

# Erfolgsgrundlagen

- 18 Erfolgsgrundlagen**
- 19 Geschäftsmodell
- 22 Strategie 2030
- 25 Risikomanagement
- 27 Anspruchsgruppen
- 29 Organisation

# Erfolgsgrundlagen

**Zentrale Grundlage für unseren Geschäftserfolg bildet das im Jahr 2023 neu definierte und strategisch geschärfte Geschäftsmodell. Damit möchten wir unseren Unternehmenszweck allen Anspruchsgruppen transparent darlegen und uns auch in Zukunft erfolgreich in der Glasindustrie positionieren.**

Vetropacks Geschäftsmodell basiert auf dem Rohstoff Glas. Glas ist unendlich oft und ohne Qualitätsverlust recyclebar, wiederverwendbar und damit integraler Bestandteil der Kreislaufwirtschaft. Glas bietet Schutz für Getränke sowie Lebensmittel und macht diese haltbar. Im Zentrum unseres Geschäftsmodells steht der Unternehmenszweck: «Wir ermöglichen jedem, Lebensmittel und Getränke auf die eleganteste, sicherste und verantwortungsvollste Weise zu geniessen.»

Damit wir unser Geschäft bis ins Jahr 2030 erfolgreich weiterentwickeln, orientieren wir uns an fünf strategischen Stossrichtungen. Sie prägen uns und tragen dazu bei, dass Vetropack langfristig die Glasindustrie mitgestaltet. Die passende Organisationsstruktur hilft uns, die Strategie umzusetzen.

Dank systematischem Risikomanagement handeln wir vorausschauend und können notwendige Massnahmen planen und realisieren.

Eine weitere wichtige Erfolgsgrundlage bildet die Interaktion mit unseren Anspruchsgruppen. So erfahren wir aus erster Hand, welche Anforderungen und Erwartungen an uns gestellt werden, welche Trends unser Geschäft beeinflussen, und wo unsere Stärken oder allfällige Verbesserungspotenziale liegen.



Erfolgsgrundlagen

# Geschäftsmodell

**Die Vetropack-Gruppe mit ihren rund 3 800 Mitarbeitenden und Hauptsitz in der Schweiz in Bülach ist eine der führenden Herstellerinnen von Glasverpackungen für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie in Europa. Vetropack verfügt über modernste Produktionswerke sowie Verkaufs- und Vertriebsstandorte in der Schweiz, Österreich, Tschechien, Kroatien, Slowakei, Ukraine, Italien, Republik Moldau und in Rumänien.**

Bei Vetropack ermöglichen wir den Genuss von Lebensmitteln und Getränken auf sichere, elegante und verantwortungsvolle Weise. Wir betrachten Glas als die nachhaltigste Verpackungslösung und das perfekte Material für lebensmittelsichere Verpackungen. Mit unserem ganzheitlichen Service-plus Ansatz unterstützen wir Kunden, ihre Wertschöpfungsketten zu optimieren und gewährleisten so die Sicherheit der Konsumenten. Langfristige und enge Beziehungen zeichnen die Zusammenarbeit mit uns aus. Das Streben nach einem tiefen CO<sub>2</sub>-Fussabdruck entlang der gesamten Lieferkette und das Engagement für Recycling als Schlüssel zur Optimierung des Produktlebenszyklus prägen unser Verständnis für Umweltverantwortung und Wirtschaftlichkeit.

Detaillierte Informationen zur Organisation und unseren Standorten sind auf unserer [Website](#) zu finden.

## Wir schützen Ihren Genuss.



### Wir sind Partner entlang des gesamten Produktlebenszyklus

1. Der grösste Anteil an Rohstoffen für die Herstellung unserer Produkte ist Recyclingglas. Daneben nutzen wir Quarzsand, Soda, Kalk, Dolomit, Feldspat und untergeordnete Komponenten zur Glasherstellung.
2. Wir stehen für moderne Produktionsprozesse und legen Wert darauf, energieeffizient und kundennah zu produzieren.
3. Wir legen Wert auf Qualität und Innovation. Wie z.B. unsere Mehrwegflasche *Echovai*, welche widerstandsfähiger, leichter und nachhaltiger ist.
4. Mit neun Glaswerken in acht Ländern sind wir mit einem maximalen Lieferradius von 400 km in Kundennähe.
5. Wir bieten technische Kundendienstlösungen an, um z.B. Probleme beim Abfüllvorgang zu lösen.
6. Mit unseren Kunden entwickeln wir auch personalisierte Glasfarben und -formen für unverwechselbare Produkte.
7. Unser Ziel: Genuss auf sichere, elegante und verantwortungsvolle Weise.
8. Mit wiederverwendbaren und rezyklierbaren Glasflaschen fördern wir die Kreislaufwirtschaft.





### **Kreislaufwirtschaft – die Basis unseres Geschäftsmodells**

Das Geschäftsmodell von Vetropack unterstützt den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft, da es auf natürlichen Rohstoffen beruht und Glas nahezu grenzenlos wiederverwertbar ist. Nachdem Vetropack bereits in den 1970er-Jahren Pionierarbeit im Glasrecycling leistete, führt das Unternehmen heute in allen Ländern, in denen es Glaswerke betreibt, Recyclingglas der Wiederverwertung zu. Zur Förderung hoher Glassammelquoten arbeitet Vetropack in vielen Ländern mit Verbänden zusammen (z.B. europäischer Verband der Behälterglas-Industrie [FEVE](#)) und betreibt eigene Scherbenaufbereitungsanlagen. Darüber hinaus treibt das Unternehmen die Entwicklung von Mehrwegflaschen voran, die unter anderem aus ressourcenschonendem Leichtglas hergestellt werden und deshalb noch handlicher sind.

### **Wir liefern der Getränke- und Lebensmittelindustrie qualitativ hochwertige und sichere Glasverpackungen.**

In enger Zusammenarbeit mit den Kunden produziert Vetropack Glasflaschen und Weithalsgläser. Wir entwickeln auf Wunsch individuelle, kundenspezifische Glasverpackungen, die entweder auf eigenen Entwürfen, auf den Ideen der Kunden oder auf den Ideen von externen Designern basieren. Im Zentrum sind dabei stets auch die Qualität und die Sicherheit unserer Produkte.

### **Glasverpackungen für höchste Ansprüche**

Ob Konfitüre, Mineralwasser, Wein oder Bier – welche Lebensmittel und Getränke unsere Kunden auch verpacken möchten, wir bieten rund 2500 verschiedene Glasverpackungen in Standard- und individuellen Formen an. Das Produktportfolio und Referenzgeschichten sind auf der [Website](#) zu finden.



Erfolgsgrundlagen

# Strategie 2030

**Unsere Strategie 2030 umfasst fünf Initiativen und soll die Geschäftsentwicklung bis ins Jahr 2030 prägen und vorantreiben. Die Strategie 2030 unterstützt uns beim Erschliessen von Wachstumspotenzialen im bestehenden Geschäft und hilft bei der Entwicklung neuer Geschäftsfelder. Wir setzen die Strategie 2030 dank unserer Kultur und unseren Werten sowie mittels klarer Strukturen und Verantwortlichkeiten erfolgreich um.**



Im Jahr 2019 initiierte Vetropack einen umfassenden Transformationsprozess, welcher auf fünf strategischen Initiativen basiert. Für alle fünf Initiativen wurden seit Beginn Projekte an unseren Standorten realisiert. Die fünf Hauptachsen zeigen die angestrebte Geschäftsentwicklung bis ins Jahr 2030 auf und zielen darauf ab, dass sich Vetropack langfristig als starker Player auf dem Markt positionieren und die Glasindustrie massgeblich mitgestalten kann.

## Flexibilität und Stabilität

Unsere gewachsene Firmenkultur ermöglicht die notwendige Flexibilität, um auf unerwartete Herausforderungen zu reagieren. So bewährte sich die Strategie 2030 insbesondere in den letzten durch die Corona-Pandemie und den Krieg in der Ukraine geprägten Jahren. Dies ist auch unserem resilienten und damit robusten [Geschäftsmodell](#) zu verdanken.

## Fünf strategische Initiativen – die Basis der Strategie 2030

Im Folgenden werden unsere fünf strategischen Initiativen der Strategie 2030 beschrieben.

### Clearly Sustainable – selbstverständlich nachhaltig

Vetropack verfolgt einen ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz, welcher darauf abzielt, bis 2030 Best in Class in Sustainability in unserer Industrie zu werden. In der strategischen Initiative **Clearly Sustainable** liegen unsere Schwerpunkte auf schonendem Umgang mit Ressourcen, der Förderung unserer Mitarbeitenden sowie auf rechtskonformem Wirtschaften.

### Expand the Core – den Kern erweitern

**Expand the Core** definiert eine Strategie, mit der die Marktpositionen in den Heimatmärkten erhalten und gestärkt werden. So rücken wir noch näher an unsere Kunden und positionieren uns als hochwertigen Partner sowie als Full-Service-Anbieter. Teil von **Expand the Core** ist auch die Expansion unserer bewährten Produkte und Dienstleistungen in ausgewählte Märkte.

### Value Growth – Wertzuwachs

Mit **Value Growth** erweitert Vetropack bewährte Kompetenzen. Der Einstieg in neue Geschäftssparten und Dienstleistungen erfolgt dabei entlang der Wertschöpfungskette unserer Glasverpackungen. Dies hilft uns, die Kundenbeziehungen zu festigen und Wert zu generieren.

### Drive Innovation – Innovation vorantreiben

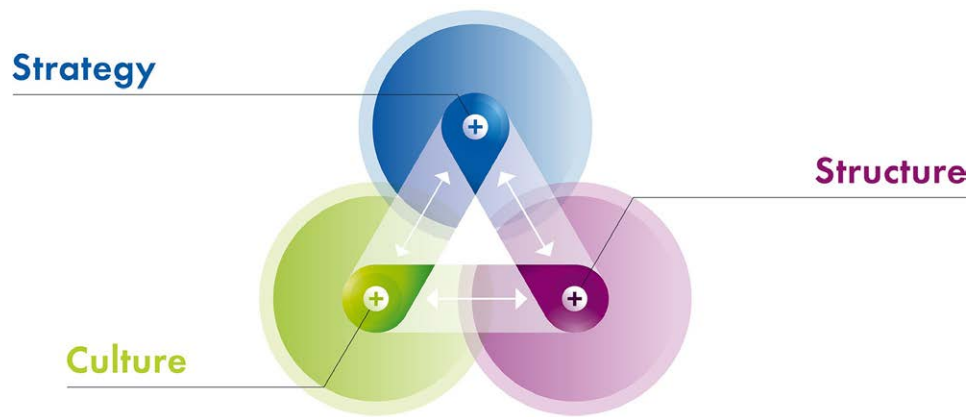
Mit neuen Produkt- und Marktinnovationen stärkt Vetropack im Rahmen von **Drive Innovation** ihre Position als Trendsetter in der Glasindustrie und erschliesst dabei neue Geschäftsbereiche.

### Leader in Quality – führend in Qualität

Unter **Leader in Quality** richtet Vetropack alle Aktivitäten so aus, dass die Strategie auf Gruppenebene optimal unterstützt wird. Dies beinhaltet einen ganzheitlichen Operational Excellence-Ansatz sowie entsprechende Strukturen und Prozesse in den Bereichen Vertrieb und Technologie/Produktion. Vetropack nutzt die Chancen der Digitalisierung und positioniert sich als Employer of Choice.

## Unternehmenszweck und Werte

Wir definierten einen Prozess, um der grundlegenden Transformation des Unternehmens und des Geschäftsmodells über einen Zeitraum von zehn Jahren einen Rahmen zu geben. Die angestrebte Transformation umfasst nicht nur die Strategie mit dem **Unternehmenszweck** («Purpose»), sondern auch die Struktur – im Sinne von **Organisation und Verantwortlichkeiten** – sowie die Kultur, wozu unsere Werte («Values») gehören.



Unser Unternehmenszweck lautet folgendermassen: «Wir ermöglichen jedem, Lebensmittel und Getränke auf die eleganteste, sicherste und verantwortungsvollste Weise zu geniessen.» Wir schaffen hochwertige und einzigartige Produkte und Dienstleistungen.

Dank langjähriger Tradition in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie verstehen wir die Bedürfnisse unserer Anspruchsgruppen und sind bestrebt, qualitativ hochwertige Produkte anzubieten. Glas ist ein elegantes Material. Elegant bedeutet auch, individuelle, kundenspezifische Produkte anzubieten. Die wichtigste Anforderung an unsere Produkte ist die Sicherheit: Glas hat einen natürlichen Ursprung und eine inerte Struktur, wodurch Lebensmittel und Getränke sicher verpackt werden. Verantwortungsvoll bezieht sich darauf, dass Glas unendlich oft und vollständig recycelbar und damit umweltschonend ist.

Unsere Werte stehen für unsere Überzeugungen und Prinzipien. Sie leiten unsere tägliche Arbeit sowie den Umgang miteinander und mit unseren Anspruchsgruppen. Unsere Werte lauten folgendermassen:

- Gewährleistung von Verantwortlichkeit
- Gemeinsam sicher navigieren
- Garantierte Qualitätsführerschaft
- Veränderungen vorwegnehmen
- Vertrauen und Zuversicht schaffen
- Verantwortung für die Umwelt wahrnehmen





Erfolgsgrundlagen

# Risikomanagement

**Das Risikomanagement der Vetropack-Gruppe dient der Identifikation, der Beurteilung und dem strategischen Umgang mit wesentlichen Risiken. Die Risikomatrix und die resultierenden Massnahmen werden jährlich durch die Geschäftsleitung aktualisiert und vom Verwaltungsrat genehmigt.**

## Risikoidentifikation und -beurteilung

Vetropack identifiziert und beurteilt potenzielle Risiken anhand eines standardisierten Verfahrens. Dieser Prozess ist essenziell für den langfristigen Geschäftserfolg und zielt auf die Bewusstseinsförderung ab: Alle Mitarbeitenden sind aufgefordert, im Rahmen ihres täglichen Handelns verantwortungsvoll mit Risiken umzugehen. Nebst Risiken berücksichtigt das Unternehmen auch Chancen.

Vetropack teilt Risiken folgendermassen ein:

- Finanzielle Risiken
- Strategische sowie geopolitische Risiken
- Betriebsrisiken
- Organisatorische Risiken

Das Management erstellt jährlich eine Risikomatrix für die Vetropack-Gruppe. Die Matrix klassiert die wesentlichen Risiken anhand des möglichen Schadensausmasses sowie anhand der Eintretenswahrscheinlichkeit. Für die Risikobeurteilung nutzt Vetropack die folgenden vier Abstufungen:

- Worst Case Scenario: Existenzbedrohende Risiken
- Hohes Risiko: Starker Einfluss auf die Geschäftsziele
- Mittleres Risiko: Störung wichtiger Geschäftsprozesse
- Tiefes Risiko: unwesentliche Beeinträchtigung einzelner Geschäftsprozesse

## Risikomanagementmassnahmen

Nach der Konsolidierung und Bewertung der Risiken werden, sofern identifizierte Risiken nicht toleriert werden, Massnahmen und Strategien zur Risikominimierung erarbeitet. Die Umsetzung der Massnahmen wird kontinuierlich und systematisch überwacht.

## Genehmigung der Risikomatrix

Die für die gesamte Gruppe erstellte Risikomatrix mit den identifizierten Strategien und Massnahmen zur Risikominimierung wird jährlich durch das Management validiert und dem Verwaltungsrat zur Genehmigung vorgelegt.

## Nachhaltigkeitsrisiken

Im Jahr 2023 befasste sich Vetropack insbesondere auch mit Nachhaltigkeitsrisiken und deren Auswirkungen auf den Geschäftsgang. Hierbei wurde auch der für Vetropack tätige Sustainability Manager miteinbezogen. Ebenso wurde eine umfassende Risikoanalyse betreffend Umwelt- und Sozialaspekten in der Supply Chain durchgeführt.

Die Energiepreise waren 2023 nach wie vor ein kritisches Unternehmensrisiko. Durch eine entsprechende Energiebeschaffungsstrategie konnten Planungsprozesse optimiert und die Entwicklung von Energiekosten besser antizipiert werden.

Weil gewisse Schweizer Unternehmen ab dem Geschäftsjahr 2024 verpflichtet sein werden, nach den Anforderungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) Bericht zu erstatten, und sich für Vetropack Klimaaspekte als zunehmend relevant erweisen, genehmigte der Verwaltungsrat Ende 2023 eine Roadmap zur systematischen Integration physischer und transitorischer Klimarisiken ins Risikomanagement ab.





Erfolgsgrundlagen

# Anspruchsgruppen

**Zahlreiche Wechselwirkungen und Abhängigkeiten prägen die Beziehungen zu unseren Anspruchsgruppen. Wir interagieren mit unseren Anspruchsgruppen, um ihre Anliegen abzuholen und allfällige Risiken zu identifizieren. Im Rahmen von Öffentlichkeitsarbeit und transparenter Kommunikation wollen wir die (Arbeitgeber-)Marke Vetropack bekannt machen. Die Mitgliedschaft in Verbänden und Branchenvereinigungen hilft uns beim Wissenstransfer.**

Als börsenkotierte Aktiengesellschaft sind die **Aktionäre** von Vetropack – vereint in der Generalversammlung – das höchste Organ des Unternehmens. Über Statuten und personelle Entscheide geben sie den Rahmen der Unternehmensaktivitäten und -strategie vor. Durch die Abnahme von Jahresbericht und Konzernrechnung geben sie jährlich ein Votum ab, ob sie mit der Umsetzung der Strategie, den Geschäftstätigkeiten und dem finanziellen Ergebnis zufrieden sind. Wir informieren die Aktionäre sowie weitere interessierte Anspruchsgruppen über Geschäfts- und Halbjahresberichte sowie über Medienmitteilungen. Aktionäre können die Traktandierung eines Verhandlungsgegenstandes verlangen, sofern sie zusammen mindestens über 0,5 Prozent des Aktienkapitals oder der Stimmen verfügen. Aktionäre, die mindestens über fünf Prozent des Aktienkapitals oder der Stimmen vertreten, können unter schriftlicher Angabe der Anträge an den Verwaltungsrat jederzeit die Einberufung einer ausserordentlichen Generalversammlung verlangen.

Eine Sonderstellung nimmt der **Mehrheitsaktionär** der Vetropack Holding AG ein: die Cornaz AG-Holding. Sie stellt mit Richard Fritschi den Verwaltungsratspräsidenten und mit Claude R. Cornaz den Vizepräsidenten.

Sowohl der CEO als auch der CFO pflegen Beziehungen zu Investoren und sind verantwortlich für die Beantwortung von deren Anfragen. Dieser Austausch findet im Rahmen von Meetings oder Werksbesichtigungen statt.

Zentrale Anspruchsgruppen in unserem operativen Geschäft sind unsere **Lieferanten**, die **Kunden** sowie die **Konsumenten**. Der Chief Supply Chain Officer (CSCO) verantwortet beispielsweise die Interaktion mit den Lieferanten. Der Chief Commercial Officer (CCO) ist für die Kundenpflege, die Bedarfsplanung sowie den Verkauf zuständig. Die Entwicklung innovativer, kundenspezifischer Produkte wird durch die Abteilung Engineering und Produktion vorangetrieben. Mit unseren Kunden interagieren wir täglich und führen regelmässig – zuletzt 2023 – Umfragen durch, um Erkenntnisse über ihre Bedürfnisse und Anforderungen zu erhalten und um uns strategisch weiterzuentwickeln.

Unsere Glaswerke schaffen Arbeitsplätze, generieren Wertschöpfung und können auch den Auf- und Ausbau der lokalen Infrastruktur fördern. Die **Gemeinden**, in denen sich unsere Werke befinden, haben auch gewisse negative Auswirkungen – beispielsweise Verkehr oder im unmittelbaren Umfeld auch Lärm – zu tragen. Aus diesem Grund ist Vetropack bemüht, die relevanten Emissionsgrenzwerte dank technologischen Optimierungen einzuhalten.

In einigen Ländern kooperiert Vetropack mit **Schulen**, um Kinder fürs Sammeln von Glas und für umweltfreundliches Handeln zu sensibilisieren. Dazu organisieren wir Projekte und Wettbewerbe (z.B. Vetro Challenge durch Vetropack Straža) zusammen mit lokalen Schulen. Am schweizweit durchgeführten Zukunftstag nimmt auch Vetropack teil und gewährt interessierten Schülern Einblick in den Berufsalltag.

Mittels Öffentlichkeitsarbeit, zum Beispiel durch die Unterstützung von Anlässen und Werbung, machen wir die **Bevölkerung**, die Endkonsumenten unserer Produkte, auf die Vorteile von Glas als Lebensmittel- und Getränkeverpackung sowie auf die Umweltrelevanz von Recycling aufmerksam. Durch strenge Qualitätskontrollen und standardisierte Produktionsprozesse gewährleisten wir, dass die **Konsumenten** Lebensmittel und Getränke ohne Gefahr geniessen können und die Lebensmittel und Getränke dank unserer Glasverpackungen haltbar sind.

**Medien:** Für die Interaktion mit unseren Anspruchsgruppen (Bevölkerung, Kunden, potenzielle Neukunden, Geschäftspartner...) nutzen wir verschiedene Kommunikationsmittel: unsere Unternehmenswebsite, unser internes Portal, Mitarbeitermagazine und Mitarbeiter-App (Beekeeper), Broschüren, Fachmagazine, das Kundenmagazin Vetrotime sowie LinkedIn als präferierten Social-Media-Kanal. Dabei pflegen wir eine kompakte, faktenbasierte Kommunikation. Um unsere Anspruchsgruppen zu erreichen, geben wir thematische Einblicke in unser tägliches Arbeiten. Wir setzen hier auf eine Mischung aus Gruppenkommunikation und Beiträgen aus unseren Standorten. Ebenfalls veröffentlichten wir seit 2022 ein Vielfaches an Medienmitteilungen.

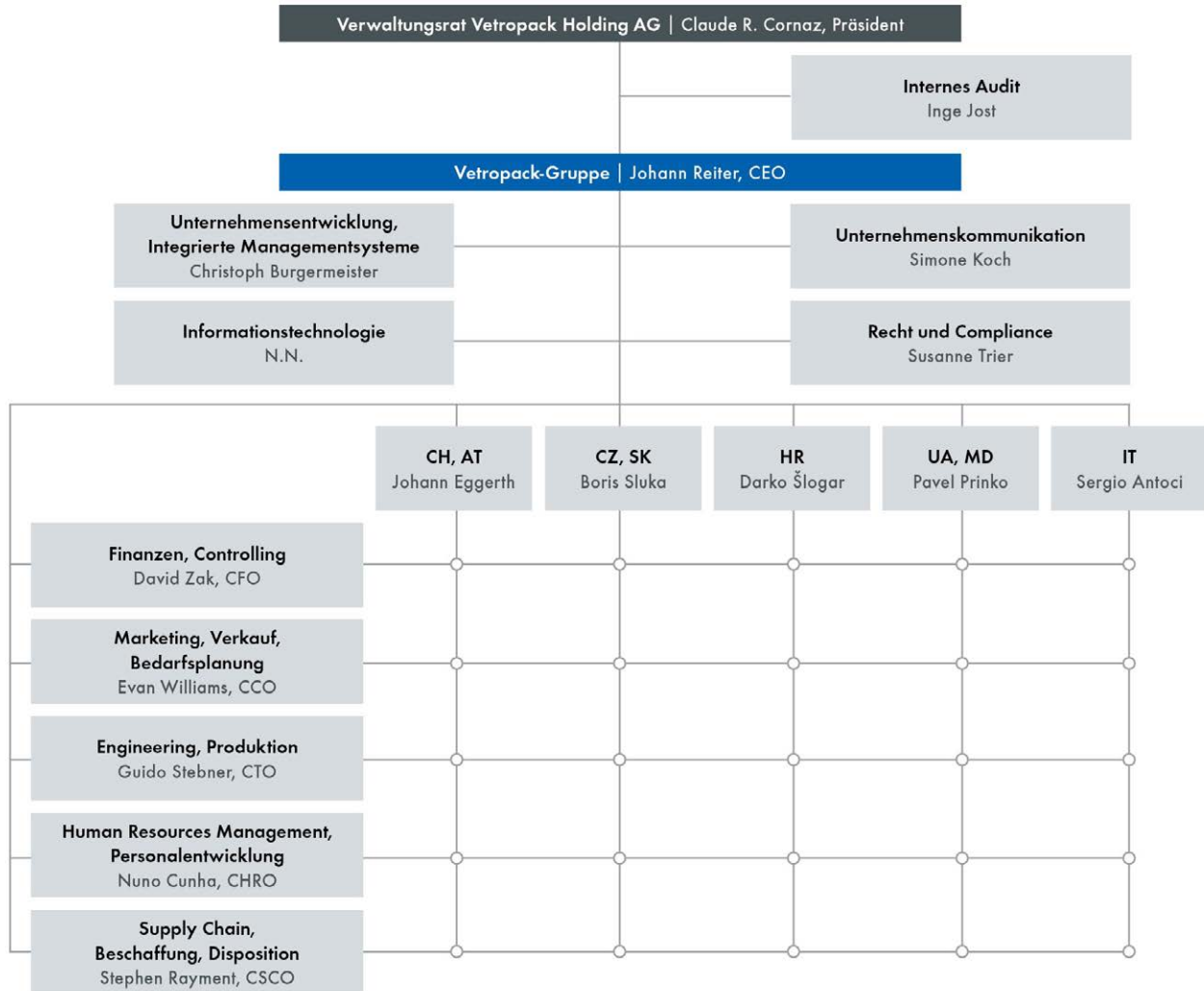
Der Umgang mit und die Einbindung der **Mitarbeitenden** werden im Berichtsteil Nachhaltigkeit unter [Social Impact](#) ausführlich geschildert.

## Mitgliedschaften und Verbände

Wir engagieren uns in Verbänden und Branchenvereinigungen mit dem Ziel des Wissenstransfers hinsichtlich innovativer Prozesse, neuester Technologie und umweltfreundlicher, sicherer Herstellungsverfahren. Die Auflistung aller Mitgliedschaften ist auf unserer [Website](#) zu finden. Am zentralsten für uns ist [FEVE](#) (Fédération Européenne du Verre d'Emballage), der europäische Branchenverband für Glasverpackungen. Im Rahmen unserer Mitgliedschaft engagieren wir uns gemeinsam mit den anderen Glasherstellern für Initiativen wie Close the Glass Loop und sensibilisieren die Bevölkerung für die Vorteile von Glas als Verpackungsmaterial.



# Organisationsstruktur



## Erweiterte Geschäftsleitung



v.l.: Sergio Antoci, Pavel Prinko, Darko Šlogar, Johann Reiter, David Zak, Nuno Cunha, Evan Williams, Stephen Rayment, Johann Eggerth, Simone Koch, Boris Sluka, Guido Stebner, Christoph Burgermeister; Auf dem Bild fehlt: Susanne Trier

# Organigramm per 31. Dezember 2023

<b>Gruppenleitung</b>	
Johann Reiter, CEO	
David Zak, CFO	
Nuno Cunha, CHRO	
Johann Eggerth, Leiter Geschäftsbereich Schweiz/Österreich	
Stephen Rayment, CSCO	
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	N.N.
<b>Verkauf, Marketing und Produktionsplanung</b>	
Evan Williams	
- Group Technical Customer Service	Christoph Böwing
- Commercial Excellence	Armelle Dupont
- Marketing	Tanja Gašpar
<b>Human Resources</b>	
Nuno Cunha	
- Talent Acquisition	Maja Darija Skrljak
- Learning and Development	Keiko Seki von Allmen
- Talent Management	Panagiota Katiniou
<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	N.N.
- 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>Verkauf + Marketing</b>	
- Schweiz	Christine Arnet
- Österreich	Ina Graggaber
<b>Human Resources</b>	
- Schweiz	Birgit Bally
- Österreich	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 Paxleitner

<b>Integriertes Managementsystem</b>	
- St-Prex	Renaud Roquigny
- Pöchlarn + Kremsmünster	Hannes Fasshuber
<b>Tschechische Republik/Slowakei</b>	
Boris Sluka	
<b>Verkauf + 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>Kyjov</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	
<b>Verkauf + Marketing</b>	
Mario Matković	
<b>Finance</b>	
Marija Špiljak	
<b>Supply Chain</b>	
Robert Vražić	
<b>Human Resources</b>	
Lahorka Krsnik Cingulin	
<b>Produktion</b>	
Božo Hršak	
<b>Engineering</b>	
Mario Berc	
<b>Integriertes Management System</b>	
Anica Hriberski-Leskovar	
<b>Ukraine/Republik Moldau</b>	
Pavel Prinko	
- Ukraine	Pavel Prinko
- Republik Moldau	Boris Crivoi
<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>	
- Verkauf + Marketing	Yaroslav Klimenko
- Production	Roman Yatsuk
- Engineering	Mikola Marchenko
<b>Chişinău</b>	
- Verkauf + Marketing	Oleg Garstea
- Production + Engineering	Igor Volcanov
<b>Italien</b>	
Sergio Antoci	
<b>Verkauf + Marketing</b>	
Francesco Bonazzi	
<b>Finance</b>	
Chiara Garancini	
<b>Supply Chain</b>	
Luca Marini	
<b>Human Resources</b>	
Annalisa Girardi	
<b>Produktion</b>	
Alessandro Canulli	
<b>Engineering</b>	
Giovanni Depoli	
<b>Integriertes Management System</b>	
N.N.	
<b>Weitere Gesellschaften</b>	
Müller + Krempel AG	Mark Isler
Vetroreal AG	Matthias Bieri