Vanková
<b>Kroatien</b>	
Darko Šlogar, a.i.	
<b>Marketing + Verkauf</b>	Mario Matković
<b>Finance</b>	Marija Špiljak
<b>Supply Chain</b>	Robert Vražić
<b>Human Resources</b>	Damir Gorup
<b>Produktion</b>	Božo Hršak
<b>Engineering</b>	Mario Berc
<b>Integriertes Management System</b>	Anica Hriberski-Leskovar
<b>Ukraine/Republi Moldau</b>	
Pavel Prinko	
– Ukraine	Pavel Prinko
– Republik Moldau	Oleg Baban
<b>Finance</b>	Oleksandr Bondarenko
– Ukraine	Oleksandr Bondarenko
– Republik Moldau	Boris Crivoi
<b>Supply Chain</b>	Serhii Kazhan
– Ukraine	Serhii Kazhan
– Republik Moldau	Igor Hincu
<b>Human Resources</b>	
– Ukraine	Antonina Dobrovska
– Republik Moldau	Antonina Dobrovska
<b>Integriertes Management System</b>	Pavel Prinko a.i.
<b>Gostomel</b>	
– Sales + Marketing	Hennadiy Arsiy
– Production	Roman Yatsuk
– Engineering	Mikola Marchenko
<b>Chişinău</b>	
– Sales + Marketing	Oleg Garstea
– Production + Engineering	Igor Volcanov
<b>Italien</b>	
Sergio Antoci	
<b>Marketing + Verkauf</b>	Francesco Bonazzi
<b>Finance</b>	Chiara Garancini
<b>Supply Chain</b>	Luca Marini
<b>Human Resources</b>	Annalisa Girardi
<b>Produktion + Engineering</b>	Giovanni Depoli
<b>Engineering</b>	Alberto Alvisi
<b>Integriertes Management System</b>	Alessandro Canulli
<b>Weitere Gesellschaften</b>	
Müller + Krempel AG	Mark Isler
Vetoreal AG	Matthias Bieri