



2019

Vetropack Holding AG
Integrierter Geschäftsbericht
und Vergütungsbericht

Integrierter Geschäftsbericht und Vergütungsbericht 2019

Bericht des Verwaltungsrats	3
Interview CEO	8
Erfolgsgrundlagen	14
Finanzbericht der Vetropack-Gruppe	74
Finanzbericht der Vetropack Holding AG	107
Corporate Governance	117
Vergütungsbericht	137
Nachhaltigkeitsbericht	145



Bericht des Verwaltungsrats

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre

Die Schweizer Vetropack-Gruppe steigerte im Geschäftsjahr 2019 die Nettoerlöse um 3,5 Prozent auf CHF 714,9 Mio. (2018: 690,7 Mio.). Der Konzerngewinn nahm um 25,6 Prozent auf 73,0 Mio. (2018: 58,1 Mio.) zu.



Nettoerlöse erneut gesteigert

2019 erzielte die Vetropack-Gruppe **Nettoerlöse** von CHF 714,9 Mio., 3,5 Prozent mehr als im Vorjahr (2018: CHF 690,7 Mio.). Die Zunahme in Lokalwährung betrug 5,7 Prozent.

Absatz

Ebenso wie im Vorjahr setzt die Vetropack-Gruppe im Geschäftsjahr 2019 5,16 Mia. Stück Verpackungsglas (2018: 5,16 Mia. Stück) ab. Das hohe Verkaufsvolumen im 2018 konnte nur durch Lagerabbau erreicht werden. Da im 2019 jedoch zusätzliche Produktionskapazitäten zur Verfügung standen, konnte der Absatz vollumfänglich aus der laufenden Produktion abgedeckt werden.

Entwicklung der Vetropack-Gesellschaften

Das Marktumfeld war im Geschäftsjahr 2019 weiterhin sehr positiv. Die guten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie der Trend nach nachhaltigen und natürlichen Verpackungsmaterialien steigerte die Nachfrage in der gesamten Branche. In ganz Europa wurden rund 2 Prozent mehr Glasverpackungen verkauft als im Vorjahr.

Im Zuge dieser Entwicklung konnte die Schweizer Tochtergesellschaft die Nettoerlöse auf CHF 88,6 Mio. (2018: CHF 87,4 Mio.) steigern und die Wertschöpfung deutlich ausbauen.

Die beiden Glaswerke der Vetropack Austria in Pöchlarn und Kremsmünster erwirtschafteten um 6,4 Prozent erhöhte Nettoerlöse von EUR 202,6 Mio. (2018: EUR 190,4 Mio.). Weil keine Wannenversionen durchgeführt werden mussten, stand die gesamte Kapazität zur Verfügung, was sich positiv auf die Wertschöpfung auswirkte.

Aufgrund eines veränderten Verkaufsmixes, der über die Gruppe koordiniert wurde, erreichte die tschechische Gesellschaft Vetropack Moravia Glass Nettoerlöse von CZK 2398,7 Mio. (2018: CZK 2454,5 Mio.). Dank der effizienten Auslastung konnte auch dieses Unternehmen die Wertschöpfung ausbauen.

Die slowakische Gesellschaft Vetropack Nemšová erhöhte die Nettoerlöse um 13,4 Prozent auf EUR 65,2 Mio. (2018: EUR 57,5 Mio.). Diese Steigerung wurde aufgrund der im Vorjahr erweiterten Produktionskapazität einer Weissglaswanne erzielt. Nach dem Abschluss der im 2019 neu erstellten Farbglaswanne stehen dem Unternehmen ab 2020 zusätzliche Kapazitäten zur Verfügung.

Die Nettoerlöse der kroatischen Gesellschaft Vetropack Straža betrug HRK 862,5 Mio. (2018: HRK 857,2 Mio.). Die Wertschöpfung blieb auf dem hohen Niveau des Vorjahrs.

Trotz reduzierter Kapazitäten aufgrund einer turnusmässigen Wannenversion erzielte die ukrainische Tochtergesellschaft Vetropack Gostomel im Berichtsjahr um 7,5 Prozent höhere Nettoerlöse von UAH 2416,7 Mio. (2018: UAH 2248,1 Mio.). Vetropack Gostomel konzentrierte sich zu Lasten des Exports weiterhin auf die Inlandnachfrage. Dank der optimierten Produktionskosten und der stabilen lokalen Währung konnte die Wertschöpfung weiter ausgebaut werden.

Im Berichtsjahr revidierte die italienische Tochtergesellschaft Vetropack Italia die beiden Schmelzwannen und die dazugehörigen Anlagen. Aufgrund dieser Revision standen dem Unternehmen 2019 tiefere Produktionskapazitäten zur Verfügung als im Vorjahr. Die Nettoerlöse lagen mit EUR 78,8 Mio. (2018: EUR 79,1 Mio.) auf dem Vorjahresniveau.

Produktionskapazitäten leicht ausgebaut

Das Berichtsjahr war gekennzeichnet durch mehrere Revisionen und Modernisierungen, deren Kapazitätssteigerungen erst im 2020 voll zur Wirkung kommen werden. Trotzdem gelang es der Vetropack-Gruppe, 1,46 Mio. Tonnen (2018: 1,45 Mio. Tonnen) herzustellen, 1,0 Prozent mehr als im Vorjahr.

Ertragskraft signifikant gewachsen

Das konsolidierte EBIT der Vetropack-Gruppe nahm gegenüber dem Vorjahr um 15,1 Prozent zu und betrug CHF 90,2 Mio. (2018: CHF 78,4 Mio.). Die EBIT-Marge lag mit 12,6 Prozent der Nettoerlöse deutlich über dem Vorjahreswert von 11,3 Prozent. Dieses erfreuliche Ergebnis wurde durch den weiteren Ausbau der Produktionseffizienz, stabile Produktionskosten sowie vermehrte Nachfrage nach hochwertigeren Glasverpackungen erreicht.



Konzerngewinn erhöht

Der konsolidierte Jahresgewinn stieg um 25,6 Prozent auf CHF 73,0 Mio. (2018: CHF 58,1 Mio.) und die Gewinnmarge betrug 10,2 Prozent (2018: 8,4 Prozent).

Liquidität weiter gesteigert

Aufgrund der gestiegenen Wertschöpfung erreichte der Cash Flow im Berichtsjahr CHF 153,1 Mio. (2018: CHF 135,7 Mio.), was 21,4 Prozent (2018: 19,6 Prozent) des Nettoumsatzes entsprach. Wie im Vorjahr investierte die Vetropack-Gruppe wiederum in den Ausbau der Kapazitäten. Gesamthaft wurden CHF 123,7 Mio. (2018: CHF: 115,6 Mio.) für materielle und immaterielle Anlagen ausgegeben. Alle Investitionen konnten vollumfänglich aus eigenen Mitteln finanziert werden. Mit CHF 28,1 Mio. (2018: CHF 28,6 Mio.) veränderte sich der Freie Cash Flow nur marginal. Die Nettoliquidität der Gruppe nahm auf CHF 81,4 Mio. (2018: CHF 72,3 Mio.) zu.

Solide Bilanzstruktur

Die konsolidierte Bilanzsumme betrug CHF 949,2 Mio. (2018: CHF 947,4 Mio.). Das Umlaufvermögen sank auf CHF 365,0 (2018: CHF 399,6 Mio.). Die Abnahme der flüssigen Mittel und Debitoren führten zu dieser Reduktion. Aufgrund der hohen Investitionstätigkeit stieg das Anlagevermögen auf CHF 584,2 Mio. (2018: CHF 547,8 Mio.). Das Fremdkapital in der Höhe von CHF 197,0 Mio. (2018: CHF 235,8 Mio.) reduzierte sich im Berichtsjahr durch die Rückzahlung kurzfristiger Kredite.

Das Eigenkapital konnte auf CHF 752,2 Mio. (2018: CHF 711,6 Mio.) ausgebaut werden. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich auf 79,2 Prozent (2018: 75,1 Prozent).

Ende des Berichtsjahrs beschäftigte die Vetropack-Gruppe 3366 Mitarbeitende (31. Dezember 2018: 3291 Mitarbeitende).

Investitionen erhöht

Der operative Geldfluss aus Investitionstätigkeit betrug CHF 128,6 Mio. (2018: CHF 107,0 Mio.). Die umfassende Modernisierung sowie die Kapazitätssteigerungen der beiden Farbglaswannen und deren Produktionsanlagen in der Slowakei und in der Ukraine standen im Fokus. Damit bis zur Eröffnung des neuen Glaswerks 2022 im italienischen Boffalora sopra Ticino den Kunden die notwendigen Kapazitäten und die hohe Qualität garantiert werden können, wurden im Glaswerk Trezzano sul Naviglio die beiden bestehenden Schmelzwannen und deren Produktionsanlagen optimiert. Zudem erhöhte Vetropack die Beteiligung an der ukrainischen Tochtergesellschaft auf 100 Prozent. Somit sind nun alle Vetropack Gesellschaften zu 100 Prozent im Eigenbesitz.

Vetropack-Aktie

Der Börsenkurs der Vetropack-Inhaber-Aktie betrug Ende 2019 CHF 3040,00 (31.12.2018: CHF 2010,00). Im Jahresvergleich verzeichnete die Aktie eine Wertsteigerung von 51,2 Prozent.

Erhöhte Dividende

Der Generalversammlung vom 22. April 2020 schlägt der Verwaltungsrat vor, die Dividende für das abgelaufene Jahr auf 130,0 Prozent des Nominalwerts festzulegen. Dies entspricht einer Ausschüttung von brutto CHF 65,00 (2018: CHF 50,00) pro Inhaberaktie und von brutto CHF 13,00 (2018: CHF 10,00) pro Namenaktie.

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2020

Wir gehen davon aus, dass die kontinuierlich steigende Nachfrage nach Verpackungsglas auch im Geschäftsjahr 2020 anhält. Der Trend «pro Glas» ist ungebrochen, die gesundheitsbewussten Konsumentinnen und Konsumenten entscheiden sich zunehmend für die nachhaltigen und zu 100 Prozent rezyklierbaren Glasverpackungen.

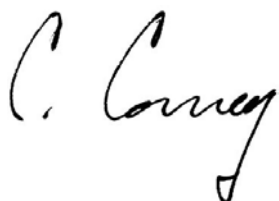
Da die Vetropack-Gruppe im Geschäftsjahr 2020 eine Wannenreparatur plant, nämlich den kompletten Neubau einer Schmelzwanne und deren Anlagen im kroatischen Glaswerk, wird ihr nach dieser Revision mehr Kapazität zur Verfügung stehen als in den Vorjahren. Weiterhin planen wir, alle Kapazitäten voll auszulasten. Zudem rechnen wir damit, das operative Ergebnis weiter ausbauen zu können. Die Investitionstätigkeit bleibt überdurchschnittlich hoch, was zu zunehmenden Abschreibungen führen wird. Ein einmaliger Buchgewinn aus Landverkauf wird den Jahresgewinn positiv beeinflussen.

Der sich zurzeit weltweit ausbreitende Coronavirus dürfte die globale Wirtschaftsentwicklung 2020 negativ beeinflussen. Die Auswirkungen auf die Vetropack-Gruppe lassen sich bis zum jetzigen Zeitpunkt nicht abschätzen.

Herzlichen Dank

Der Verwaltungsrat dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die gute Zusammenarbeit und den grossen Einsatz im Geschäftsjahr 2019. Unseren Kunden, Lieferanten und Geschäftspartnern sowie Aktionären danken wir für das Vertrauen und die Unterstützung.

Bülach, 10. März 2020



Claude R. Cornaz
Präsident des Verwaltungsrats



Johann Reiter
CEO



Interview CEO

EPAL

CH
#0210
11

EPAL

«Weitere evolutionäre Schritte müssen folgen.»

Evolution statt Revolution hatte Vetropack CEO Johann Reiter bei seinem Amtsantritt 2018 versprochen. Jetzt stellt er im Interview fest, dass die Evolution 2019 Fahrt aufgenommen habe. Weitere Schritte müssten aber folgen. Evolutionär ist denn auch die Strategie 2030, die im vergangenen Jahr erarbeitet wurde. Darin wird etwa festgehalten, dass Vetropack zu einem Vorreiter in Sachen Innovation und Nachhaltigkeit werden soll.



Johann Reiter

CEO der
Vetropack-Gruppe

Herr Reiter, welche Bilanz ziehen Sie für das Geschäftsjahr 2019 von Vetropack?

Ich ziehe eine positive Bilanz. Wir vermochten das gute Marktumfeld zu nutzen und konnten uns weiterentwickeln. Wirtschaftlich war 2019 ein sehr gutes Jahr. Dies, obwohl wir zwei grosse Projekte abgewickelt haben. Wir hatten je eine Wannenrevision in der Slowakei und in der Ukraine. Nicht zu vergessen sind unsere Aktivitäten in Italien, wo wir auf der grünen Wiese ein neues Glasverpackungswerk bauen werden. Das alles hat uns sehr gefordert. Zudem gab es eine Änderung im Top-Management. Seit Mitte Jahr leitet Evan Williams als CCO den gruppenweiten Bereich Marketing, Sales und Produktionsplanung. Er hat sich sehr schnell eingearbeitet. Bei meinem Amtsantritt vor zwei Jahren habe ich gesagt, ich werde keine Revolution, sondern eine Evolution einleiten. Diese Evolution hat 2019 Fahrt aufgenommen.

Welche Ziele hat Vetropack 2019 erreicht?

Wir haben unsere Planungsziele bezüglich Umsatz und Betriebsergebnis erreicht. Bedeutende Projekte, wie die bereits erwähnten Wannenrevisionen, konnten wir positiv abschliessen. Zudem haben wir weitere Schritte in Richtung Automatisierung und Digitalisierung gemacht. Beispielsweise haben wir unser ERP-System auf die nächste Version umgestellt – und zwar ohne Zeit- und Kostenüberschreitungen.



Wo muss Vetropack 2020 noch nachbessern?

Den evolutionären Schritten, die wir in den vergangenen Jahren gemacht haben, müssen weitere folgen. Die Geschwindigkeit ist hoch. Zum Beispiel haben wir 2019 eine umfassende Mitarbeiterumfrage durchgeführt und Kunden der Vetropack-Gruppe befragt. Wir haben Ende 2019 die Umfragen analysiert und bereits einen grossen Teil der Verbesserungspotenziale definiert. 2020 steht im Zeichen der Umsetzung.

Vetropack ist es 2019 gelungen, den Umsatz zu steigern. Welche Hauptfaktoren haben diese Steigerung möglich gemacht?

2018 konnten wir unter anderem den Umsatz aufgrund der Lagerbestände steigern. 2019 war das anders. Im vergangenen Jahr haben wir die Umsatzsteigerung durch höhere Produktion und höhere Produktivität erreicht. Einen wesentlichen Beitrag dazu leisteten die Projekte, die wir 2018 durchgeführt haben. Zudem positionierten wir uns im vergangenen Jahr mit einem guten Produktmix. Im Rahmen der Umsetzung des Projektes «Blue» haben wir zum ersten Mal blaues Verpackungsglas produziert, und zwar in der Slowakei. Da die Nachfrage gross war und ist, werden wir 2020 wiederum blaues Glas durch Wannenfärbung herstellen.

Vetropack konnte 2019 auch das operative Ergebnis deutlich verbessern. Was waren die Hauptgründe dafür?

Die Projekte zur Erhöhung der Produktivität zeigten Wirkung: Auf der einen Seite haben zahlreiche Mitarbeitende aus den Produktionen unserer Gruppen-Unternehmen in unserem eigenen Trainingszentrum in Österreich eine Weiterbildung absolviert. Fähigkeiten gezielt zu verbessern, verändert vieles. Und dazu kam – wie schon gesagt – der vorteilhafte Produktmix.

Was hat sich Vetropack für 2020 vorgenommen?

2020 erwarten wir ein ähnlich positives Marktumfeld wie 2019. Deshalb gehen wir davon aus, dass wir unsere Erfolgsgeschichte fortschreiben können. Im laufenden Jahr setzen wir eine grosse Wannenvision in Kroatien um. Dieses Projekt wird die ganze Gruppe beschäftigen, denn wir werden nicht nur eine Schmelzwanne revidieren, sondern die gesamte Produktionsanlage modernisieren. Das führt selbstverständlich zu einem längeren Produktionsunterbruch. Daneben läuft das Neubauprojekt in Italien auf Hochtouren. Am 1. August 2022 soll das neue Vetropack-Glaswerk in Boffalora sopra Ticino seinen Betrieb aufnehmen.



Für das Geschäftsjahr 2019 wird der Nachhaltigkeitsbericht zum ersten Mal in den Geschäftsbericht integriert. Wollen Sie damit sagen, dass Vetropack ein Unternehmen ist, das schon heute voll nachhaltig wirtschaftet?

Auf jeden Fall. Vetropack wirtschaftet nur schon aufgrund des Charakters ihrer Produkte nachhaltig. Der wiederverwendbare Werkstoff Glas ist dafür genial. Dennoch ist uns bewusst, dass wir uns nicht damit zufriedenstellen können. Es gibt noch viel zu tun. Aber mit unserem ersten integrierten Geschäftsbericht verdeutlichen wir unser ganzheitliches Verständnis der Wertschöpfung, das nicht nur finanzielle, sondern auch nichtfinanzielle Werte umfasst.

Auch eine Premiere ist, dass der integrierte Geschäftsbericht nicht mehr gedruckt wird, sondern nur noch online erscheint. Ist das ebenfalls der Nachhaltigkeit geschuldet?

Absolut. Das gehört genau zu diesem Thema. Wir passen den Geschäftsbericht damit der Zeit an, die übrigens nicht nur von einem zunehmenden Nachhaltigkeitsdenken geprägt wird, sondern auch von einer wachsenden Digitalisierung.

2019 hat Vetropack eine neue, bis ins Jahr 2030 reichende Strategie erarbeitet. Warum wurde das gemacht? Das Geschäft läuft ja ausgezeichnet.

Man muss sich regelmässig mit der Zukunft auseinandersetzen und Visionen weiterentwickeln. Deshalb haben wir uns mit der Frage beschäftigt, wo Vetropack in den nächsten zehn Jahren in der Glasverpackungsindustrie Europas stehen soll. Wir haben bewusst einen breiten Ansatz gewählt und das gesamte Unternehmen nach Stärken und Schwächen abgeklopft und Szenarien für die Entwicklung der Branche und der Märkte entwickelt. Die Strategieentwicklung erfolgte durch ein Team, das aus acht Kernmitgliedern und externer Unterstützung bestand. Dazu kam ein erweitertes Team mit Mitgliedern aus allen Alters- und Hierarchiestufen sowie aus allen Unternehmen der Gruppe. Die neue Strategie wird in den nächsten Jahren durchaus spürbar werden und Veränderungen auslösen. Es wird deshalb wichtig sein, dass wir die Strategie unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verständlich kommunizieren und diese in die Veränderungsprozesse miteinbeziehen.

«Man muss sich regelmässig mit der Zukunft auseinandersetzen und Visionen weiterentwickeln.»

Die Strategie reicht bis ins Jahr 2030. Das sind von jetzt an gerechnet zehn Jahre. Kann man in der schnelllebigen Zeit, in der wir uns befinden, überhaupt noch so lange vorausplanen?

Der Zeitraum von zehn Jahren bis 2030 war uns wichtig, weil unsere Investitionszyklen auch so lang sind. Gerade in unserer Industrie geht nichts ohne einen langfristigen Plan. Was wir tun, zeigt erst in fünf bis sieben Jahren Ergebnisse. Eine grosse Organisation ist wie ein grosser Tanker, dessen Fahrtrichtung nicht so schnell verändert werden kann. Wir werden die Strategie allerdings jedes Jahr überprüfen und falls notwendig, Anpassungen vornehmen.

Wo liegen die Schwerpunkte der Strategie 2030?

Ein wichtiges Thema ist die Innovation. Hier wollen wir ein Trendsetter sein. Ein Beispiel dafür ist das VIP Glass – Vetropack Improved Performance Glass. Wir haben im Frühjahr 2019 erstmals eine Leichtglasflasche erfolgreich für die Mehrwegnutzung auf einen räumlich begrenzten Markt gebracht. In den nächsten Monaten und Jahren werden wir diese Technologie für weitere Glasgebilde weiterentwickeln. Ein zusätzlicher wichtiger Punkt ist die konsequente Integration verschiedener Nachhaltigkeitsaspekte in unsere Wertschöpfungskette. Wir wollen eine Vorreiterin in der Branche sein. Deshalb möchten wir den Anteil der Scherben an der Verpackungsglasproduktion deutlich erhöhen – wir wollen also das Recycling noch weiter intensivieren. Ausserdem sollen Photovoltaikanlagen auf den Dächern unserer Fabriken die Produktion vermehrt mit erneuerbarer Energie versorgen. Ferner beschäftigen wir uns mit der Organisation und den Mitarbeitenden. Wie wollen uns bestmöglichst aufstellen, damit wir im Markt erfolgreich sind. Aus- und Weiterbildung ist dazu ein wichtiger Faktor. Auch der Verkauf hat eine Schlüsselfunktion: Unser Ziel ist es, neue Produkte mit neuen Geschäftsmodellen erfolgreich im Markt zu platzieren und damit neue Kunden zu gewinnen.

Sie haben gerade vom Verkauf geredet. Eng damit verbunden ist das Wort «Wachstum». Haben Sie in der neuen Strategie auch Wachstumsziele formuliert?

Ja natürlich. Aber ich werde sie Ihnen nicht verraten. Nur so viel: Wir sind bekannt dafür, dass wir in der Vergangenheit nicht nur organisch, sondern auch über Akquisitionen gewachsen sind. Das wollen wir in Zukunft weiter tun, wenn sich die Gelegenheit dazu bietet. Wachstum ist ganz klar ein wesentlicher Teil der Strategie. Wir wollen aber nicht um des Wachstums willen wachsen; sondern gezielt profitable Entwicklungschancen nutzen.

Interview: Martin Gollmer, Journalist



Erfolgsgrundlagen

Erfolgsgrundlagen

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

Vetropack-Standorte

55 %

Altglasverwendung in der Produktion

5.16

Stück Verpackungsglas pro Jahr in Mia.

714.9

Nettoerlöse in Mio. CHF

9

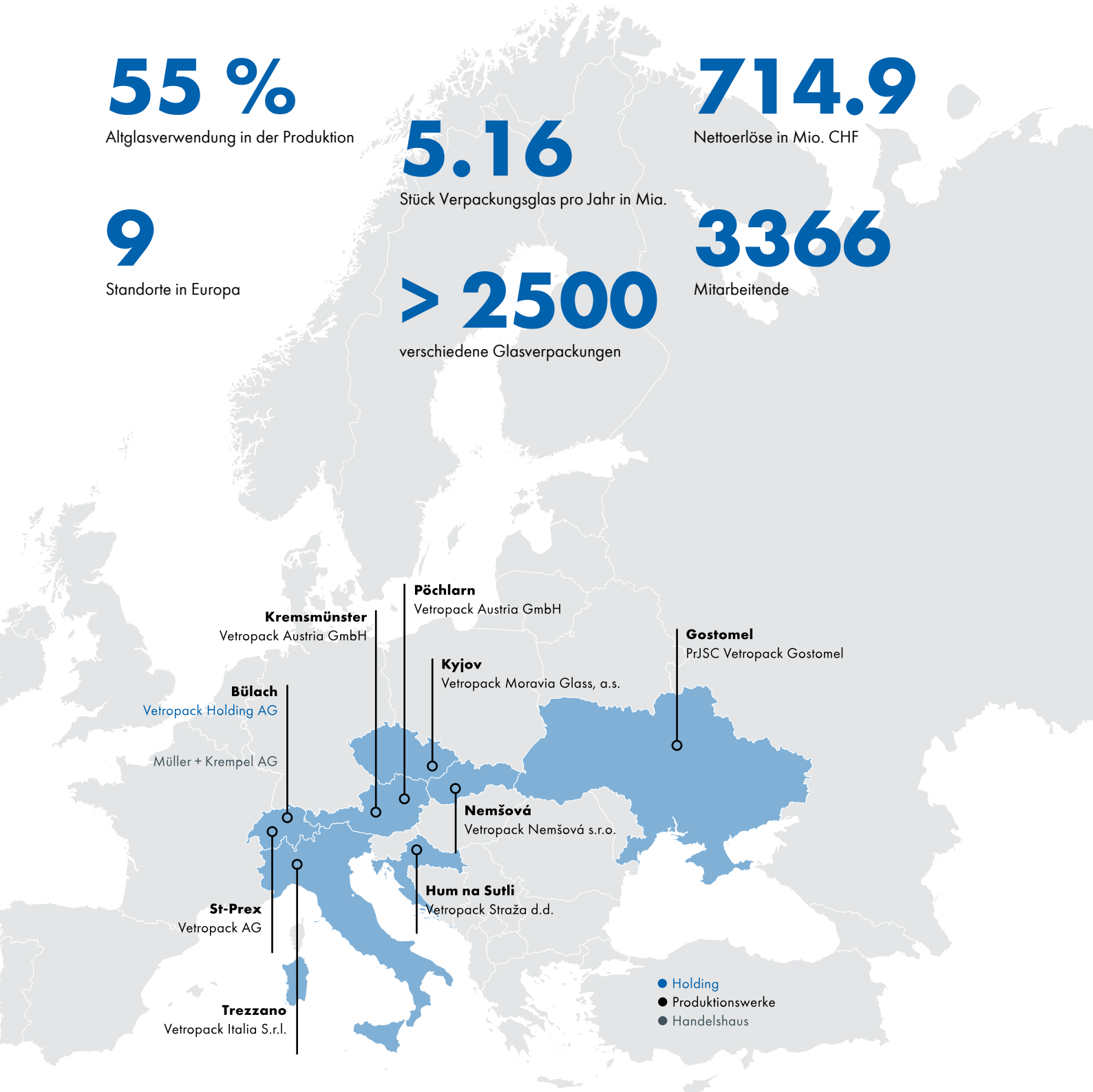
Standorte in Europa

> 2500

verschiedene Glasverpackungen

3366

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. 2019 beschäftigte die Vetropack Holding AG 41 Mitarbeitende. Das Unternehmen ist an der SIX Swiss Exchange kotiert.



Vetropack AG

Bülach und St-Prex (CH)

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

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



Oben: Pöchlarn, Unten: Kremsmünster

Vetropack GmbH

Pöchlarn und Kremsmünster (AT)

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

Standort Pöchlarn

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

Standort Kremsmünster

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



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

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

Gegründet	1883
Übernahme durch Vetropack	1991
Arealfläche	160 000 m ²
Anzahl Schmelzwannen	2
Anzahl Produktionslinien	7
Nettoerlöse 2019 in Mio. CZK	2 398.7
Mitarbeitende per 31.12.2019	467



Vetropack Straža d.d.

Hum na Sutli (HR)

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

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



Vetropack Nemšová s.r.o.

Nemšová (SK)

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

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



PrJSC Vetropack Gostomel

Gostomel (UA)

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

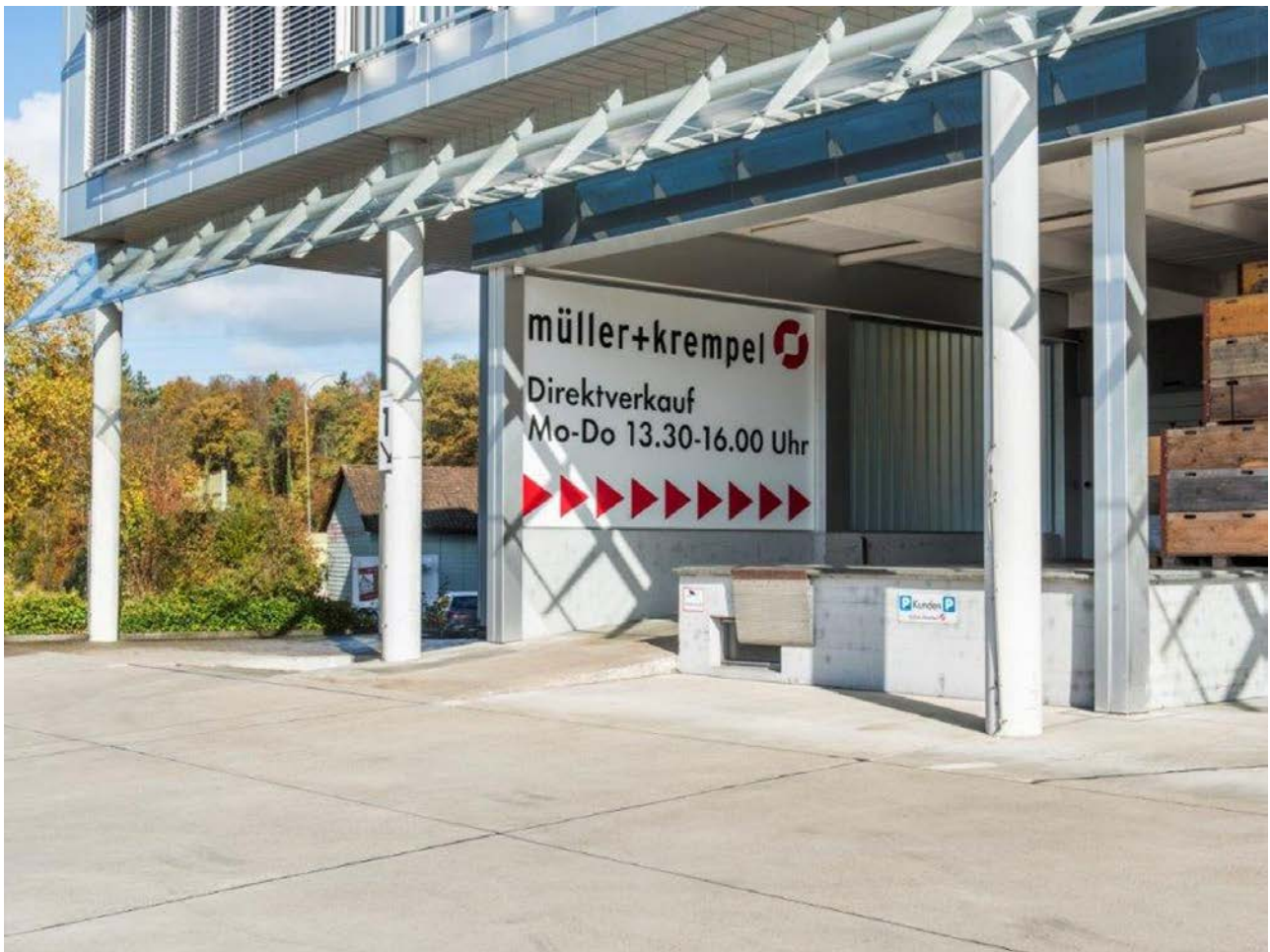
Gegründet	1912
Übernahme durch Vetropack	2006
Arealfläche	229 600 m ²
Anzahl Schmelzwannen	3
Anzahl Produktionslinien	8
Nettoerlöse 2019 in Mio. UAH	2 416.7
Mitarbeitende per 31.12.2019	631



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

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

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



Müller + Krempel AG

Bülach (CH)

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



Erfolgsgrundlagen

Marktumfeld mit Chancen und Herausforderungen

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

Positives Marktumfeld trägt zu erfolgreichem Geschäftsjahr bei

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

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

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

Kunden erwarten hohe Flexibilität und Individualität

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

Regulatorische Neuerungen und technologische Entwicklungen prägen die Industrie

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

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

Neue Gruppenstrategie adressiert Chancen und Herausforderungen

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

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

Erfolgsgrundlagen: Vetropack Strategie 2030



Produktionskapazität

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

Produktinnovation

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

Energieeffizienz

Bei Vetropack steht die Steigerung der Energieeffizienz aufgrund der hohen Energieintensität der Glasproduktion weit oben auf der Agenda. Das Top-Management stellt sicher, dass unternehmensweit Massnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs und der damit verbundenen CO₂-Emissionen umgesetzt werden. Beispielsweise wird das eigens für Vetropack entwickelte Energy-Management-System nach einer erfolgreichen, dreijährigen Testphase in Kroatien, im Jahr 2020 in allen Werken implementiert. Zusätzlich engagiert sich Vetropack zusammen mit anderen Verpackungsglaserstellern im Verband von International Partners in Glass Research (IPGR) für die nachhaltige Weiterentwicklung des Glasherstellungsprozesses. Innovationen bezüglich der Befuerung der Wannens sowie Optimierungen der Glasproduktionsmaschinen bieten die Chance, zukünftig sowohl energieeffizienter als auch ökonomischer zu produzieren.

Sicherstellung eines hohen Scherbenanteils

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

Industrie 4.0

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

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



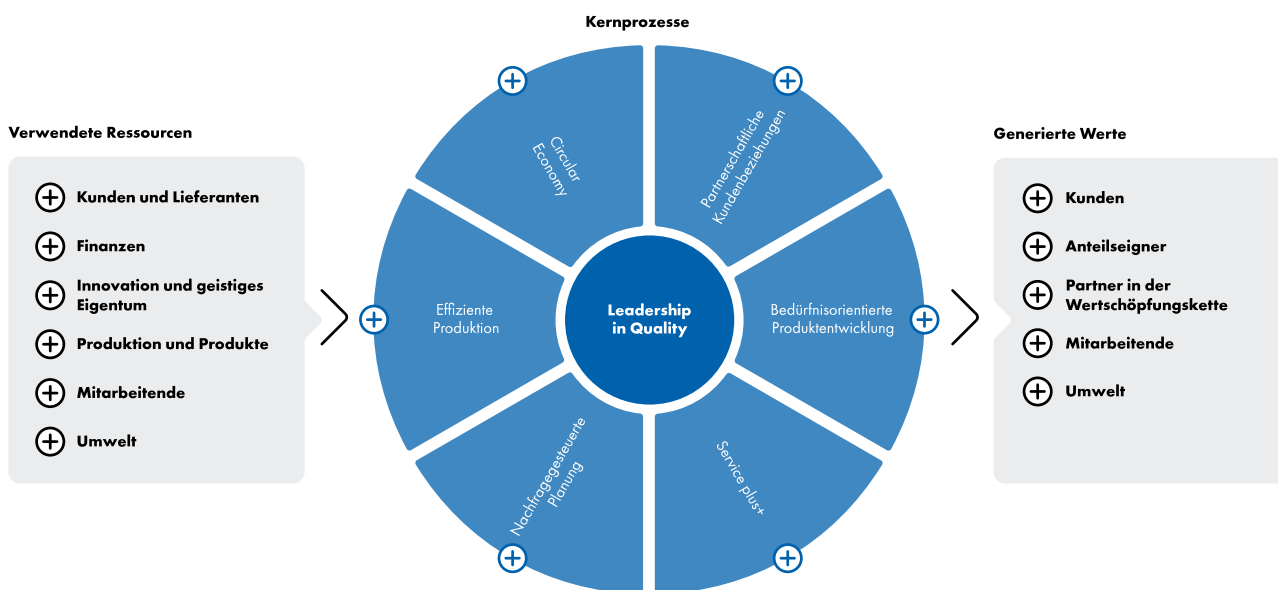
Erfolgsgrundlagen

| Geschäftsmodell

Leadership in Quality

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

Geschäftsmodell Vetropack-Gruppe



Verwendete Ressourcen

Kunden und Lieferanten

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

Finanzen

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

Innovation und geistiges Eigentum

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

Produktion und Produkte

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

Mitarbeitende

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

Umwelt

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

Kernprozesse

Partnerschaftliche Kundenbeziehungen

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

Bedürfnisorientierte Produktentwicklung

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

Service plus+

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

Nachfragegesteuerte Planung

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

Effiziente Produktion

Um eine kostenoptimierte und energieeffiziente Produktion zu erreichen, investiert Vetropack kontinuierlich in effizientere, flexiblere Produktionslinien, die auch kleinere Losgrößen und verschiedene Produktsegmente verarbeiten können. Dies erlaubt es dem Unternehmen, besser auf die saisonale Spitzennachfrage im Getränkemarkt zu reagieren. Im Rahmen ihrer Digitalisierungs-Roadmap nutzt Vetropack die Möglichkeiten der Automatisierung und Digitalisierung gezielt, um repetitive Abläufe in der Produktion und Administration zu vereinfachen. Darüber hinaus stellt das Unternehmen mit der Implementierung eines eigens entwickelten Energy-Management-Systems sicher, dass der Energieverbrauch und die damit verbundenen CO₂-Emissionen reduziert werden.

Circular Economy

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

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

Generierte Werte

Kunden

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

Performance Review: Kunden und Lieferanten



Performance Review: Innovation und geistiges Eigentum



Performance Review: Produktion und Produkte



Anteilseigner

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

Performance Review: Finanzen



Partner in der Wertschöpfungskette

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

Performance Review: Kunden und Lieferanten



Mitarbeitende

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

Performance Review: Mitarbeitende




Umwelt

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

«Strategiereise» in eine
erfolgreiche Zukunft

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

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

Vom Heute in die Zukunft mit einem offenen Strategieansatz

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

Die strategische Ausgangslage und die Potenziale erkennen

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

Eckpfeiler der Vetropack Strategie 2030

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

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

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

Nachhaltigkeit ist eine der grössten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Herausforderung unserer Zeit und nimmt auch bei Vetropack einen zentralen Stellenwert ein. Ziel ist es, einen ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz zu verfolgen, der weiterhin die kontinuierliche Reduktion des CO₂-Fussabdruck im Blick hat; ebenso wie die Weiterentwicklung und Optimierung der gesamten Wertschöpfungskette.

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

Die Schritte der Umsetzung der Vetropack Strategie 2030

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

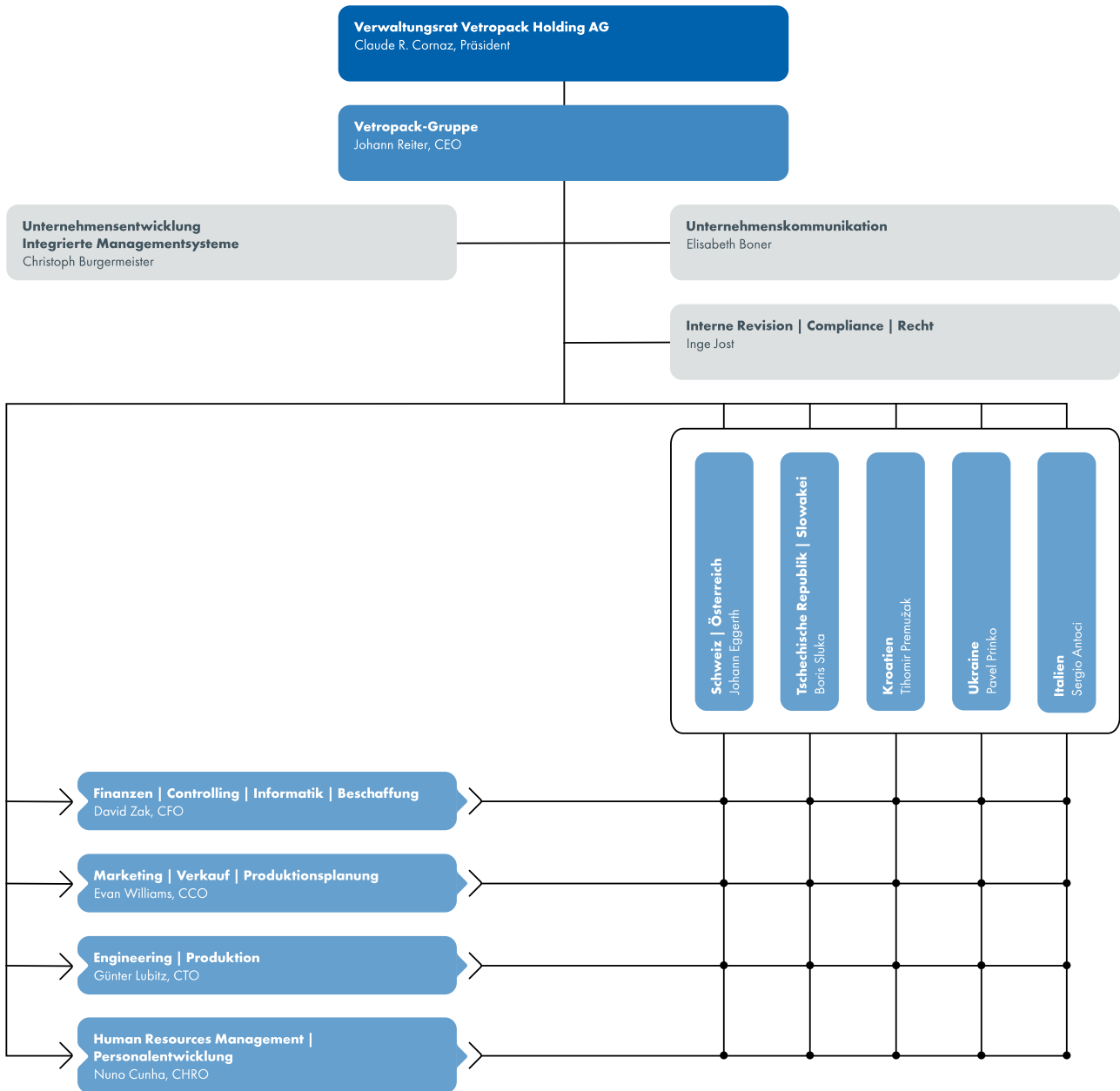
Führungsstruktur



Erweiterte Gruppenleitung

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

per 1. Januar 2020



per 1. Januar 2020

Gruppenleitung	
Johann Reiter, CEO	
David Zak, CFO	
Nuno Cunha, CHRO	
Johann Eggerth	
Günter Lubitz, CTO	
Evan Williams, CCO	
Finanzen, Controlling, IT und Beschaffung	
David Zak	
– Shared Service Center Schweiz	Christian Trösch
– Group Controlling und Accounting	Adriano Melchiorretto
– IT	Bruno Hennig
– Beschaffung	Ulrich Ruberg
Marketing, Verkauf und Produktionsplanung	
Evan Williams	
Human Resources Management und Personalentwicklung	
Nuno Cunha	
Engineering und Produktion	
Günter Lubitz	
Unternehmensentwicklung	
Integrierte Managementsysteme	
Christoph Burgermeister	
– Qualitätsmanagement	Andrea Steinlein
– Qualitätssicherung	Christoph Böwing
– Arbeitssicherheit	Nenod Horvath
Unternehmenskommunikation	
Elisabeth Boner	
Interne Revision, Compliance, Recht	
Inge Jost	
Schweiz/Österreich	
Johann Eggerth	
Marketing + Verkauf	
– Schweiz	Herbert Kühberger
	Christine Arnet
– Österreich	Herbert Kühberger
– Export Westeuropa	Leopold Siegel
Finanzen + Verwaltung	
Bernhard Karrer	
Logistik	
Werner Schaumberger	
Werke + Produktion	
– Werk St-Prex	Philippe Clerc
– Werk Pöchlarn und Kremsmünster	Thomas Poxleitner

Tschechische Republik/Slowakei	
Boris Sluka	
Marketing + Verkauf	
	Dana Švejcarová
– Tschechische Republik	Dana Švejcarová
– Slowakei	Zuzana Hudecová
– Export Osteuropa	Vlastimil Ostrezi
Logistik	
Jaroslav Mikliš	
Engineering	
Miroslav Šebík	
Werk Kyjov	
– Produktion	Antonín Pres
– Finanzen + Human Resources	Milan Kucharčík
Werk Nemšová	
– Produktion	Roman Fait
– Finanzen + Human Resources	Eva Vanková
Kroatien	
Tihomir Premužak	
Marketing + Verkauf	
	Darko Šlogar
Finanzen	
	Marija Špiljak
Logistik	
	Robert Vražič
Engineering	
	Velimir Mrkus
Human Resources	
	Damir Gorup
Produktion	
	Josip Šolman
Ukraine	
Pavel Prinko	
Marketing + Verkauf	
	Hennadiy Arsiriy
Finanzen	
	Natalia Bukreieva
Logistik	
	Serhii Kazhan
Engineering	
	Mikola Marchenko
Human Resources	
	Maria Dukhnenko
Produktion	
	Roman Yatsuk
Italien	
Sergio Antoci	
Marketing + Verkauf	
	Francesco Bonazzi
Finanzen	
	Alberto Borroni
Logistik	
	Luca Marini
Engineering	
	Rocco Callea
Human Resources	
	Annalisa Girardi
Werke + Produktion	
	Benedetto Troia
Weitere Gesellschaften	
Vetroconsult AG	Günter Lubitz
Müller + Krempel AG	Mark Isler
Vetroreal AG	Matthias Bieri



Erfolgsgrundlagen

Wesentliche Themen und Performance Review

Bestimmung der wesentlichen finanziellen und nichtfinanziellen Themen

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

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

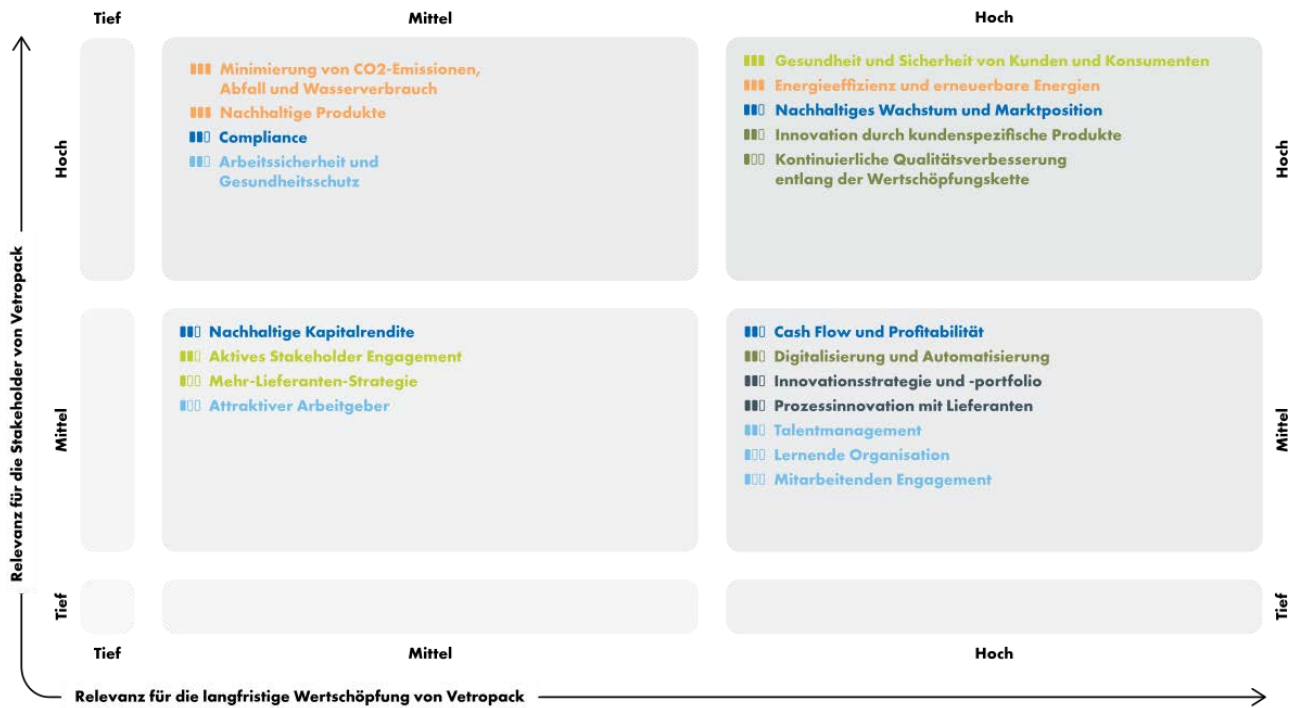
Bei der Bestimmung der wesentlichen Themen nutzte Vetropack in Anlehnung an die sechs Kapitalien des IIRC die folgenden sechs Dimensionen als Rahmen, um Themen in unterschiedlichen finanziellen und nichtfinanziellen Bereichen zu evaluieren:

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

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

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

Materialitätsmatrix



Kategorien:

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

Impact auf die nachhaltige Entwicklung:

- Tief
- Mittel
- Hoch

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

Kunden und Lieferanten

Aktives Stakeholder-Engagement

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

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



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

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

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

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

Mehr-Lieferanten-Strategie

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

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

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

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

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

Gesundheit und Sicherheit von Kunden und Konsumenten

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

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

Finanzen

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

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

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

Kennzahlen 2019

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

* Betrieblicher Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen

Cash Flow und Profitabilität

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

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

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

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



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

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

Nachhaltiges Wachstum und Marktposition

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

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

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



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

Nachhaltige Kapitalrendite

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

Die hohen Kosten und die begrenzte Verfügbarkeit von CO₂-Zertifikaten führen zu einem Anstieg der Investitionen in energiereduzierende Technologien. Auch wenn solche Investitionen einen niedrigen wirtschaftlichen Return on Investment (ROI) aufweisen, ermöglichen sie langfristig einen hohen positiven ökologischen ROI. Zu den Massnahmen, die im Jahr 2019 umgesetzt wurden, zählen der Einbau zusätzlicher Abgasfilter, der Ausbau der Glasscherbenaufbereitungsanlagen und der Bau neuer Schmelzwannen mit geringerem Energieverbrauch. Die Investition in eine neue, hochmoderne Fabrik in Italien verspricht zukünftig einen positiven Beitrag zu einer nachhaltigen Kapitalrendite.

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

Compliance

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

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

Innovation und geistiges Eigentum

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

Innovationsstrategie und -portfolio

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

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

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

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



Vetropack überprüft die Fortschritte bei der Umsetzung der Innovationsstrategie und des Innovationsportfolios anhand der Anzahl neu lancierter Artikel aus VIP Glass und deren Performance. Weitere Kennzahlen, die jährlich ausgewertet und überprüft werden, betreffen CO₂-Emissionen, die während des Schmelzprozesses entstehen, den Return on Investment (ROI), den Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) sowie die Produktivität.

Prozessinnovation mit Lieferanten

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

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

Produktion und Produkte

Kontinuierliche Qualitätsverbesserung entlang der Wertschöpfungskette

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

Performance Review: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz



Performance Review: Umwelt



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

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

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

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

Digitalisierung und Automatisierung

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

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

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

Innovation durch kundenspezifische Produkte

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

Vetropack-Story: Konstruktion und Design von Glasverpackungen



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

Vetropack-Story: Sonderproduktion bei Vetropack Slowakei



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

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



Mitarbeitende

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

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

Mitarbeitenden-Engagement

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

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

[Vetropack-Story: CEO Talks](#)



Attraktiver Arbeitgeber

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

Lernende Organisation

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

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

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

Talentmanagement

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

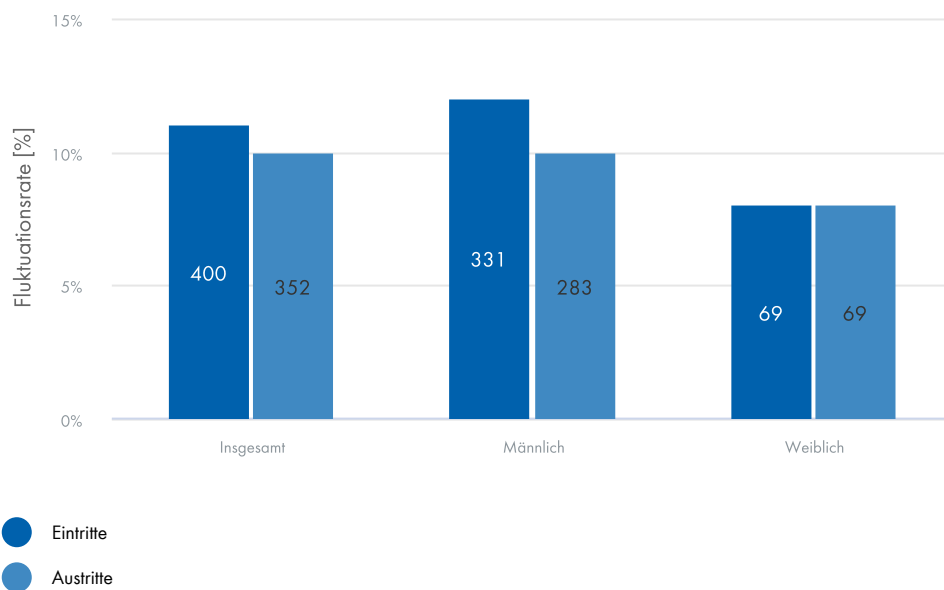
Im Berichtsjahr implementierte Vetropack einen «Talent and Organization Review Process» (TOR) auf Gruppenebene, um das Talentmanagement innerhalb des Unternehmens weiter zu verbessern. Der Prozess umfasst zwei Schritte, zu denen sowohl eine Talentbewertung als auch eine Organisationsbewertung zählen.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

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

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

Fluktuation nach Geschlecht

(Raten und absolute Zahlen)



Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz

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

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

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

Kennzahlen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

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

¹⁾ Pro 200'000 Sollarbeitsstunden (≈100 Vollzeitäquivalente)

²⁾ Unfälle auf dem Werkareal, die einen Arztbesuch zur Folge hatten.

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

Nachhaltige Produkte

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

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

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, ist Vetropack auf verschiedenen Ebenen tätig. Das Unternehmen fördert umweltfreundliche Innovation über interne Fachgruppen, tätigt Investitionen in neue Technologien, erarbeitet gruppenweite Umweltkennzahlen und engagiert sich in internationalen Gremien. Durch ihr Engagement bei den «International Partners in Glass Research» (IPGR), fördert Vetropack Forschung zu umweltfreundlichen Technologien, wie beispielsweise die CO₂-neutrale Glasproduktion, die durch den Einsatz von erneuerbarer elektrischer Energie für das Schmelzen des Altglases und der weiteren Rohstoffe erreicht werden könnte. Weitere Initiativen beschäftigen sich mit Ansätzen zur Erhöhung der Sammelquote, mit dem Ziel den Altglasanteil in der Produktion zu steigern.

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



Umweltkennzahlen

	2019	in %	2018	in %
Gesamtenergieverbrauch in GWh	2 520		2 499	
Strom	422	17%	403	16%
Erdgas ¹⁾	2 098	83%	2 096	84%
Spezifischer Energieverbrauch in MWh/t²⁾	1.73		1.73	
Treibhausgasemissionen in tCO₂e³⁾	635 994		629 375	
Scope 1 (Wärme und Prozessemissionen) ⁴⁾	496 335	78%	495 991	79%
Scope 2 (Strom)	139 659	22%	133 384	21%
Spezifische Treibhausgasemissionen in tCO₂e/t²⁾	0.436		0.436	
Materialverbrauch: Altglasanteil				
Altglas grün	65%		61%	
Altglas braun	53%		50%	
Altglas weiss	43%		43%	
Wasser in m³ ⁵⁾				
Gesamte Wasserentnahme	1 402 519		-	
Kommunale Wasserversorgung	424 981	30%	-	
Grundwasser	977 538	70%	-	
Gesamtes Abwasser	1 268 790		-	
Abfallentsorgung in Tonnen				
Recycling (laufend)	32 560	47%	27 395	43%
Recycling (sporadisch) ⁶⁾	3 380	5%	698	1%
Verbrennung oder Deponie (laufend)				
Gewerbeabfall	29 080	42%	21 768	34%
Sonderabfall	1 769	3%	1 568	2%
Verbrennung oder Deponie (sporadisch) ⁶⁾				
Gewerbeabfall	1 978	3%	6 124	10%
Sonderabfall	1 198	2%	5 560	9%

¹⁾ Inkl. 4.5 GWh Heizöl in 2019 (4.8 GWh in 2018)

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.

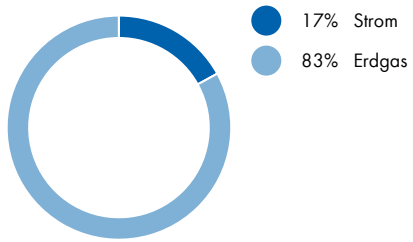
⁴⁾ Prozessemissionen entstehen aus chemischen Reaktionen im Glasherstellungsprozess.

⁵⁾ Indikatoren zu Wasser werden erst seit 2019 erhoben.

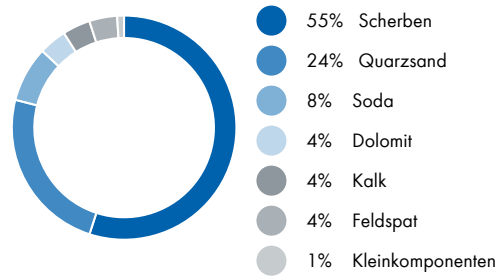
⁶⁾ Abfälle, die nicht jedes Jahr aus dem laufenden Betrieb entstehen (z.B. Ofenreparatur).

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.

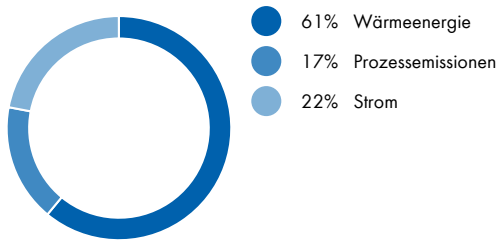
Gesamtenergieverbrauch (GWh)



Mischverhältnis Rohstoffe mit Scherben



Treibhausgasemissionen nach Quelle (t CO2e)



Energieeffizienz der Glasproduktion erhöhen

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

2019 sanierte das Unternehmen die Schmelzwannen in Nemšová (Slowakei) und in Gostomel (Ukraine). Der spezifische Energieverbrauch konnte bei beiden Wannen gesenkt werden, was auch zu einer Reduktion der CO₂-Emissionen führte.

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



Kennzahlen Wannensanierungen

Schmelzwanne in Nemšová und Schmelzwanne in Gostomel

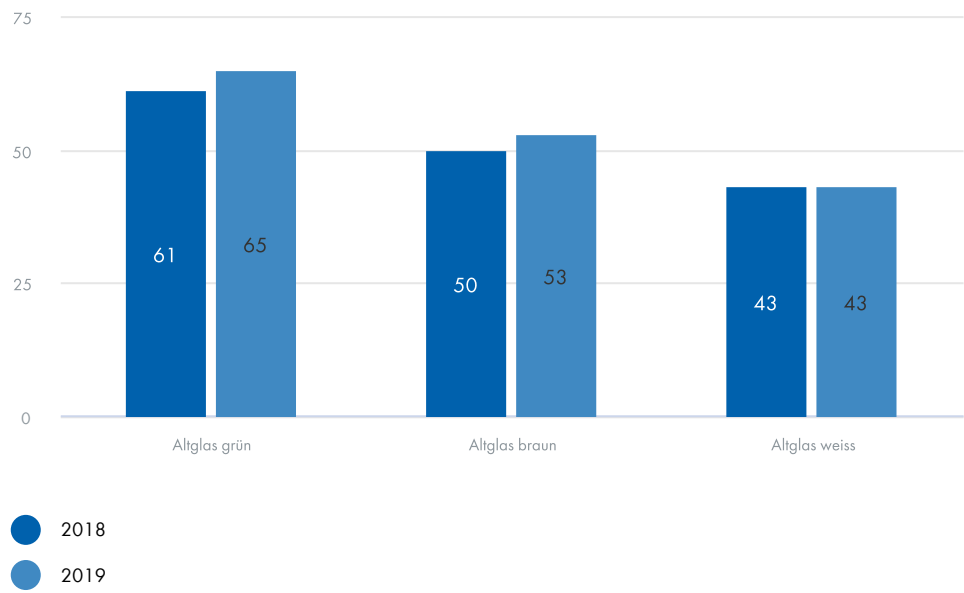
	vor der Sa- nierung	nach der Sa- nierung	Verbesserung (%)
Maximale Kapazität (t/Tag)	640	680	+6
Energieverbrauch (GJ/t)	4.25	3.56	-16
Schmelzfläche (m ²)	223	234	+5
Anzahl Vorherde	6	6	-
Durchschnittliche NOX-Emissionen (mg/Nm ³)	2 200	1 450	-34

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

Rohstoffeinsatz optimieren

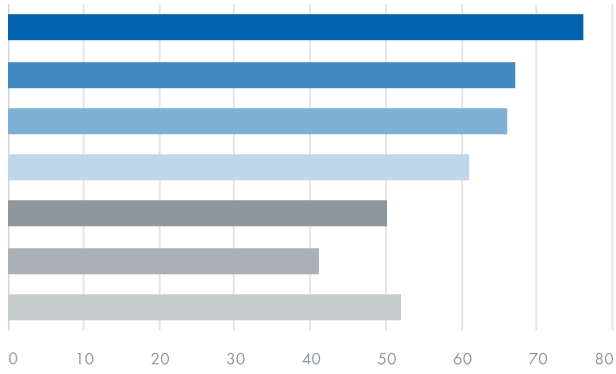
Für eine ökologische Glasproduktion ist ein hoher Scherbenanteil zentral. Der Anteil an Altglas macht in einigen Werken bis zu 80 Prozent der verarbeiteten Rohstoffmenge aus. Werksübergreifend lag der Altglasanteil 2019 bei 55 Prozent. Vetropack setzt auf Massnahmen, die die Sammelquoten erhöhen, denn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

Scherbenanteil bei der Glasproduktion



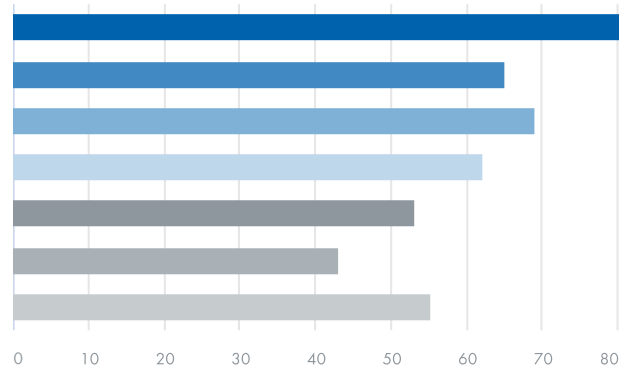
Obwohl der politische Wille zur Verbesserung der Altglassammlung nicht überall gegeben ist, blickt Vetropack optimistisch in die Zukunft. Die von der Europäischen Union vorgeschriebenen Sammelraten für Glas werden weiter ansteigen, wodurch mehr Altglas in den Recyclingprozess kommt. Dadurch wird mehr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

Scherbenanteil an der Produktion 2019
(nach Beteiligungsgesellschaft)



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

Scherbenanteil an der Produktion 2019
(nach Glasfarbe)



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



Erfolgsgrundlagen

Neue Designs



Elegant

Tradition mit Moderne verknüpft

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

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

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

Aromen-Vielfalt

Himbeergeist

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

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

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



Süss

Honig aus Kroatien

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

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

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



Stark

Gin mit Honig

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

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

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



Königlich Erfrischender Wacholder

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

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

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



Ökologisch Umfassende Nachhaltigkeit

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

Die neue Flasche im burgundischen Stil zeichnet sich durch ihre Leichtigkeit aus. Für ihre Herstellung wird weniger Material und Energie benötigt. Auch die kurzen Transportwege von St-Prex zur Abfüllanlage reduzieren den CO₂-Austausch beim Transport.

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



Zukunftsfit

Gutes Bier in schönem Gewand

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

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

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

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

Erfrischend

Durchdachte Verschmelzung

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

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

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



Geschmeidig

Die Sonne geht auf

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

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



Zart

Traditionelles Design

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

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

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



Farbenfroh

Durstlöscher aus Heilwasser

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

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

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



Glitzernd

Edle Diamanten

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

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

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



Exzellent Starker Charakter

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

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

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

Vielfältig Einfache Schönheit

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

Die Weissglasflasche fällt durch ihre klare und einfache Form auf. Der Scherbenanteil in der Produktion beträgt 50 Prozent, dadurch wird deutlich weniger CO₂ freigesetzt. Dieser ökologische Aspekt passt gut zu den Bohemsca-Produkten, welche ausschliesslich aus natürlichen und lokal gewonnenen Inhaltsstoffen bestehen. Die verwendeten Rohprodukte finden sich auch auf den Etiketten wieder. Der praktische Schraubverschluss macht das erfrischende Getränk zu einem Begleiter im Alltag und in der Freizeit.

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



Intensiv

Ausdruck des Genusses

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

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

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

Stark

Umfassender Erfrischungskurs

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

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

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

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



**Finanzbericht
Vetropack-Gruppe**

Finanzbericht

Vetropack-Gruppe

Vetropack-Gruppe

Auf einen Blick	76
Konsolidierte Bilanz	77
Konsolidierte Erfolgsrechnung	78
Konsolidierte Geldflussrechnung	79
Konsolidierter Eigenkapitalnachweis	80
Konsolidierungsgrundsätze	81
Bewertungsgrundsätze	84
Erläuterungen	87
Beteiligungsstruktur	101
Beteiligungsgesellschaften	102
Bericht der Revisionsstelle zur	103
Konzernrechnung	
Fünfjahresübersicht	105

Auf einen Blick

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

* Betrieblicher Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen

Konsolidierte Bilanz

In Mio. CHF	Erläuterung	31.12.2019	31.12.2018
AKTIVEN			
Umlaufvermögen			
Flüssige Mittel		100.8	131.5
Wertschriften		0.4	0.7
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1	115.6	126.2
Sonstige kurzfristige Forderungen	2	10.2	9.1
Vorräte	3	136.6	126.1
Aktive Rechnungsabgrenzungen	4	1.4	6.0
Total Umlaufvermögen		365.0	399.6
Anlagevermögen			
Sachanlagen	5	559.2	523.3
Finanzanlagen	6	18.5	18.5
Immaterielle Anlagen	7	6.5	6.0
Total Anlagevermögen		584.2	547.8
Total Aktiven		949.2	947.4
PASSIVEN			
Fremdkapital			
Kurzfristiges Fremdkapital			
– Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		87.6	87.3
– Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	8	0.3	53.9
– Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	9	23.1	20.3
– Passive Rechnungsabgrenzungen	10	22.6	23.1
– Kurzfristige Rückstellungen	11	4.4	2.6
Total kurzfristiges Fremdkapital		138.0	187.2
Langfristiges Fremdkapital			
– Langfristige Finanzverbindlichkeiten	12	21.7	8.4
– Sonstige langfristige Verbindlichkeiten		1.2	1.5
– Langfristige Rückstellungen	13	36.1	38.7
Total langfristiges Fremdkapital		59.0	48.6
Total Fremdkapital		197.0	235.8
Eigenkapital			
Aktienkapital	14	19.8	19.8
Kapitalreserven		0.3	0.3
Gewinnreserven		659.1	631.0
Konzerngewinn		73.0	58.1
Total Eigenkapital exklusive Minderheitsanteile		752.2	709.2
Minderheitsanteile	15	–	2.4
Total Eigenkapital		752.2	711.6
Total Passiven		949.2	947.4

Konsolidierte Erfolgsrechnung

In Mio. CHF	Erläuterung	2019	2018
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	16	714.9	690.7
Andere betriebliche Erträge	17	12.6	12.2
Bestandesänderungen Fabrikate		2.4	- 4.1
Materialaufwand	18	- 116.0	- 109.8
Energieaufwand		- 94.6	- 95.7
Personalaufwand	19	- 169.7	- 160.4
Abschreibungen/Wertbeeinträchtigungen auf Sachanlagen	5	- 74.7	- 69.5
Abschreibungen/Wertbeeinträchtigungen auf immateriellen Anlagen	7	- 2.0	- 3.1
Andere betriebliche Aufwendungen	20	- 182.7	- 181.9
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		90.2	78.4
Finanzergebnis	21	- 3.6	- 3.8
Ordentliches Ergebnis		86.6	74.6
Betriebsfremdes Ergebnis*	22	1.5	- 0.5
Konzerngewinn vor Steuern		88.1	74.1
Ertragssteuern	23	- 14.4	- 14.0
Konzerngewinn inkl. Minderheiten		73.7	60.1
Minderheitsanteil am Resultat von Konzerngesellschaften		- 0.7	- 2.0
Konzerngewinn		73.0	58.1
Ergebnis je Beteiligungsrecht	24		
Unverwässertes Ergebnis je Inhaberaktie in CHF		184.1	146.5
Unverwässertes Ergebnis je Namenaktie in CHF		36.8	29.3
Verwässertes Ergebnis je Inhaberaktie in CHF		184.1	146.5
Verwässertes Ergebnis je Namenaktie in CHF		36.8	29.3

* inklusive Abschreibungen von CHF 1.0 Mio. (Vorjahr CHF 1.0 Mio.) auf nicht betrieblichen Grundstücken und Gebäuden.

Konsolidierte Geldflussrechnung

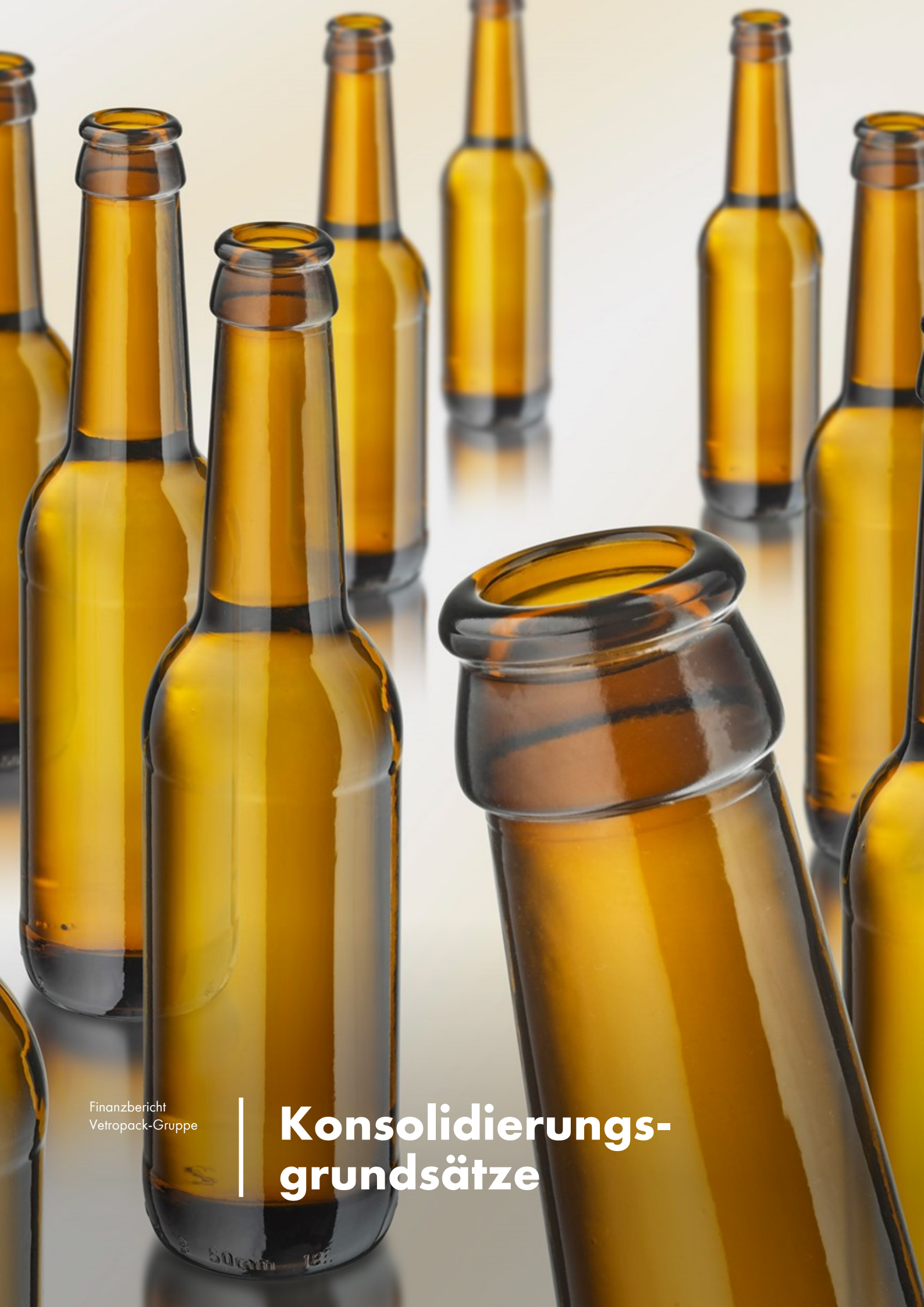
In Mio. CHF	Erläuterung	2019	2018
	Konzerngewinn inkl. Minderheiten	73.7	60.1
+	Abschreibungen Anlagevermögen	77.7	73.4
+/-	Verluste aus/Wegfall von Wertbeeinträchtigungen	-	0.2
+/-	Zunahme/Abnahme von Rückstellungen	1.1	0.2
+/-	Buchverlust/-gewinn Abgänge Anlagevermögen	0.2	3.1
+/-	Sonstige liquiditätsunwirksame Aufwendungen / Erträge	0.4	- 1.3
=	Betrieblicher Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen	153.1	135.7
+/-	Ab-/Zunahme Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.9	- 14.1
+/-	Ab-/Zunahme Vorräte	- 11.5	0.8
+/-	Ab-/Zunahme sonstige Forderungen und aktive Rechnungsabgrenzungen	3.2	- 0.1
+/-	Zu-/Abnahme Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.6	11.6
+/-	Zu-/Abnahme sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen	2.4	1.7
=	Geldfluss aus Betriebstätigkeit	156.7	135.6
-	Auszahlung für Investitionen in Sachanlagen	25	- 114.2
+	Einzahlung aus Verkauf von Sachanlagen	0.7	0.6
-	Auszahlung für Investitionen in Finanzanlagen	-	- 2.3
-	Auszahlung für den Erwerb von Anteilen konsolidierter Gesellschaften	- 5.9	-
-	Auszahlung für Investitionen in immaterielle Anlagen	- 2.6	- 1.4
+/-	Veränderung Wertschriften	0.3	10.3
=	Geldfluss aus Investitionstätigkeit	- 128.6	- 107.0
-	Dividendenausschüttung an Aktionäre	- 19.8	- 17.8
-	Dividendenausschüttung an Minderheiten	-	- 0.1
+/-	Aufnahme/Rückzahlung kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	- 44.6	- 12.1
+/-	Aufnahme/Rückzahlung langfristige Finanzverbindlichkeiten	4.8	-
=	Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	- 59.6	- 30.0
	Währungseinflüsse	0.8	- 0.7
	Veränderung Flüssige Mittel	- 30.7	- 2.1
	Flüssige Mittel per 1.1.	131.5	133.6
	Flüssige Mittel per 31.12.	100.8	131.5
	Veränderung Flüssige Mittel	- 30.7	- 2.1
	Einnahmen aus Zinsen	0.4	0.3
	Ausgaben für Zinsen	- 0.4	- 0.4
	Ausgaben für Ertragssteuern	- 17.5	- 16.5

Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in Mio. CHF

	Aktienkapital	Kapital- reserven (Agio)	Einbehaltene Gewinne	Total exkl. Minderheits- anteile	Minderheits- anteile	Total inkl. Minderheits- anteile
Eigenkapital per 1.1.2017	19.8	0.3	585.2	605.3	0.1	605.4
Konzerngewinn	–	–	57.0	57.0	0.4	57.4
FX-Differenzen	–	–	40.8	40.8	–	40.8
Dividenden	–	–	– 15.3	– 15.3	–	– 15.3
Eigenkapital per 31.12.2017	19.8	0.3	667.7	687.8	0.5	688.3
Konzerngewinn	–	–	58.1	58.1	2.0	60.1
FX-Differenzen	–	–	– 18.9	– 18.9	–	– 18.9
Dividenden	–	–	– 17.8	– 17.8	– 0.1	– 17.9
Eigenkapital per 31.12.2018	19.8	0.3	689.1	709.2	2.4	711.6
Erwerb von Minderheiten	–	–	– 2.8	– 2.8	– 3.1	– 5.9
Konzerngewinn	–	–	73.0	73.0	0.7	73.7
FX-Differenzen	–	–	– 7.4	– 7.4	–	– 7.4
Dividenden	–	–	– 19.8	– 19.8	–	– 19.8
Eigenkapital per 31.12.2019	19.8	0.3	732.1	752.2	–	752.2

Die gesetzlich nicht ausschüttbaren Reserven der Vetropack Holding AG betragen CHF 4.0 Mio. (Vorjahr CHF 4.0 Mio.). In den Jahren 2017 bis 2019 gab es keine eigene Aktien.



Finanzbericht
Vetropack-Gruppe

Konsolidierungs- grundsätze

Grundlagen der Konzernrechnungslegung

Die Konzernrechnung vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Vetropack-Gruppe und betrachtet sie zu diesem Zweck als wirtschaftliche Einheit.

Der Konzernabschluss basiert auf den gemäss anwendbarem Landesrecht erstellten Jahresrechnungen der einbezogenen Gesellschaften, welche nach konzerneinheitlichen Bewertungs- und Gliederungsgrundsätzen umbewertet werden. Die Konzernrechnung ist erstellt in Übereinstimmung mit den Vorschriften des gesamten Swiss GAAP FER Regelwerks sowie den Rechnungslegungsvorschriften des Kotierungsreglements der Schweizer Börse.

Konsolidierungskreis

Die Konzernrechnung umfasst die Vetropack Holding AG und alle in- und ausländischen Tochtergesellschaften, an denen die Vetropack Holding AG direkt oder indirekt zu mehr als 50% beteiligt ist. Dabei wird die Methode der Vollkonsolidierung angewendet, d.h. Aktiven, Passiven, Aufwand und Ertrag der zu konsolidierenden Gesellschaften werden zu 100% übernommen und alle wesentlichen konzerninternen Beziehungen (Forderungen und Verbindlichkeiten, Erträge und Aufwendungen sowie Zwischengewinne) eliminiert. Der Anteil von Minderheitsaktionären am Eigenkapital und am Jahresergebnis von Konzerngesellschaften wird separat als Minderheitsanteil ausgewiesen.

Beteiligungen zwischen 20% und 50% werden nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Der prozentuale Anteil des Konzerns an der Nettosubstanz wird in der Bilanz unter den Finanzanlagen ausgewiesen. Der Anteil am Nettoergebnis ist in der konsolidierten Erfolgsrechnung enthalten.

Beteiligungen unter 20% sind in der konsolidierten Bilanz zu Anschaffungskosten abzüglich notwendiger Wertberichtigungen bilanziert.

Eine Übersicht über die Gesellschaften der Vetropack-Gruppe und deren Einbezug in die Konzernrechnung befindet sich [hier](#).

Kapitalkonsolidierung

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Purchase-Methode. Dabei werden die Anschaffungskosten einer akquirierten Gesellschaft mit den zum Zeitpunkt des Erwerbs nach konzerneinheitlichen Grundsätzen neu bewerteten Nettoaktiven verrechnet. Ein beim Erwerb bezahlter Goodwill wird im Erwerbsjahr direkt mit den Konzernreserven verrechnet.

Umrechnung fremder Währungen

Die in Landeswährung erstellten Abschlüsse der ausländischen Konzerngesellschaften sind wie folgt in Schweizer Franken umgerechnet:

- Bilanz zu Jahresendkursen;
- Erfolgsrechnung zu Jahresdurchschnittskursen;
- Geldflussrechnung zu Durchschnitts- bzw. Jahresendkursen.

Die sich aus der Umrechnung ergebenden Kursdifferenzen werden erfolgsneutral mit den Konzernreserven verrechnet. Kursdifferenzen aus der Umrechnung von Transaktionen und Bilanzpositionen in fremder Währung werden bei der jeweiligen Konzerngesellschaft erfolgswirksam erfasst. Fremdwährungseffekte auf langfristigen konzerninternen Darlehen mit Eigenkapitalcharakter werden erfolgsneutral im konsolidierten Eigenkapital erfasst.

	Durchschnittskurs			Stichtagskurs 31.12.
	2019	2018	2019	2018
EUR	1.11276	1.15527	1.08710	1.12270
CZK	0.04334	0.04504	0.04269	0.04355
HRK	0.15000	0.15573	0.14595	0.15152
UAH	0.03876	0.03584	0.04053	0.03542

Bewertungsgrundsätze

Die in den Konzernabschluss übernommenen Jahresrechnungen sind nach konzernweit einheitlichen Grundsätzen bewertet. Die wichtigsten Bewertungsgrundsätze für die einzelnen Bilanzpositionen sind:

Flüssige Mittel

Die Flüssigen Mittel enthalten Bargeld, Kontokorrentguthaben bei Banken und anderen Finanzinstituten sowie Festgeldanlagen mit einer Restlaufzeit ab Bilanzstichtag von höchstens 90 Tagen. Sie werden zum Nominalwert bewertet.

Wertschriften

Unter den Wertschriften im Umlaufvermögen werden marktgängige, leicht realisierbare Titel und Festgeldanlagen mit einer Restlaufzeit von 3 bis 12 Monaten bilanziert. Wertschriften werden zu Marktwerten, Festgeldanlagen zum Nominalwert bewertet.

Forderungen

Die Forderungen werden zum Nominalwert bewertet. Für erkennbare Einzelrisiken werden Wertberichtigungen berücksichtigt. Den übrigen Risiken wird durch eine auf Erfahrungswerten basierende länderspezifische Pauschalwertberichtigung von 2% bis 10% Rechnung getragen.

Vorräte

Die Vorräte werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bewertet. Falls jedoch der Marktpreis tiefer liegt, gelangt dieser zur Anwendung. Die Herstellungskosten enthalten Material- und Fertigungseinzelkosten sowie Fertigungsgemeinkosten. Allen erkennbaren Verlustrisiken für Waren oder Artikel mit ungenügendem Lagerumschlag wird durch angemessene Wertberichtigungen Rechnung getragen. Vorräte aus konzerninternen Lieferungen enthalten keine Zwischengewinne. Skonti werden als Minderung des Warenaufwands erfasst.

Sachanlagen

Die Bewertung von Sachanlagen erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten abzüglich notwendiger Abschreibungen. Die Abschreibungen erfolgen linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer unter Berücksichtigung von Restwerten. Diese beträgt für:

– Gebäude	15 bis 50 Jahre
– Produktionsanlagen	10 bis 20 Jahre
– Maschinen und Schmelzöfen	5 bis 24 Jahre
– Formen	1 bis 2 Jahre
– Fahrzeuge	5 bis 7 Jahre
– Büro- und andere Einrichtungen	5 bis 10 Jahre

Geringwertige Wirtschaftsgüter werden beim Erwerb direkt der Erfolgsrechnung belastet. Zwischengewinne aus konzerninternen Anlagelieferungen werden eliminiert.

Leasing

Geleaste Anlagegüter (Finanzierungsleasing) werden bilanziert. Zu Vertragsbeginn wird der Anschaffungs- bzw. Marktwert des Leasinggutes oder falls tiefer der Barwert der zukünftigen Leasingzahlungen bestimmt und aktiviert. Die entsprechende Verpflichtung gegenüber dem Leasinggeber wird als Verbindlichkeit aus Finanzierungsleasing passiviert. Kosten aus Mietverträgen und aus operativem Leasing werden erfolgswirksam erfasst.

Finanzanlagen

Nicht konsolidierte Beteiligungen sind zum anteiligen Eigenkapital (Equity-Methode) oder zum Anschaffungswert bilanziert. Darlehen und Wertschriften werden zum Nominalwert respektive zu Anschaffungskosten unter Abzug allfällig notwendiger Wertberichtigungen bewertet.

Immaterielle Anlagen

Zu den Immateriellen Anlagen zählen Marken, Patente, Lizenzen, Software und übrige immaterielle Vermögenswerte. Erworbene immaterielle Werte werden zum Anschaffungswert bilanziert und über die geschätzte Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Sofern die Nutzungsdauer nicht eindeutig bestimmt werden kann, erfolgt die Abschreibung in der Regel über einen Zeitraum von 5 Jahren:

– Lizenzen, Patente, Marken	5 Jahre
– Software	3 bis 5 Jahre
– Übrige immaterielle Anlagen	5 Jahre

Geringwertige Wirtschaftsgüter werden beim Erwerb direkt der Erfolgsrechnung belastet.

Wertbeeinträchtigung von Aktiven

Sofern Anzeichen dafür vorliegen, dass ein Aktivum in seinem Wert beeinträchtigt sein könnte, wird ein Impairment Test durchgeführt. Sollte die Überprüfung ergeben, dass eine Wertbeeinträchtigung vorliegt, wird der Buchwert erfolgswirksam auf den erzielbaren Wert (höherer Wert von Netto-Marktwert und Nutzwert) reduziert.

Verbindlichkeiten

Kurzfristige Verbindlichkeiten beinhalten solche mit Fälligkeiten von weniger als 12 Monaten. Langfristige Finanzverbindlichkeiten beziehen sich auf Finanzierungen mit einer Laufzeit von über einem Jahr. Verbindlichkeiten (inkl. Finanzverbindlichkeiten) werden zum Nominalwert bilanziert.

Rückstellungen

Rückstellungen werden gebildet, wenn eine rechtliche oder faktische Verpflichtung aus vergangenen Ereignissen entstanden ist, der Mittelabfluss zur Erfüllung dieser Verpflichtung wahrscheinlich und eine zuverlässige Schätzung des Betrages möglich ist. Der zukünftige Mittelabfluss wird zum Nominalwert bilanziert und sofern notwendig auf den Bilanzstichtag diskontiert.

Steuern

Alle Steuerverpflichtungen werden, unabhängig von ihrer Fälligkeit, zurückgestellt. Laufende Ertragssteuern werden auf dem steuerbaren Ergebnis berechnet und unter den Passiven Rechnungsabgrenzungen bilanziert. Latente Steuern werden auf allen temporären Differenzen zwischen den Werten der Steuerbilanzen und den Konzernwerten berechnet. Steuerlich anrechenbare Verlustvorträge werden dabei nur berücksichtigt, wenn die steuerliche Verrechnung realisierbar scheint. Zur Berechnung der latenten Steuern kommen die länderspezifischen Steuersätze zur Anwendung. Aktive latente Steuern werden unter den Finanzanlagen und passive latente Steuern unter den langfristigen Rückstellungen bilanziert.

Derivate Finanzinstrumente

Derivate Finanzinstrumente zu Handels- und Absicherungszwecken werden zum aktuellen Wert bewertet. Der Ausweis von zu bilanzierenden Derivaten erfolgt unter den sonstigen kurzfristigen Forderungen oder den sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten. Bewertungsänderungen werden erfolgswirksam erfasst.

1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

in Mio. CHF	31.12.2019	31.12.2018
Forderungen brutto	118.5	127.9
Wertberichtigungen	- 2.9	- 1.7
Forderungen netto	115.6	126.2

2. Sonstige kurzfristige Forderungen

in Mio. CHF	31.12.2019	31.12.2018
Guthaben aus Vorsteuer Mehrwertsteuer	4.1	3.5
Guthaben aus Quellen- und Verrechnungssteuern	2.8	2.4
Übrige kurzfristige Forderungen	3.3	3.2
Total	10.2	9.1

3. Vorräte

in Mio. CHF	31.12.2019	31.12.2018
Rohmaterial	13.8	12.3
Hilfs- und Betriebsmaterial	48.4	43.6
Halbfabrikate	3.1	3.4
Fertigfabrikate, Handelswaren	107.2	105.3
Anzahlungen an Lieferanten	3.6	0.3
Wertberichtigungen	- 39.5	- 38.8
Total	136.6	126.1

4. Aktive Rechnungsabgrenzungen

in Mio. CHF	31.12.2019	31.12.2018
Laufende Ertragssteuern (Guthaben)	0.4	2.4
Übrige aktive Rechnungsabgrenzungen	1.0	3.6
Total	1.4	6.0

5. Sachanlagen

in Mio. CHF

	Grundstücke, Gebäude nicht betrieb- lich	Grundstücke, Gebäude betrieblich	Schmelzöfen, Maschinen, Produktions- anlagen, For- men	Übrige Sachanlagen	Anzahlungen und Anlagen im Bau	Total
Anschaffungswerte						
Bestand 1.1.2018	75.4	302.7	826.6	39.9	13.7	1 258.3
Zugänge	–	6.4	54.0	2.6	51.2	114.2
Abgänge	–	– 1.5	– 50.9	– 1.2	–	– 53.6
Umklassierung	–	2.4	45.0	0.7	– 45.5	2.6
Währungsumrechnung	– 0.1	– 9.8	– 29.3	– 1.2	– 0.6	– 41.0
Bestand 1.1.2019	75.3	300.2	845.4	40.8	18.8	1 280.5
Zugänge	0.1	1.9	29.1	1.5	88.5	121.1
Abgänge	–	– 0.4	– 29.2	– 1.7	–	– 31.3
Umklassierung	–	0.9	64.8	0.7	– 62.9	3.5
Währungsumrechnung	– 0.1	– 6.6	– 14.5	– 0.6	– 1.1	– 22.9
Bestand 31.12.2019	75.3	296.0	895.6	40.7	43.3	1 350.9
Kumulierte Abschreibungen						
Bestand 1.1.2018	29.6	180.2	518.2	31.3	–	759.3
Planmässige Abschreibungen	1.0	7.2	59.0	3.1	–	70.3
Abgänge	–	– 1.3	– 48.9	– 1.1	–	– 51.3
Umklassierung	–	– 0.2	2.8	–	–	2.6
Wertbeeinträchtigungen*	–	–	0.2	–	–	0.2
Währungsumrechnung	– 0.1	– 5.4	– 17.5	– 0.9	–	– 23.9
Bestand 1.1.2019	30.5	180.5	513.8	32.4	–	757.2
Planmässige Abschreibungen	1.0	7.0	64.9	2.8	–	75.7
Abgänge	–	– 0.2	– 28.7	– 1.6	–	– 30.5
Umklassierung	–	–	3.5	–	–	3.5
Wertbeeinträchtigungen*	–	–	–	–	–	–
Währungsumrechnung	–	– 3.9	– 9.9	– 0.4	–	– 14.2
Bestand 31.12.2019	31.5	183.4	543.6	33.2	–	791.7
Bilanzwert						
am 1.1.2019	44.8	119.7	331.6	8.4	18.8	523.3
am 31.12.2019	**43,8	**112,6	352.0	7.5	43.3	559.2

* Bei den Wertbeeinträchtigungen handelt es sich um die Berichtigung von Restwerten von Produktionsanlagen.

** davon unbebaute Grundstücke CHF 3.4 Mio. (Vorjahr CHF 3.6 Mio.)

Die Anzahlungen auf Anlagen im Bau betragen per 31.12.2019 CHF 7.4 Mio. (Vorjahr CHF 5.2 Mio.).

6. Finanzanlagen

in Mio. CHF	Erläuterung	31.12.2019	31.12.2018
Aktiven aus Arbeitgeberbeitragsreserven	30	12.3	12.4
Rückerstattungsansprüche aus Lebensversicherungen		2.0	1.9
Aktive latente Steuern	23	1.5	1.4
Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften		0.5	0.5
Übrige Finanzanlagen		2.2	2.3
Total		18.5	18.5

7. Immaterielle Anlagen

in Mio. CHF	Software	Software in Entwicklung	Übrige immaterielle Anlagen	Total
Anschaffungswerte				
Bestand 1.1.2018	46.9	1.8	1.3	50.0
Zugänge	0.6	0.8	-	1.4
Abgänge	- 0.1	-	-	- 0.1
Umklassierung	0.4	- 0.4	-	-
Währungsumrechnung	-	- 0.2	-	- 0.2
Bestand 1.1.2019	47.8	2.0	1.3	51.1
Zugänge	2.0	0.5	0.1	2.6
Abgänge	- 0.5	-	-	- 0.5
Umklassierung	1.1	- 0.9	- 0.2	-
Währungsumrechnung	-	-	-	-
Bestand 31.12.2019	50.4	1.6	1.2	53.2
Kumulierte Abschreibungen				
Bestand 1.1.2018	41.0	-	1.2	42.2
Planmässige Abschreibungen	3.1	-	-	3.1
Abgänge	- 0.1	-	-	- 0.1
Umklassierung	-	-	-	-
Wertbeeinträchtigungen	-	-	-	-
Währungsumrechnung	-	-	- 0.1	- 0.1
Bestand 1.1.2019	44.0	-	1.1	45.1
Planmässige Abschreibungen	2.0	-	-	2.0
Abgänge	- 0.4	-	-	- 0.4
Umklassierung	-	-	-	-
Wertbeeinträchtigungen	-	-	-	-
Währungsumrechnung	-	-	-	-
Bestand 31.12.2019	45.6	-	1.1	46.7
Bilanzwert				
am 1.1.2019	3.8	2.0	0.2	6.0
am 31.12.2019	4.8	1.6	0.1	6.5

In den Jahren 2018 und 2019 gab es keine Lizenzen, Patente und Marken.

Im Geschäftsjahr 2015 ist aus der Akquisition in Italien ein Goodwill von CHF 16.8 Mio. entstanden, welcher zum Zeitpunkt des Erwerbs direkt mit dem Eigenkapital verrechnet wurde. Wäre dieser aktiviert und über eine Nutzungsdauer von 5 Jahren abgeschrieben worden, würde das Eigenkapital per 31.12.2019 CHF 754.0 Mio. (Vorjahr CHF 716.8 Mio.) und der Konzerngewinn 2019 CHF 69.6 Mio. (Vorjahr CHF 54.7 Mio.) betragen. Die Abschreibung im Berichtsjahr hätte CHF 3.4 Mio. (Vorjahr CHF 3.4 Mio.) betragen. Der Restwert des Goodwills würde per 31.12.2019 einen Betrag von CHF 1.8 Mio. (Vorjahr CHF 5.2 Mio.) aufweisen. Sowohl für das Berichts- wie das Vorjahr gibt es keine Wertbeeinträchtigungen.

8. Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten

Per 31. Dezember 2018 beinhaltet diese Position im Wesentlichen einen Bankkredit in der Höhe von CHF 44.9 Mio. (EUR 40.0 Mio.), der zu 0.7% verzinst wurde und bis zum 30. Juni 2019 lief.

9. Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten

in Mio. CHF	31.12.2019	31.12.2018
Vorgezogene Entsorgungsgebühr	4.6	4.5
Kundenvorauszahlungen	1.1	1.2
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern	5.4	4.9
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	12.0	9.7
Total	23.1	20.3

10. Passive Rechnungsabgrenzungen

in Mio. CHF	31.12.2019	31.12.2018
Laufende Ertragssteuern (Verbindlichkeiten)	2.8	4.1
Nicht bezogene Ferien und Überzeit	5.3	7.0
Übrige passive Rechnungsabgrenzungen	14.5	12.0
Total	22.6	23.1

11. Kurzfristige Rückstellungen

in Mio. CHF

	Dienstjubiläen	Rechtsverfahren	Garantie/ Gewährleistung	Sonstige	Total
Bestand 1.1.2018	0.4	0.1	0.7	2.5	3.7
Umklassierung	-	-	-	-	-
Bildung	0.3	-	0.2	1.2	1.7
Auflösung	- 0.1	-	-	- 0.6	- 0.7
Verwendung	- 0.1	-	- 0.3	- 1.7	- 2.1
Währungsumrechnung	-	-	-	-	-
Bestand 1.1.2019	0.5	0.1	0.6	1.4	2.6
Umklassierung	-	-	-	-	-
Bildung	0.3	-	1.0	3.5	4.8
Auflösung	-	-	-	0.2	0.2
Verwendung	- 0.1	-	- 0.2	- 2.7	- 3.0
Währungsumrechnung	-	-	- 0.2	-	- 0.2
Bestand 31.12.2019	0.7	0.1	1.2	2.4	4.4

12. Langfristige Finanzverbindlichkeiten

Hierbei handelt es sich um Kredite und Darlehen, welche wie folgt zur Rückzahlung fällig werden:

in Mio. CHF	31.12.2019	31.12.2018
Restlaufzeit		
- 1 bis 2 Jahre*	2.5	2.5
- 3 bis 5 Jahre**	6.7	5.9
- über 5 Jahre***	12.5	-
Total	21.7	8.4

* in CHF; Zins 0.7% (Vorjahr 0.7% bis 1.995%)

** in CHF; Zinsbandbreite 0.65% bis 1.85% (Vorjahr 0.85% bis 1.85%)

*** in CHF; Zins 0.99%

Es wurden kurzfristige Finanzverbindlichkeiten im Umfang von CHF 8.7 Mio. verlängert.

13. Langfristige Rückstellungen

in Mio. CHF

	Passive latente Steuern	Dienstjubiläen	Vorsorgeverpflichtung	Total
Bestand 1.1.2018	21.4	4.7	14.8	40.9
Umklassierung	-	-	-	-
Bildung	2.0	-	2.7	4.7
Auflösung	- 3.3	- 0.2	-	- 3.5
Verwendung	-	- 0.1	- 1.9	- 2.0
Währungsumrechnung	- 0.6	- 0.1	- 0.7	- 1.4
Bestand 1.1.2019	19.5	4.3	14.9	38.7
Umklassierung	-	-	-	-
Bildung	1.4	0.9	2.1	4.4
Auflösung	- 4.2	- 0.1	- 0.1	- 4.4
Verwendung	-	-	- 1.8	- 1.8
Währungsumrechnung	- 0.3	- 0.1	- 0.4	- 0.8
Bestand 31.12.2019	16.4	5.0	14.7	36.1

Passive latente Steuern: Details siehe [hier](#).

Dienstjubiläen: Für die gemäss Personalreglement fälligen Dienstaltersgeschenke für langjährige Betriebszugehörigkeit wurde eine Rückstellung gebildet. Diese Rückstellung, welche landesspezifische Korrekturfaktoren für die Fluktuationsrate berücksichtigt, wurde mit Sätzen zwischen 0% bis 15% (Vorjahr 0% bis 15%) auf den Bilanzstichtag diskontiert.

14. Aktienkapital

Das Aktienkapital setzt sich wie folgt zusammen:

in Mio. CHF	31.12.2019	31.12.2018
220 480 Inhaberaktien (Vorjahr 220 480) à nominal CHF 50.00 (ausgegeben und einbezahlt)	11.0	11.0
880 000 Namenaktien (Vorjahr 880 000) à nominal CHF 10.00 (ausgegeben und einbezahlt)	8.8	8.8
Total	19.8	19.8

Die Inhaberaktien, Valoren-Nummer 622 761, sind an der SIX Swiss Exchange, Swiss Reporting Standard, kotiert. Bei einem Jahresendkurs der Inhaberaktie von CHF 3'040.00 (Vorjahr CHF 2'010.00) beträgt die Gesamtkapitalisierung CHF 1'205.3 Mio. (Vorjahr CHF 796.9 Mio.). Jede Namen- und jede Inhaberaktie hat je ein Stimmrecht.

Bedeutende Aktionäre über 3% Stimmrechtsanteil

	31.12.2019	31.12.2018
Cornaz AG-Holding	68.7%	67.2%
Elisabeth Leon-Cornaz	5.2%	5.2%
La Licorne Holding SA	4.6%	4.6%

Zwischen diesen und weiteren Personen bzw. ihren Aktionären bestehen Aktionärsverträge (Details siehe [hier](#)).

15. Minderheitsanteile

Seit dem 27. März 2019 beträgt die Beteiligung der Vetropack Austria Holding AG an der PrJSC Vetropack Gostomel 100% (31.12.2018: 85.3%).

16. Segmentberichterstattung

Die auf der obersten Leitungsebene für die Unternehmenssteuerung verwendete Segmentrechnung beinhaltet nur ein wesentliches Segment („Glasverpackungen“). Das Nebensegment „Spezialitätenglas“ setzt sich nur aus Handelserlösen in der Schweiz zusammen (Müller + Krempel AG).

Nettoerlöse pro Land:

in Mio. CHF

	Veränderung	2019	2018
Glasverpackungen			
– Schweiz	0.9%	74.5	73.8
– Österreich	2.1%	203.0	198.9
– Tschechien	0.3%	73.6	73.4
– Kroatien	– 2.7%	124.4	127.9
– Slowakei	27.9%	60.5	47.3
– Ukraine	19.1%	81.7	68.6
– Italien	– 4.0%	87.0	90.6
Spezialitätenglas (Schweiz)	0.0%	10.2	10.2
Total	3.5%	714.9	690.7

Die Vetropack-Gruppe verzichtet auf den Ausweis von Segmentergebnissen, weil solche Angaben ein wesentliches Risiko von Wettbewerbsnachteilen bergen. Die Märkte, in welchen die Business Units der Vetropack tätig sind, sind enge Marktnischen mit wenigen, vorwiegend privaten Anbietern. Diese könnten aus den Segmentergebnissen Rückschlüsse auf Margen und Preise ziehen.

17. Andere betriebliche Erträge

in Mio. CHF

	2019	2018
Verkauf Material und Energie	3.7	3.3
Dienstleistungen aus Nebentätigkeiten	0.9	0.8
Ertrag aus Liegenschaftenverwaltung	0.5	0.6
Aktivierte Eigenleistungen	1.7	1.1
Lieferantenprovisionen	1.8	1.2
Verrechnungen Entsorgungsgebühren	1.8	1.5
Übrige Erträge	2.2	3.7
Total	12.6	12.2

18. Materialaufwand

in Mio. CHF	2019	2018
Rohmaterial	106.5	102.9
Handelswarenaufwand	9.5	6.9
Total	116.0	109.8

19. Personalaufwand

in Mio. CHF	2019	2018
Löhne und Gehälter	127.4	121.4
Sozialleistungen	36.2	34.6
Übriger Personalaufwand	6.1	4.4
Total	169.7	160.4

Personalbestand nach Ländern (Endbestand)

	Veränderung	31.12.2019	31.12.2018
Schweiz	4.6%	298	285
Österreich	2.4%	714	697
Tschechien	3.3%	467	452
Kroatien	2.1%	588	576
Slowakei	1.1%	378	374
Ukraine	- 2.0%	631	644
Italien	10.3%	290	263
Total	2.3%	3 366	3 291

Personalbestand nach Ländern (Durchschnitt)

	Veränderung	2019	2018
Schweiz	1.7%	293	288
Österreich	0.7%	710	705
Tschechien	0.9%	468	464
Kroatien	2.4%	588	574
Slowakei	2.2%	378	370
Ukraine	- 0.2%	637	638
Italien	5.3%	276	262
Total	1.5%	3 350	3 301

20. Andere betriebliche Aufwendungen

in Mio. CHF	2019	2018
Unterhalt und Reparaturen	33.2	32.1
Formenkosten	6.3	6.5
Verpackungsmaterial	29.1	27.1
Transportkosten	46.2	49.5
Übriger Verwaltungs- und Betriebsaufwand	67.9	66.7
Total	182.7	181.9

21. Finanzergebnis

in Mio. CHF	2019	2018
Zinsertrag	0.9	0.7
Zinsaufwand	- 0.4	- 0.6
Währungsgewinne	5.3	9.9
Währungsverluste	- 9.4	- 13.7
Übriger Finanzerfolg	-	- 0.1
Total	- 3.6	- 3.8

22. Betriebsfremdes Ergebnis

in Mio. CHF	2019	2018
Ertrag nicht betriebliche Liegenschaften	3.9	3.6
Aufwand nicht betriebliche Liegenschaften	- 1.6	- 1.6
Abschreibungen/Wertbeeinträchtigungen nicht betriebliche Liegenschaften	- 1.0	- 1.0
Übriger nicht betrieblicher Ertrag / Aufwand	0.2	- 1.5
Total	1.5	- 0.5

23. Ertragssteuern

in Mio. CHF	2019	2018
Laufende Ertragssteuern	17.1	14.2
Latente Ertragssteuern	- 2.7	- 0.2
Total	14.4	14.0

Per Ende Berichtsjahr bestehen Verlustvorträge von total CHF 10.0 Mio. (Vorjahr CHF 9.9 Mio.). Bei der Berechnung der aktiven latenten Ertragssteuern wurden keine verrechenbare Verlustvorträge berücksichtigt (Vorjahr CHF 0.0 Mio.). Der Einfluss auf die Ertragssteuern aus der Nichtaktivierung von Verlustvorträgen betrug im Berichtsjahr CHF 2.1 Mio. (Vorjahr CHF 2.4 Mio.). Im Berichtsjahr wurden keine Verlustvorträge, welche nicht aktiviert waren, verwendet (Vorjahr CHF -3.7 Mio.). Im Berichtsjahr gab es keinen Einfluss auf die Ertragssteuern aus dieser Verwendung nicht aktivierter Verlustvorträge (Vorjahr CHF -0.7 Mio.). Im Berichtsjahr wie auch im Vorjahr gab es keine Einflüsse aus dem Verfall aktivierter und nicht aktivierter Verlustvorträge.

Die für die Berechnung der latenten Ertragssteuern massgebenden länderspezifischen Steuersätze liegen in einer Bandbreite von 11.0% bis 25.0% (Vorjahr 7.8% bis 27.9%).

Der gewichtete durchschnittlich ausstehende Steuersatz bezogen auf das ordentliche Ergebnis beträgt 20.0% (Vorjahr 18.3%).

24. Ergebnis je Beteiligungsrecht

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie wird berechnet, indem man den Konzerngewinn des entsprechenden Jahres, welcher den Aktionären der Vetropack-Gruppe zuzurechnen ist, durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl ausstehender Aktien dividiert.

	2019	2018
Auf die Aktionäre der Vetropack-Gruppe entfallender Konzerngewinn in Mio. CHF	73.0	58.1
Gewichtete Anzahl ausstehender Inhaberaktien für unverwässertes Ergebnis je Aktie	396 480	396 480
Gewichtete Anzahl ausstehender Namenaktien für unverwässertes Ergebnis je Aktie	1 982 400	1 982 400
Unverwässertes Ergebnis je Inhaberaktie in CHF	184.1	146.5
Unverwässertes Ergebnis je Namenaktie in CHF	36.8	29.3

Das verwässerte Ergebnis je Aktie wird bei beiden Aktienarten in derselben Weise wie das unverwässerte Ergebnis je Aktie berechnet, da für beide Aktienarten keine Verwässerungseffekte bestehen.

25. Investitionen Sachanlagen

Investitionen nach Ländern

in Mio. CHF	2019	2018
Schweiz	2.5	3.2
Österreich	8.0	49.1
Tschechien	9.2	5.8
Kroatien	24.6	5.8
Slowakei	28.5	33.9
Ukraine	26.6	8.6
Italien	21.7	7.8
Total	121.1	114.2

26. Ausserbilanzgeschäfte

in Mio. CHF	31.12.2019	31.12.2018
Regressverbindlichkeiten aus Wechseln	–	–
Patronatserklärungen	2.5	2.5
Garantien	0.6	0.5
Nicht bilanzierte Leasingverpflichtungen	0.9	1.6
Total	4.0	4.6

Die Eventualverpflichtungen sind mit dem Maximalbetrag der eingegangenen Verpflichtungen (volle Haftungssumme) angegeben.

Fälligkeitsstruktur der nicht bilanzierten Leasingverpflichtungen:

in Mio. CHF	31.12.2019	31.12.2018
Fälligkeit		
– 1 bis 2 Jahre	0.8	0.4
– 3 bis 5 Jahre	0.1	1.2
– über 5 Jahre	–	–
Total	0.9	1.6

27. Verpfändete Aktiven

Zur Sicherstellung eigener Bankkredite und Hypothekendarlehen sind Aktiven verpfändet im Buchwert von:

in Mio. CHF	31.12.2019	31.12.2018
Forderungen	10.4	7.4
Wertschriften	–	0.3
Liegenschaften	30.1	31.3
Total	40.5	39.0

28. Derivative Finanzinstrumente

Per 31.12.2019 hat die Vetropack Holding AG Fremdwährungsswaps über EUR 7.6 Mio.. Im Vorjahr gab es zum Bilanzstichtag keine derivativen Finanzinstrumente.

29. Transaktionen mit nahestehenden Personen

in Mio. CHF	31.12.2019	31.12.2018
Vorsorgeeinrichtungen		
Forderungen	-	-
Verbindlichkeiten	0.2	0.2
Zinsaufwand	-	-
Assoziierte Gesellschaften		
Forderungen	-	-
Verbindlichkeiten	0.8	0.8
Aktivierete Dienstleistungen	-	-
Ertrag aus Dienstleistungen	-	-
Ertrag aus Equity-Bewertung	-	-
Aufwand aus Scherbeneinkauf	- 4.0	- 4.2
Aufwand für Unterhalt und Reparaturen	- 0.2	- 0.2
Aufwand aus übrigen Dienstleistungen	-	-
Aufwand aus Equity-Bewertung	-	-
Übrige Nahestehende		
Forderungen	-	-
Verbindlichkeiten	0.2	0.2
Investitionen in Sachanlagen	-	-
Ertrag aus Warenlieferungen	-	-
Aufwand aus Einkauf Verpackungsmaterial	- 0.5	- 0.6
Aufwand aus übrigen Warenlieferungen	-	-
Aufwand aus Dienstleistungen	-	-
Zinsaufwand	-	-
Erlös aus Verkauf Sachanlagen	-	-

Unter Übrige Nahestehende werden Transaktionen, unabhängig in welcher Vetropack Gesellschaft sie angefallen sind, mit folgenden natürlichen oder juristischen Personen offen gelegt: Aktionäre mit einem Stimmenanteil von über 20%, Verwaltungsratsmitglieder und Mitglieder der Geschäftsleitung sowie alle Gesellschaften, welche durch vorgenannte Personen direkt oder indirekt kontrolliert werden.

Transaktionen mit nahestehenden Personen und Gesellschaften werden zu marktconformen Konditionen abgewickelt.

30. Personalvorsorge

Für die Personalvorsorge bestehen im Konzern verschiedene Vorsorgepläne, die sich nach den landesrechtlichen Vorschriften richten. Dabei handelt es sich in der Schweiz um Beitragsprimatspläne nach schweizerischem Vorsorgerecht und im Ausland um staatlich garantierte beitragsorientierte Vorsorgeleistungen. Die Finanzierung erfolgt entweder durch Beiträge an rechtlich selbstständige Einrichtungen und Stiftungen oder durch Erfassung als Personalvorsorgeverpflichtung in den Abschlüssen der Konzerngesellschaften.

Arbeitgeberbeitragsreserven

Patronale Vorsorgeeinrichtungen

in Mio. CHF	2019	2018
Nominalwert 31.12.	13.0	13.1
Verwendungsverzicht 31.12.	-	-
Andere Wertberichtigungen 31.12.	-	-
Diskontierungseffekte 31.12.	- 0.7	- 0.7
Buchwert 31.12.	12.3	12.4

Aktiven/Passiven aus Vorsorgeeinrichtungen

in Mio. CHF	Patronale Vorsorge- einrichtun- gen	Vorsorge- einrichtun- gen ohne Über-/Un- ter-de- ckungen	Vorsorge- einrichtun- gen mit Überde- ckungen	Vorsorge- einrichtun- gen ohne eigene Ak- tiven	Total
Über-/Unterdeckung 31.12.2019	11.2	-	22.3	-	33.5
Wirtschaftlicher Nutzen/ Verpflichtung 31.12.2018	-	-	-	- 12.4	- 12.4
Wirtschaftlicher Nutzen/ Verpflichtung 31.12.2019	-	-	-	- 12.1	- 12.1
Veränderung 2019	-	-	-	- 0.3	- 0.3
Auf die Periode abgegrenzte Beiträge*	-	-	2.4	2.2	4.6
Vorsorgeaufwand 2018	- 0.8	-	2.3	2.2	3.7
Vorsorgeaufwand 2019	-	-	2.4	1.9	4.3

* einschliesslich Veränderung aus Arbeitgeberbeitragsreserve.

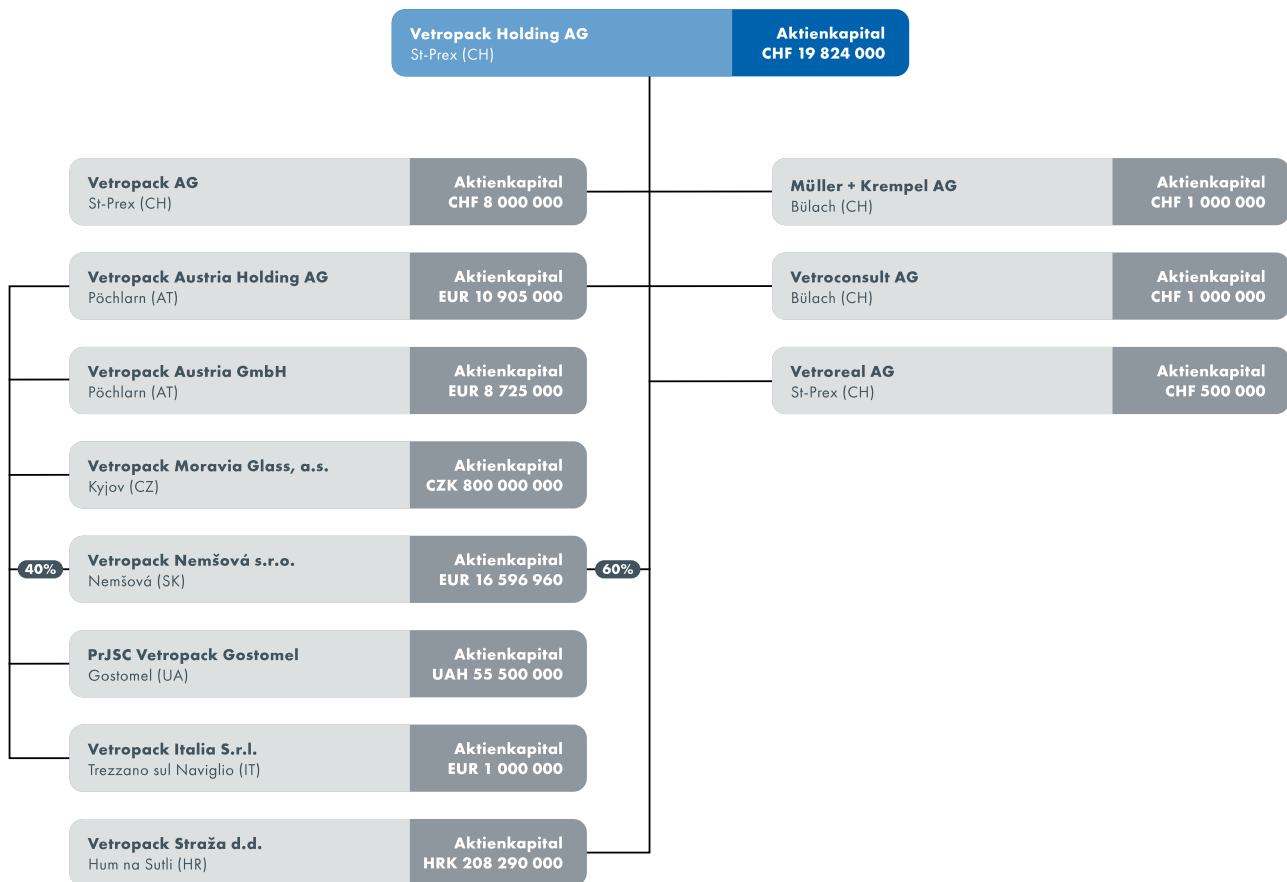
Die Werte für Vorsorgeeinrichtungen von Schweizer Gesellschaften basieren auf den Jahresabschlüssen der entsprechenden Vorjahre, wobei allfällige wesentliche Entscheide im laufenden Geschäftsjahr mitberücksichtigt werden. Die freien Mittel stehen der Vetropack-Gruppe nicht zur Verfügung.

in Mio. CHF	2019	2018
Wichtigste Einflussgrössen		
- Veränderung Arbeitgeberbeitragsreserve	0.1	- 0.8
- Veränderung Wirtschaftlicher Nutzen/Verpflichtung	- 0.3	- 0.3
- Auf die Periode abgegrenzte Beiträge	4.5	4.8
Total Vorsorgeaufwand	4.3	3.7

31. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung des konsolidierten Jahresabschlusses durch den Verwaltungsrat am 10. März 2020 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussage der Jahresrechnung 2019 beeinträchtigen könnten.

Beteiligungsstruktur



Beteiligungsgesellschaften

Gesellschaft	Sitz	Währung	Grundkapital	* Konzernanteil	Einbezug	Eigner
Schweiz						
Vetropack Holding AG	St-Prex	CHF	19 824 000		K	Publikum
Vetropack AG	St-Prex	CHF	8 000 000	100%	K	VPH
Vetroconsult AG	Bülach	CHF	1 000 000	100%	K	VPH
Vetro-Recycling AG	Bülach	CHF	100 000	100%	K	VPH
Müller + Krempel AG	Bülach	CHF	1 000 000	100%	K	VPH
Vetroreal AG	St-Prex	CHF	500 000	100%	K	VPH
Österreich						
Vetropack Austria Holding AG	Pöchlarn	EUR	10 905 000	100%	K	VPH
Vetropack Austria GmbH	Pöchlarn	EUR	8 725 000	100%	K	VAH
Austria Glas Recycling GmbH	Wien	EUR	50 000	24.5%	E	VPA
PTP Pro Glas GmbH	Wien	EUR	35 000	50%	E	VPA
Tschechien						
Vetropack Moravia Glass, a.s.	Kyjov	CZK	800 000 000	100%	K	VAH
Kroatien						
Vetropack Straza d.d.	Hum na Sutli	HRK	208 290 000	100%	K	VPH
Straza-Imo d.o.o.	Hum na Sutli	HRK	855 031	25.1%	E	VST
Slowakei						
Vetropack Nemšová s.r.o.	Nemšová	EUR	16 596 960	60/40%	K	VPH/VAH
Ukraine						
PrJSC Vetropack Gostomel	Gostomel	UAH	55 500 000	** 100%	K	VAH
Vetropack Italia S.r.l.	Trezzano	EUR	1 000 000	100%	K	VAH

* Kapital- und Stimmenanteile sind identisch

** Im Berichtsjahr wurde der Konzernanteil von 85.3% auf 100% erhöht.

Bei den übrigen Beteiligungsgesellschaften gab es gegenüber dem Stand per 31. Dezember 2018 keine Änderungen.

K = vollkonsolidierte Gesellschaft

E = Equity-Bewertung

VPH = Vetropack Holding AG

VAH = Vetropack Austria Holding AG

VPA = Vetropack Austria GmbH

VST = Vetropack Straza d.d.

Stand 31. Dezember 2019

Bericht der Revisionsstelle zur Konzernrechnung

An die Generalversammlung der Vetropack Holding AG, Saint-Prex

Zürich, 10. März 2020

Als Revisionsstelle haben wir die Konzernrechnung der Vetropack Holding AG, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung, Geldflussrechnung, Eigenkapitalnachweis und Anhang (PDF Version: Seiten 77 bis 102 / Online Version: gekennzeichnet mit der Bezeichnung «geprüfte Informationen»), für das am 31. Dezember 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Verwaltungsrates. Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Konzernrechnung in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und den gesetzlichen Vorschriften verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Konzernrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

Verantwortung der Revisionsstelle. Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Konzernrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Konzernrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Konzernrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Konzernrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Konzernrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Konzernrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

Prüfungsurteil. Nach unserer Beurteilung vermittelt die Konzernrechnung für das am 31. Dezember 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz.

Berichterstattung über besonders wichtige Prüfungssachverhalte aufgrund Rundschreiben 1/2015 der Eidgenössischen Revisionsaufsichtsbehörde. Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemässen Ermessen am bedeutsamsten für unsere Prüfung der Konzernrechnung des aktuellen Zeitraums waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung der Konzernrechnung als Ganzes und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt, und wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab. Für jeden nachfolgend aufgeführten Sachverhalt ist die Beschreibung, wie der Sachverhalt in der Prüfung behandelt wurde, vor diesem Hintergrund verfasst.

Der im Berichtsabschnitt «Verantwortung der Revisionsstelle» beschriebenen Verantwortung sind wir nachgekommen, auch in Bezug auf diese Sachverhalte. Dementsprechend umfasste unsere Prüfung die Durchführung von Prüfungshandlungen, die als Reaktion auf unsere Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Konzernrechnung geplant wurden. Das Ergebnis unserer Prüfungshandlungen, einschliesslich der Prüfungshandlungen, welche durchgeführt wurden, um die unten aufgeführten Sachverhalte zu berücksichtigen, bildet die Grundlage für unser Prüfungsurteil zur Konzernrechnung.

Sachanlagen

Risiko. Die Bilanzposition «Sachanlagen» beträgt per 31. Dezember 2019 MCHF 559.2 (Vorjahr: MCHF 523.3) und macht somit rund 59% der Bilanzsumme aus. Mehr als die Hälfte der gesamten Sachanlagen sind Produktionsanlagen, welche einem harten industriellen Einsatz ausgesetzt sind. Hierbei liegen zwei wesentliche Beurteilungen durch das Management vor. Einmal ist vom Management zu beurteilen, ab wann eine Sachanlage betriebsbereit ist und somit die Abschreibung beginnt. Der zweite Punkt betrifft die wesentliche Schätzung bezüglich Nutzungsdauer, welche somit fortlaufend hinterfragt werden muss. Dazu können Ereignisse in der Produktion dazu führen, dass solche Anlagen unplanmässig in ihrem Wert berichtigt werden müssen. Dies könnte den Konzerngewinn sowie das Konzerneigenkapital beeinflussen.

Unser Prüfverfahren. Wir beurteilten und testeten die Kontrollen auf Ausgestaltung und Wirksamkeit im Zusammenhang mit Anlagekauf bzw. Inbetriebnahme und Bewertung von Sachanlagen. Neben der Prüfung der Kontrollen führten wir aussagebezogene Prüfungshandlungen durch, bei welchen wir die Abschreibungen nachrechneten und die Angemessenheit der Nutzungsdauer der Anlagen sowie Anzeichen für ausserplanmässige Wertberichtigungen beurteilten. Des Weiteren überprüften wir die Aktivierung der Anlagen bzw. die Umgliederung aus den Anlagen in Bau und deren Zeitpunkt.

Aus unseren Prüfungshandlungen ergaben sich keine Einwendungen hinsichtlich Ansatz und Bewertung der Sachanlagen.

Siehe konsolidierte Bilanz auf Seite 28, Bewertungsgrundsätze auf Seite 34 sowie Erläuterung Nr. 6 auf Seite 39 zur Konzernrechnung.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR und Art. 11 RAG) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbaren Sachverhalte vorliegen.

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrates ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Konzernrechnung existiert.

Wir empfehlen, die vorliegende Konzernrechnung zu genehmigen.

Ernst & Young AG

Daniel Zaugg
Zugelassener Revisionsexperte
(Leitender Revisor)

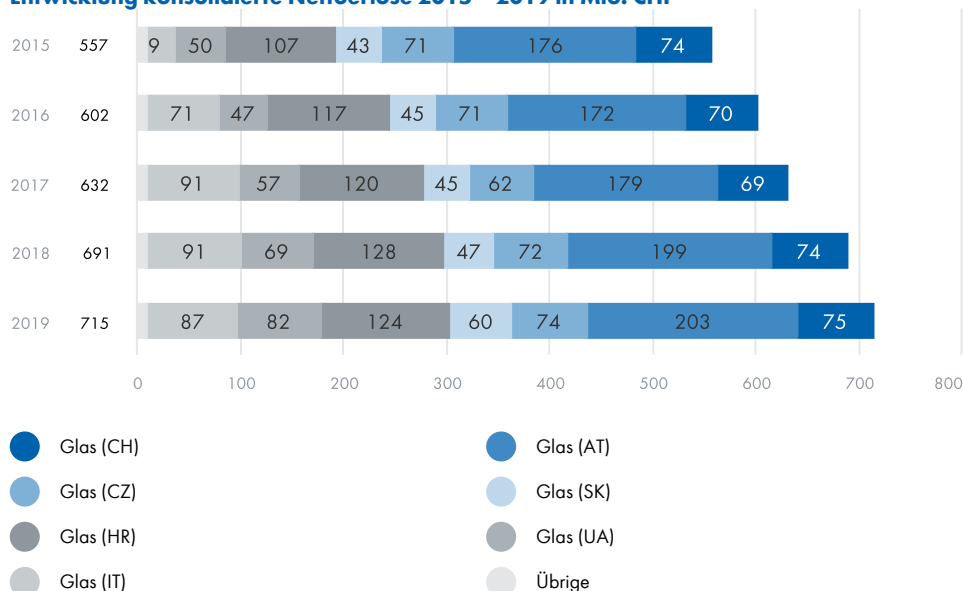
Marc Hegetschweiler
Zugelassener Revisionsexperte

Fünfjahresübersicht

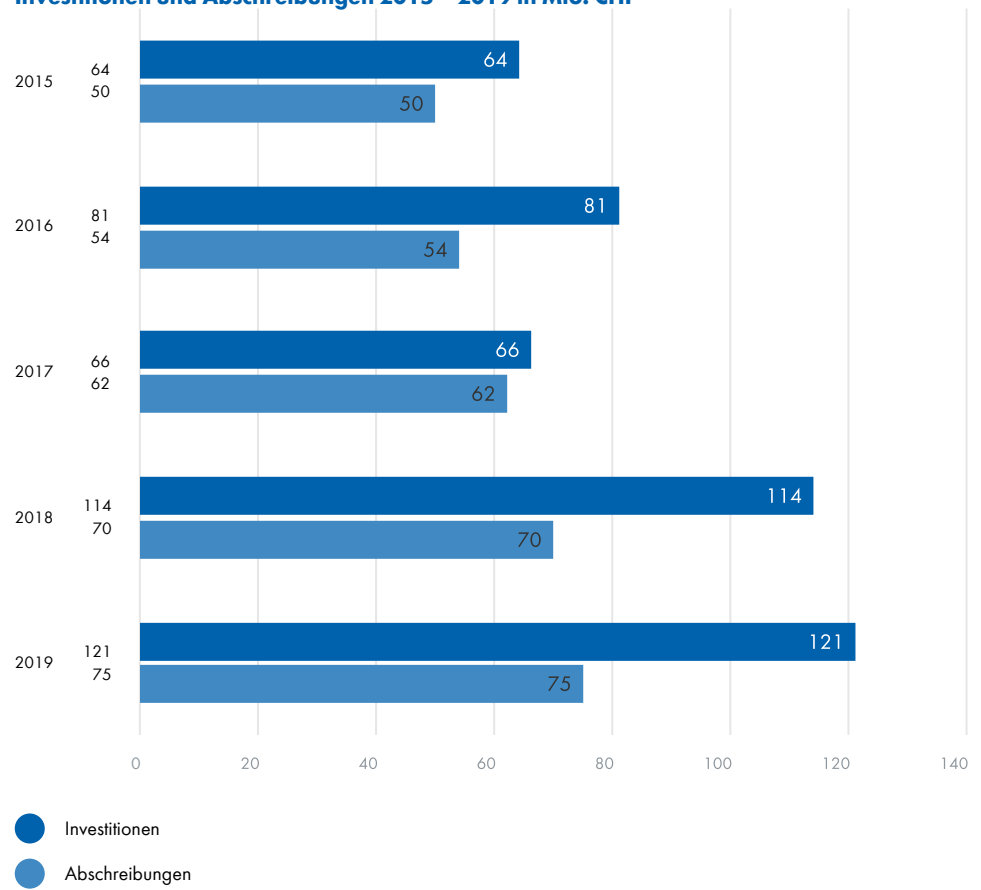
		2019	2018	2017	2016	2015
Konsolidierte Erfolgsrechnung						
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	Mio. CHF	714.9	690.7	631.5	601.7	557.0
Veränderung Nettoerlöse zum Vorjahr	%	3.5	9.4	5.0	8.0	- 7.1
Mitarbeitende	Anzahl	3 366	3 291	3 257	3 243	3 228
Nettoerlöse pro Mitarbeitendem	TCHF	212	210	194	186	173
Betrieblicher Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF	153.1	135.7	126.3	105.1	103.7
in % der Nettoerlöse	%	21.4	19.6	20.0	17.5	18.6
Abschreibungen/Wertbeeinträchtigungen Sachanlagen*	Mio. CHF	75.7	70.5	62.5	55.3	51.6
Ertragssteuern	Mio. CHF	14.4	14.0	15.1	8.7	7.3
Reingewinn	Mio. CHF	73.0	58.1	57.0	42.6	42.1
Konsolidierte Bilanz per 31.12.						
Investitionen in Sachanlagen	Mio. CHF	121.1	114.2	65.5	81.4	63.7
Bilanzsumme	Mio. CHF	949.2	947.4	932.2	840.7	784.3
Umlaufvermögen	Mio. CHF	365.0	399.6	407.9	339.9	312.1
Anlagevermögen	Mio. CHF	584.2	547.8	524.3	500.8	472.2
Fremdkapital	Mio. CHF	197.0	235.8	243.9	235.3	200.6
Eigenkapital	Mio. CHF	752.2	711.6	688.3	605.4	583.7
Eigenkapitalanteil	%	79.2	75.1	73.8	72.0	74.4

* inklusive Abschreibungen auf nicht betrieblichen Grundstücken und Gebäuden.

Entwicklung konsolidierte Nettoerlöse 2015 – 2019 in Mio. CHF



Investitionen und Abschreibungen 2015 – 2019 in Mio. CHF





Finanzbericht Vetropack Holding AG

Finanzbericht

Vetropack Holding AG

Vetropack Holding AG

Bilanz	109
Erfolgsrechnung	110
Erläuterungen	111
Antrag des Verwaltungsrats über die Verwendung des Bilanzgewinns	113
Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung	114
Fünfjahresübersicht	116

in Mio. CHF	Erläuterung	31.12.2019	31.12.2018
AKTIVEN			
Umlaufvermögen			
Flüssige Mittel		79.1	100.5
Forderungen aus Leistungen gegenüber Beteiligungen		4.4	2.4
Übrige kurzfristige Forderungen gegenüber Beteiligungen		65.5	12.5
Total Umlaufvermögen		149.0	115.4
Anlagevermögen			
Darlehen an Beteiligungen		192.0	198.5
Beteiligungen	4	116.5	116.5
Mobile Sachanlagen		0.1	0.2
Total Anlagevermögen		308.6	315.2
Total Aktiven		457.6	430.6
PASSIVEN			
Fremdkapital			
– Verbindlichkeiten aus Leistungen gegenüber Dritten		1.5	0.6
– Verbindlichkeiten aus Leistungen gegenüber Beteiligungen		0.9	0.9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		2.4	1.5
– Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten gegenüber Dritten	5	0.2	0.2
– Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten gegenüber Beteiligungen		20.2	6.9
Kurzfristige verzinsliche Finanzverbindlichkeiten		20.4	7.1
Passive Rechnungsabgrenzungen und kurzfristige Rückstellungen		3.0	3.7
Total kurzfristiges Fremdkapital		25.8	12.3
– Langfristige Finanzverbindlichkeiten gegenüber Beteiligungen		3.0	3.0
– Langfristige Rückstellungen		0.7	0.7
Total langfristiges Fremdkapital		3.7	3.7
Total Fremdkapital		29.5	16.0
Eigenkapital			
Aktienkapital	6	19.8	19.8
Gesetzliche Kapitalreserve / Reserve aus Kapitaleinlagen		0.3	0.3
Gesetzliche Gewinnreserve		28.6	28.6
– Freie Reserve		324.2	294.3
Gewinnvortrag		21.8	24.3
Jahresgewinn		33.4	47.3
– Bilanzgewinn		55.2	71.6
Freiwillige Gewinnreserve		379.4	365.9
Total Eigenkapital		428.1	414.6
Total Passiven		457.6	430.6

Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	Erläuterung	2019	2018
Dividendenerträge		38.6	35.9
Lizenzträge		10.4	9.9
Management Fees		10.2	7.2
Übrige Erlöse aus Leistungen		2.6	2.3
Total Ertrag		61.8	55.3
Personalaufwand		- 10.7	- 7.9
- Büro- und Verwaltungsaufwand		- 6.6	- 4.8
- Werbeaufwand		- 1.8	- 1.2
- Sonstiger betrieblicher Aufwand		- 2.3	- 2.6
Übriger betrieblicher Aufwand		- 10.7	- 8.6
Abschreibungen auf mobilen Sachanlagen		- 0.1	- 0.1
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		40.3	38.7
Zinsaufwand		-	- 0.1
Währungsverluste		- 12.7	- 19.3
Total Finanzaufwand		- 12.7	- 19.4
Zinsertrag		4.0	4.0
Währungsgewinne		2.5	17.0
Übriger Finanzertrag		-	-
Total Finanzertrag		6.5	21.0
Ordentliches Ergebnis		34.1	40.3
Ausserordentlicher Ertrag	2/4	-	7.9
Jahresgewinn vor Steuern		34.1	48.2
Ertragssteuern		- 0.7	- 0.9
Jahresgewinn		33.4	47.3

1. Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizerischen Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 ff OR) erstellt.

2. Nettoauflösung stille Reserven

Im Berichtsjahr wurden keine stillen Reserven aufgelöst (Vorjahr CHF 7.9 Mio.).

3. Bandbreite der Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt

Die Gesellschaft beschäftigt im Berichtsjahr sowie im Vorjahr zwischen zehn und 50 Mitarbeiter.

4. Beteiligungen

Über die Zusammensetzung der Beteiligungen, welche durch die Vetropack Holding AG direkt oder indirekt gehalten werden, gibt die Übersicht [hier](#) Auskunft. Im Berichtsjahr wurden keine Wertberichtigungen auf Beteiligungen aufgelöst (Vorjahr CHF 7.9 Mio.).

5. Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten

Die Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen betragen per Bilanzstichtag CHF 0.2 Mio. (Vorjahr CHF 0.2 Mio.).

6. Aktienkapital

Die Detailangaben zum Aktienkapital können [hier](#) entnommen werden.

7. Derivative Finanzinstrumente

Per 31.12.2019 hat die Vetropack Holding AG Fremdwährungsswaps über EUR 7.6 Mio.. Im Vorjahr gab es zum Bilanzstichtag keine derivativen Finanzinstrumente.

8. Gesamtbetrag der für Verbindlichkeiten Dritter bestellten Sicherheiten

Es besteht eine Garantie zu Gunsten der Vetropack AG, St-Prex über CHF 2.5 Mio. (Vorjahr CHF 2.5 Mio.).

9. Solidarhaftung

Im Rahmen der Mehrwertsteuer-Gruppenbesteuerung haften alle angeschlossenen Schweizer Gesellschaften der Vetropack-Gruppe solidarisch für die Gesamtschulden gegenüber der Eidgenössischen Steuerverwaltung.

10. Eventualverbindlichkeiten

Die Vetropack-Gruppe betreibt ein Cash Pooling, bei welchem die Vetropack Holding AG die Funktion des Pool Masters inne hat. Aus den Cash-Pooling Verträgen mit den Banken resultiert eine Haftung des Pool Masters für allfällige Negativsaldi auf den Pool-Konten.

11. Offenlegung gemäss Art. 663c OR

Die untenstehende Tabelle legt die Anzahl der Aktien per Stichtag 31.12.2019 pro Mitglied des VR und der GL offen. Aktien von nahestehenden Personen sind zur entsprechenden Organperson hinzu addiert.

Stimmenanteile	Namenaktien 2019	Inhaberaktien 2019	Namenaktien 2018	Inhaberaktien 2018
Claude R. Cornaz*	1 881	589	1 881	589
Sönke Bandixen*	–	40	–	40
Pascal Cornaz*	5 000	–	5 000	–
Rudolf Fischer*	–	10	–	10
Richard Fritschi*	–	20	–	100
Jean-Philippe Rochat*	–	10	–	10
Urs Kaufmann*	–	49	–	49
Total	6 881	718	6 881	798
David Zak**	–	–	–	–
Günter Lubitz**	–	140	–	140
Marcello Montisci**	–	10	–	10
Johann Reiter**	–	15	–	–
Johann Eggerth**	–	–	–	–
Nuno Cunha**	–	–	–	–
Evan Williams** (ab 01.06.2019)	–	–	–	–
Total	–	165	–	150

* VR-Mitglied; Position siehe [hier](#)

** GL-Mitglied; Positon siehe [hier](#)

	31.12.2019	31.12.2018
Cornaz AG-Holding	68.7%	67.2%
Elisabeth Leon-Cornaz	5.2%	5.2%

Zwischen diesen und weiteren Personen bzw. ihren Aktionären bestehen Aktionärsverträge (Details siehe [hier](#)).

Antrag des Verwaltungsrats über die Verwendung des Bilanzgewinns

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung folgende Verwendung des Bilanzgewinns:

in Mio CHF	2019	2018
Zur Verfügung der Generalversammlung		
Gewinnvortrag	21.8	24.3
Jahresgewinn	33.4	47.3
Bilanzgewinn	55.2	71.6
Total zur Verfügung der Generalversammlung	55.2	71.6
Antrag des Verwaltungsrats		
Bilanzgewinn	55.2	71.6
Zuweisung an die freie Reserve	- 10.0	- 30.0
Dividendenzahlung	- 25.8	- 19.8
Vortrag auf neue Rechnung	19.4	21.8

Die Annahme dieses Antrags ergibt folgende Dividendenauszahlung:

in CHF	Brutto-Dividende	35% Verrechnungsteuer	Netto-Dividende
Inhaberaktien à nominal CHF 50.00	65.00	22.75	42.25
Namenaktien à nominal CHF 10.00	13.00	4.55	8.45

Die Auszahlung erfolgt ab 28. April 2020 an Namenaktionäre an die uns bekannte Zahlstelle und an Inhaberaktionäre gegen Abgabe des Coupons Nr. 24 durch die schweizerischen Niederlassungen folgender Banken: Banque Cantonale Vaudoise, UBS, Credit Suisse, Zürcher Kantonalbank.

Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung

An die Generalversammlung der Vetropack Holding AG, Saint-Prex

Zürich, 10. März 2020

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung der Vetropack Holding AG, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang (PDF Version: Seiten 109 bis 113 / Online Version: gekennzeichnet mit der Bezeichnung «geprüfte Informationen») für das am 31. Dezember 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Verwaltungsrates. Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Jahresrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

Verantwortung der Revisionsstelle. Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Jahresrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Jahresrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Jahresrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Jahresrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Jahresrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Jahresrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

Prüfungsurteil. Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Berichterstattung über besonders wichtige Prüfungssachverhalte aufgrund Rundschreiben 1/2015 der Eidgenössischen Revisionsaufsichtsbehörde. Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemässen Ermessen am bedeutsamsten für unsere Prüfung der Jahresrechnung des aktuellen Zeitraums waren. Nach unserer Auffassung bestehen keine besonders wichtigen Prüfungssachverhalte, über die zu berichten wäre.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR und Art. 11 RAG) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbaren Sachverhalte vorliegen.

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrates ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Jahresrechnung existiert.

Ferner bestätigen wir, dass der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht und empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Ernst & Young AG

Daniel Zaugg
Zugelassener Revisionsexperte
(Leitender Revisor)

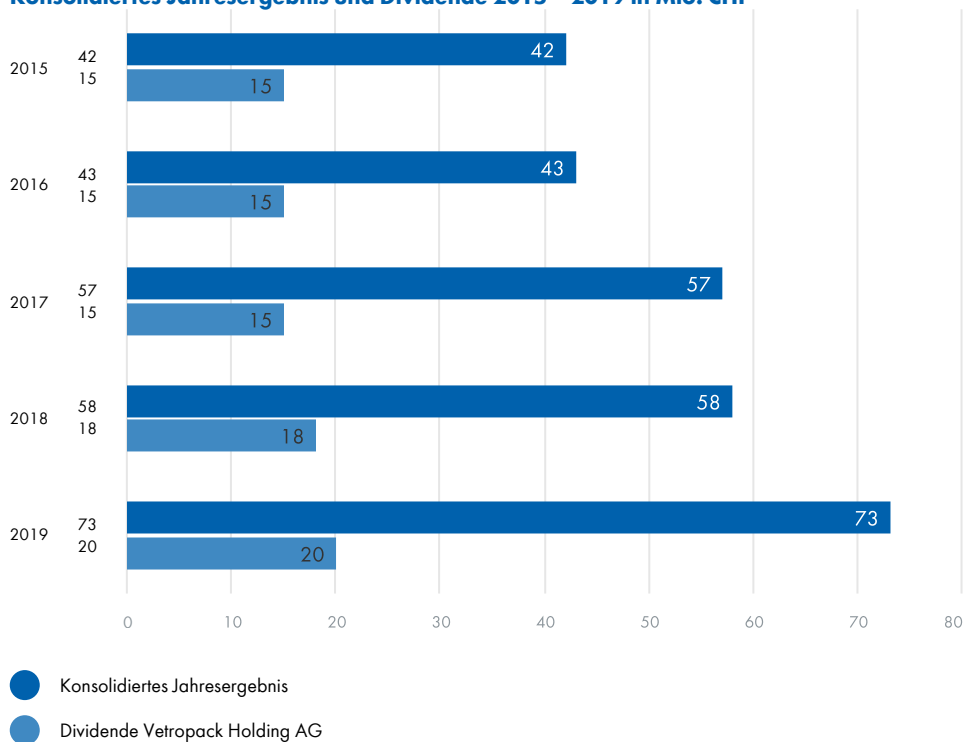
Marc Hegetschweiler
Zugelassener Revisionsexperte

Fünfjahresübersicht

	2019	2018	2017	2016	2015
Erfolgsrechnung und Bilanz (in Mio. CHF)					
Total Ertrag	61.8	55.3	43.5	43.2	42.9
Jahresgewinn	33.4	47.3	47.1	35.4	25.9
Bilanzsumme	457.6	430.6	410.0	370.5	370.7
Beteiligungen	116.5	116.5	108.7	102.4	96.1
Aktienkapital	19.8	19.8	19.8	19.8	19.8
Eigenkapital	428.1	414.6	385.2	353.3	333.2
Angaben pro Aktie (in CHF)					
Börsenkurse					
– Inhaberaktie höchst	3 120	2 490	2 175	1 777	1 655
– Inhaberaktie tiefst	1 900	1 740	1 710	1 350	1 200
Gewinn pro Aktie					
	184.1	146.5	143.9	107.5	106.3
Dividende					
– Inhaberaktie	* 65.00	50.00	45.00	38.50	38.50
– Namenaktie	* 13.00	10.00	9.00	7.70	7.70
Ausschüttungsquote (in %)					
	35.3	34.1	31.3	35.8	36.2

* Antrag an die Generalversammlung vom 22. April 2020

Konsolidiertes Jahresergebnis und Dividende 2015 – 2019 in Mio. CHF





Corporate Governance

Corporate Governance

Einleitung	119
Verwaltungsrat	121
Gruppenleitung	128
Vergütungen und zusätzliche Angaben	132
Mitwirkungsrechte der Aktionäre	133
Revisionsstelle	134
Informationspolitik	135
Kontakadresse	136

Corporate Governance

Die nachstehenden Ausführungen beinhalten die für die Vetropack-Gruppe wesentlichen Informationen gemäss der Richtlinie zur Corporate Governance der SIX Swiss Exchange vom 20. März 2018.

Operative Konzernstruktur

Siehe Darstellung [hier](#).

Konzerngesellschaften

Beteiligungen und Beteiligungsquoten siehe Darstellung [hier](#).

Kapitalstruktur

Für Details des Aktienkapitals siehe [hier](#). Für Kapitalveränderungen der letzten drei Jahre siehe «[Konsolidierter Eigenkapitalnachweis](#)». Die Vetropack Holding AG emittiert keine Optionen auf Beteiligungsrechte.

Dividenden

Die Namen- und Inhaberaktien sind dividendenberechtigt.

Bedeutende Aktionäre: Aktienanteil über 3%

	31.12.2019			31.12.2018		
	Anzahl Namenaktien	Anzahl Inhaberaktien	Stimmrechts- anteil in %	Anzahl Namenaktien	Anzahl Inhaberaktien	Stimmrechts- anteil in %
Cornaz AG-Holding						
Oberrieden	742 086	14 179	68.7	722 086	17 779	67.2
Elisabeth Leon-Cornaz						
St-Prex	56 867	–	5.2	56 867	–	5.2
La Licorne Holding SA						
Martigny	50 722	–	4.6	50 722	–	4.6

Zwischen den Aktionären der Cornaz AG-Holding besteht ein Aktionärsvertrag. Ein weiterer Aktionärsvertrag besteht zwischen der Cornaz AG-Holding und den oben aufgeführten sowie drei weiteren Aktionären (vgl. die auf der Website von SIX Swiss Exchange publizierte Offenlegungsmeldung vom 06.12.2019, <https://www.six-exchange-regulation.com/de/home/publications/significant-shareholders.html>).

Die Kernelemente beider Verträge sind die folgenden:

- einheitliche Ausübung der Stimmrechte an der Generalversammlung;
- gegenseitige Andienungspflicht der Aktien bei Verkauf.

Im Berichtsjahr wurden der Gesellschaft keine Offenlegungsmeldungen im Sinne von Art. 120 des Finanzmarktinfrastrukturgesetzes erstattet.

Verwaltungsrat (VR)

Grundsätze des Wahlverfahrens der VR-Mitglieder und der Amtszeit

Die Verwaltungsräte der Vetropack Holding AG werden je einzeln jährlich von der Generalversammlung gewählt. Eine Wiederwahl ist möglich. Die Generalversammlung wählt jährlich den Präsidenten des Verwaltungsrats und je einzeln die Mitglieder des Vergütungsausschusses (Nomination und Compensation Committee, NCC), welche Mitglieder des Verwaltungsrats sein müssen, sowie den unabhängigen Stimmrechtsvertreter. Ihre Amtsdauer endet mit dem Abschluss der nächsten ordentlichen Generalversammlung. Der Vorsitzende des NCC wird vom VR bestimmt.

Aufgaben des VR

Der VR nimmt seine Aufgaben gemäss Art. 716a OR wahr.

Der VR-Präsident hat zusätzlich folgende Hauptaufgaben:

- Vorbereiten und Erstellen der Einladung zur GV zusammen mit dem CEO;
- Festlegen der Traktandenliste für die Sitzungen des VR, Veranlassen der Einladung und der entsprechenden Unterlagen und Dokumentationen zusammen mit dem CEO;
- Leiten der GV und der VR-Sitzungen;
- Überwachen der Ausführung der Beschlüsse von GV und VR;
- In dringenden Fällen kann der VR-Präsident Geschäfte, die in die Kompetenz des VR fallen, durch Präsidialentscheid erledigen. Die Mitglieder des VR werden ohne Verzug schriftlich informiert.

Kompetenzregelung zwischen VR und GL (Gruppenleitung)

Die Aufgaben, welche nicht gemäss Art. 716a OR dem VR vorbehalten sind, werden an die GL delegiert. Das heisst, dass die GL im Rahmen der vom VR erlassenen Leitlinien frei handeln kann, aber auch voll verantwortlich ist für die operative Führung der Gruppe.

Arbeitsweise

2019 übte der VR seine Oberaufsicht und Kontrolle aus, indem er an fünf ordentlichen Sitzungen schriftliche und mündliche Berichte der GL entgegennahm, diese diskutierte und über allfällige Anträge entschied. Die Sitzungsdauer betrug mindestens vier Stunden. In der März-Sitzung orientierte der Revisionsleiter über das Ergebnis der Externen Revision. Im August folgte eine zweitägige Strategietagung. In der November-Sitzung wurden die Resultate der Internen Revision 2019 besprochen.

In Vorbereitung auf die Verwaltungsratsitzungen fanden zwischen dem VR-Präsidenten, dem CEO und dem CFO regelmässige Sitzungen statt. An diesen Sitzungen wurden operative Themen, die Vorbereitung für die ordentlichen VR-Sitzungen und Berichte der Internen Revision diskutiert. Der VR wurde regelmässig mit schriftlichen Monatsberichten, dem Semester- und Jahresbericht sowie mit dem Planungsdossier auf Firmen- und Gruppenstufe (3-Jahres-Planung) über die wirtschaftliche Lage und die Planung der Gruppe informiert. Für die Überprüfung des Vergütungskonzepts des VR und der GL ist das Nomination und Compensation Committee (NCC) zuständig. Die Arbeitsweise des NCC ist im [Vergütungsbericht](#) zu finden. Mit Ausnahme dieses Komitees bildet der VR keine Ausschüsse.

In seiner Rolle als exekutiver Präsident nimmt der Verwaltungsratspräsident Einsitz in die Aufsichtsorgane aller Betriebsgesellschaften. Er arbeitet in den Steuerungsgremien strategisch bedeutender Projekte und Initiativen mit. Zudem nimmt er an den jährlichen Reviews des Management-Developments teil, an denen die Beurteilung, Weiterentwicklung und Nachfolgeplanungen der Kadermitglieder aller Gesellschaften diskutiert werden. Zur Überwachung der operativen Geschäftsführung, Diskussion der Marktentwicklungen und Umsetzung der Verwaltungsratsbeschlüsse führte er im Jahr 2019 16 Sitzungen mit dem CEO durch.

Risikobeurteilung

Die Vetropack Holding AG verfügt über ein Risikomanagement-System, das sowohl die frühzeitige Erkennung und Analyse von Risiken als auch die Festsetzung entsprechender Massnahmen ermöglicht. Dabei werden sowohl strategische als auch operative, finanzielle und Compliance Risiken abgebildet. Neben den Risiken der Vetropack Holding AG werden auch die wesentlichen Risiken ihrer Tochtergesellschaften im Risikomanagement-System berücksichtigt. Die systematisch erfassten Risiken sind in einer Risikoliste zusammengefasst. Dies geschieht mit einer Risiko-/Wahrscheinlichkeits-Matrix. Die Matrix wird jährlich unter Einbezug des Managements erarbeitet und aktualisiert. Im Berichtsjahr 2019 hat der Verwaltungsrat das Thema der Risikobeurteilung in seiner Sitzung im August behandelt.



Verwaltungsrat per 31. Dezember 2019

Sönke Bandixen, Richard Fritschi, Pascal Cornaz, Jean-Philippe Rochat, Claude R. Cornaz, Rudolf W. Fischer, Urs Kaufmann

Mitglieder

	Position	Nationalität	Erstmals gewählt	Gewählt bis
Claude R. Cornaz *	Präsident, exekutiv	CH	1998	April 2020
Richard Fritschi *	Vizepräsident, nicht exekutiv	CH	2005	April 2020
Sönke Bandixen	Mitglied, nicht exekutiv	CH	2012	April 2020
Pascal Cornaz	Mitglied, nicht exekutiv	CH	2009	April 2020
Rudolf W. Fischer *	Mitglied, nicht exekutiv	CH	2000	April 2020
Urs Kaufmann	Mitglied, nicht exekutiv	CH	2017	April 2020
Jean-Philippe Rochat	Mitglied, nicht exekutiv	CH	2006	April 2020

* Mitglieder des Nomination und Compensation Committee (NCC)

Claude R. Cornaz (1961, Bülach ZH)

Dipl. Masch. Ing. ETH/BWI Zürich, Schweiz



- 1987–1989 Management Services Contraves AG, Zürich, Schweiz
- 1989–1993 Projektgenieur, Nestec in Vevey und Thailand
- 1993–1999 Leiter Unternehmensentwicklung und Fachführungsbereich Technik/Produktion Vetropack-Gruppe
- Seit 1998 Verwaltungsrat Vetropack Holding AG
- 2000–2017 CEO Vetropack Holding AG
- Seit 4./2018 Verwaltungsratspräsident Vetropack Holding AG

Verwaltungsratsmandate:

Mitglied Bucher Industries AG, Niederweningen, Schweiz / Mitglied Dätwyler Holding AG, Altdorf, Schweiz / Vizepräsident H. Goessler AG, Zürich, Schweiz / Vizepräsident Cornaz AG-Holding, Oberrieden, Schweiz / Mitglied Glas Trösch Holding AG, Buochs, Schweiz

Richard Fritschi (1960, Oberrieden ZH)

Dipl. Controller SIB Zürich, Schweiz



- 1979–1985 Verschiedene Funktionen für Luwa AG in Zürich und England
- 1985–1987 Projektcontroller Airchal-Luwa SA, Paris, Frankreich
- 1987–1991 Leiter Finanz und Administration Iso-lag AG, Zürich, Schweiz
- 1991–1999 Finanzleiter Allo Pro/Sulzer Orthopädie, Baar/Winterthur, Schweiz
- 1999–2001 Verkaufsleiter Sulzer Orthopädie/Sulzermedica, Winterthur, Schweiz
- 2001–2003 Präsident Europa/Asien/Südamerika Sulzer Orthopädie/Sulzermedica, Winterthur, Schweiz
- 2003–2005 Präsident Europa/Australasien Zimmer, Winterthur, Schweiz
- 2006–8./2011 CEO der Ypsomed AG, Burgdorf, Schweiz
- Seit 9./2011 Verwaltungsrat in verschiedenen privaten und börsenkotierten Firmen

Verwaltungsratsmandate:

Präsident Cornaz AG-Holding, Oberrieden, Schweiz / Präsident Bibus Holding AG, Fehraltorf, Schweiz / Mitglied Fromm Holding AG, Cham, Schweiz / Präsident Implantica Mediswiss AG, Vaduz, Fürstentum Liechtenstein

Sönke Bandixen (1957, Stein am Rhein SH)

Dipl. Masch. Ing. ETH Zürich, Schweiz, PMD Harvard Business School, USA



- 1984–1993 SIG AG, div. Funktionen, ab 1990 Mitglied der Geschäftsleitung Division Verpackungsmaschinen, Neuhausen am Rheinfall, Schweiz
- 1994–1996 Cosatec AG, Vizepräsident Marketing, Dübendorf, Schweiz
- 1997–2003 Kaba Holding AG, CEO Division Türsysteme, Rümlang, Schweiz
- 2007–2010 CEO Orell Füssli Holding AG, Zürich, Schweiz
- 2010–2011 Selbständiger Unternehmensberater
- 2012–2014 CEO Landert Motoren AG, Bülach, Schweiz
- Seit 2015 Selbständiger Unternehmensberater

Verwaltungsratsmandate:

Vizepräsident Schweizerische Schifffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein, Schaffhausen, Schweiz

Andere Ämter:

Stadtpräsident von Stein am Rhein, Stiftungsrat Jakob und Emma Windler-Stiftung, Stein am Rhein, Schweiz

Pascal Cornaz (1971, Les Paccots FR)

Eidg. dipl. Einkäufer, Schweiz



- 1995–2005 Verschiedene Funktionen im Bereich technische Kundenberatung, Einkauf und Logistik
- 2005–2007 Mitglied der Direktion Giovanna Holding SA, Clarens, Schweiz
- 2008–2011 Mitglied der Direktion und Leitung Kundendienst Ginox SA, Clarens, Schweiz
- 2012–2018 Geschäftsführer, Diamcoupe SA, Cheseaux s. Lausanne, Schweiz
- Seit 2018 Geschäftsführender Gesellschafter, Ecurie Wirz Sàrl, Les Paccots, Schweiz

Rudolf W. Fischer (1952, Bergdietikon AG)

Dr. oec. publ., Universität Zürich, Schweiz



- 1982–1991 Verschiedene Managementpositionen in Human Resources und Trade Marketing bei Jacobs Suchard in der Schweiz und Belgien
- 1991–1994 CEO der zur österreichischen Huber Tricot Gruppe gehörenden Jockey (Schweiz), Uster (1991/92) und der Hanro AG, Liestal (1993/94), Schweiz
- 1994–1995 Partner Bjørn Johansson Associates, Executive Search, Zürich, Schweiz
- 1996–2011 Schindler Management AG, Ebikon, Schweiz, Mitglied der Konzernleitung, verantwortlich für Personal und Ausbildung sowie Mitarbeitersicherheit
- 2012–8/2016 Schindler Holding AG, Hergiswil, Schweiz, Mitglied des Verwaltungsrats, Mitglied des Supervisory und Nomination Committee (Vollamt), Mitglied des Compensation Committee
- Seit 9/2016 Schindler Holding AG, Hergiswil, Schweiz, Mitglied des Verwaltungsrats, Mitglied des Compensation Committees

Urs Kaufmann (1962, Rapperswil-Jona SG)

Dipl. Masch.-Ing. ETH/BWI Zürich, Schweiz



- 1987–1993 Projekt-, Produktions- und Verkaufsführer, Zellweger Uster AG, Uster und USA
- 1994–heute HUBER+SUHNER Gruppe
- 1994–1997 Geschäftsführer der Henry Berchtold AG, Kollbrunn, Schweiz
- 1997–2000 Geschäftsbereichsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung
- 2001–2002 Sektorleiter und Mitglied der Konzernleitung
- 2002–2017 CEO, seit 2014 Delegierter des Verwaltungsrats
- Seit 2017 Präsident des Verwaltungsrats

Verwaltungsratsmandate:

Präsident Schaffner Holding AG, Luterbach, Schweiz / Mitglied SFS Group AG, Heerbrugg, Schweiz / Mitglied Gurit Holding AG, Wattwil, Schweiz / Mitglied Müller Martini Holding AG, Hergiswil, Schweiz

Andere Ämter:

Mitglied Vorstands Ausschüsse Swissmem und des Schweizerischen Arbeitgeberverbands (SAV)

Jean-Philippe Rochat (1957, Lausanne VD)

Lic. iur. Universität Lausanne, Schweiz, Advokat



- 1980–1984 Publicitas SA, Lausanne, Bern und Basel, Schweiz
- 1984–1985 Fiduciaire Fidinter SA, Lausanne, Schweiz
- 1985–1987 Praktikum als Advokat in Genf, Schweiz
- 1987–1989 Advokat Etude de Pfyffer, Argand, Troller & Associés, Genf, Schweiz
- 1989–2015 Beteiligter Advokat bei der Etude Carrard, Pachoud, Heim et Associés, Lausanne, Schweiz
- Seit 2015 Beteiligter Advokat bei Kellerhals Carrard, Lausanne, Schweiz

Verwaltungsratsmandate:

Mitglied Investissements Foncières SA – La Foncière, Lausanne, Schweiz / Mitglied Vaudoise Holding SA, Lausanne, Schweiz / Mitglied Savrave Holding Gravier SA, Lausanne

Andere Ämter:

Honorarkonsul von Finnland in Lausanne, Schweiz

Es bestehen keine gegenseitigen Einsitznahmen im Verwaltungsrat der Vetropack Holding AG und einer anderen kotierten Gesellschaft, und es bestehen auch keine geschäftlichen Beziehungen zwischen den VR-Mitgliedern und der Vetropack Holding AG. Claude R. Cornaz, Rudolf W. Fischer, Jean-Philippe Rochat und Urs Kaufmann sind auch Verwaltungsräte in anderen kotierten Gesellschaften, wie [hier](#) aufgeführt.

Gruppenleitung (GL)

	Position	Nationalität	Seit
Johann Reiter	CEO	AT	1.1.2018
David Zak	CFO	CH	1.5.2002
Nuno Cunha	Leiter Fachführungsbereich HR Management und Personalentwicklung	PT	1.9.2018
Johann Eggerth	Leiter Geschäftsbereich Schweiz/Österreich	AT	1.3.2018
Günter Lubitz	Leiter Fachführungsbereich Technik und Produktion	DE	1.6.2003
Marcello Montisci	Leiter Fachführungsbereich Marketing/Verkauf/Produktionsplanung	IT	1.3.2005– 31.5.2019
Evan Williams	Leiter Fachführungsbereich Marketing/Verkauf/Produktionsplanung	GB	1.6.2019

Johann Reiter (1960)

Ing. Wirtschaftsingenieurwesen und Maschinenbau, HTL Kapfenberg, Österreich



1976–2010 Diverse Funktionen bei Böhler Edelstahl GmbH & Co KG, Kapfenberg, Österreich, unter anderem Geschäftsfeldleiter Freiform Schmiedestücke

11/2010–2017 Leiter Geschäftsbereich Schweiz/Österreich und Mitglied der Gruppenleitung Vetropack-Gruppe

Seit 2018 CEO Vetropack Holding AG

David Zak (1965)

BSc., Wirtschaftsstudium Boston University, USA



1989–1997 Diverse internationale Finanz- und Managementpositionen innerhalb der ABB Gruppe, unter anderem als Controller ABB Holding AG, Schweiz, Vizepräsident ABB, s.r.o. in Prag, Tschechien

1998–2002 CFO Studer Professional Audio AG, Regensdorf, Schweiz

Seit 5/2002 CFO Vetropack Holding AG und Mitglied der Gruppenleitung Vetropack-Gruppe

Nuno Cunha (1970)

Studium der Soziologie, Universidade Nova de Lisboa, Portugal



- 1995–2000 Verschiedene Funktionen in der Human Resources Abteilung, Volkswagen Gruppe, Portugal
- 2000–2005 Leiter Human Resources Portugal, Spanien und Mosambik für Sapa Profiles, Hydro Extruded Solutions, Portugal
- 2005–2007 Europäischer Personalentwicklungsmanager für die General Motors Acceptance Corporation, Deutschland
- 2007–2009 Global Business Partner für Huntsman, Advanced Materials, Schweiz
- 2009–2013 Leiter Human Resources Europe, Middle East, Africa and India für die Valspar Corporation, Schweiz
- 2013–2018 Leiter Human Resources Middle East and Africa & Global Director for Specialty Fluids bei Cabot Corporation, Schweiz
- Seit 9/2018 Leiter Fachführungsbereich HR Management und Personalentwicklung Vetropack-Gruppe und Mitglied der Gruppenleitung Vetropack-Gruppe

Johann Eggerth (1967)

Dipl.-Ing. Metallurgie- und Werkstofftechnik (Studienzweig Betriebs- und Energiewirtschaft), Montanuniversität Leoben, Österreich



- 1995–1998 Project Manager und Product Manager, Voest-Alpine Industrieanlagenbau GmbH, Linz, Österreich
- 1998–2003 Consultant, McKinsey & Company Inc., Wien, Österreich und Köln, Deutschland
- 2003–2012 Managing Director, Festool Engineering GmbH, Neidlingen, Deutschland
- 2012–2018 CEO, Adler-Werk Lackfabrik GmbH & Co KG bzw. Adler Beteiligungsgesellschaft m.b.H., Schwaz, Österreich
- Seit 3/2018 Leiter des Geschäftsbereichs Schweiz/Österreich, Mitglied der Gruppenleitung Vetropack-Gruppe

Günter Lubitz (1953)

Dipl. Ing. Glastechnik + Keramik, Universität Duisburg, Deutschland



- 1977–1985 Leitende Funktionen in der Verpackungsglas-Industrie in Deutschland als Produktionsingenieur und Produktionsleiter
- 1985–1988 Produktionsleiter/Technischer Direktor Bangkok Glass Industry, Bangkok, Thailand Technischer Leiter/Werkeleiter in verschiedenen Firmen der Verpackungsglasindustrie in Deutschland
- 1989–2003 Technischer Leiter/Werkeleiter in verschiedenen Firmen der Verpackungsglas-Industrie in Deutschland
- Seit 6/2003 Leiter Fachführungsbereich Technik und Produktion Vetropack-Gruppe und Mitglied der Gruppenleitung Vetropack-Gruppe

Marcello Montisci (1954)

Dr. El. Ing. Universität Rom, MBA der Università Commerciale Luigi Bocconi Mailand, Italien



- 1980–1985 Technischer Verkauf VARIAN, Turin, Italien
- 1985–1991 Diverse leitende Funktionen bei AXIS Spa, Florenz, Italien, davon 4 Jahre in der US-Niederlassung
- 1991–2001 Kaufmännischer Direktor AVIR Spa (O.I.), Mailand, Italien
- 2001–2005 Generaldirektor United Hungarian Glass (O.I.), Orshaza, Ungarn
- 3/2005–6/2019 Leiter Fachführungsbereich Marketing/Verkauf/Produktionsplanung Vetropack-Gruppe
- 2006–2009 Leiter Geschäftsbereich Tschechische Republik/Slowakei
- 2006–6/2019 Mitglied der Gruppenleitung Vetropack-Gruppe

Evan Williams (1967)

BSc.; Studium der Betriebswirtschaftslehre und angewandten Psychologie, University of Aston, Executive MBA, Hult (Ashridge), Vereinigtes Königreich Grossbritannien und Nordirland



- | | |
|-------------|---|
| 1991–1994 | MCG Closures Ltd, Praktikum für Absolventen, Vereinigtes Königreich |
| 1994–2019 | Verschiedene Positionen bei Owens-Illinois Europe HQ, Schweiz, einschliesslich: |
| 2010–2014 | Verkaufsleiter North West Europe (Vereinigtes Königreich, Deutschland, Niederlande, Belgien und Skandinavien) |
| 2014–2016 | Leiter European Beer Segment |
| 2016–2019 | Leiter Global Key Account |
| Seit 6/2019 | Leiter Fachführungsbereich Marketing/Verkauf/Produktionsplanung Vetropack-Gruppe und Mitglied der Gruppenleitung Vetropack-Gruppe |

Es bestehen keine Managementverträge zwischen der Vetropack Holding AG und Gesellschaften sowie natürlichen Personen ausserhalb des Konzerns.

Vergütungen und zusätzliche Angaben

Die Details zu den Vergütungen, Beteiligungen, Darlehen und Krediten des VR und der GL sowie an nahestehende Personen befinden sich im [Vergütungsbericht](#) respektive in der Offenlegung gemäss Art. 663c OR [hier](#).

Mitwirkungsrechte der Aktionäre

Stimmrechte, Stimmrechtsbeschränkung und Vertretung: Jede Namen- oder Inhaberaktie hat je ein Stimmrecht. Die Inhaberaktien haben keine Vertretungsbeschränkung. Namenaktien können nur von anderen Namenaktionären (natürliche oder juristische) vertreten werden.

Statutarische Quoren: In den Statuten der Vetropack Holding AG sind nur die gesetzlichen Bestimmungen gemäss Art. 703 und 704 OR verankert.

Einberufung der GV: Die Einladung erfolgt mindestens 20 Tage vor dem Versammlungstag. Mit der Einladung werden den Aktionären die Verhandlungsgegenstände sowie die Anträge des VR und der Aktionäre bekannt gegeben, welche die Traktandierung eines Verhandlungsgegenstands verlangt haben. Ausserordentliche Generalversammlungen werden je nach Bedarf und gemäss den im Gesetz verankerten Fällen einberufen. Aktionäre, die mindestens den zehnten Teil des Aktienkapitals vertreten, können unter schriftlicher Angabe der Anträge an den VR jederzeit die Einberufung verlangen.

Traktandierungsbegehren: Aktionäre, die Aktien im Nennwert von CHF 1'000'000 vertreten, können die Traktandierung eines Verhandlungsgegenstands verlangen. Traktandierungsbegehren müssen mindestens 40 Tage vor der GV schriftlich an den VR-Präsidenten gestellt werden.

Übertragungsbestimmungen: Für Inhaberaktien bestehen keine Eigentums- oder Übertragungsbeschränkungen. Übertragungen von Namenaktien müssen dem Aktionärsbüro der Vetropack Holding AG gemeldet und vom Verwaltungsrat genehmigt werden.

Eintragung ins Aktienbuch: Der Eintrag muss spätestens 20 Tage vor der GV erfolgt sein, damit das Stimmrecht ausgeübt werden kann.

Angebotspflicht und Kontrollwechselklauseln: Es besteht keine statutarische Regelung betreffend «opting-out» beziehungsweise «opting-up». Es bestehen keine Kontrollwechselklauseln zugunsten von Mitgliedern des VR und der GL.

Kündigungsfrist: Für die GL-Mitglieder bestehen Anstellungsverträge mit einer maximalen Kündigungsfrist von neun Monaten (vgl. Artikel 22 der Statuten).

Revisionsstelle

Mandat: Ernst & Young AG ist seit 1995 Revisionsstelle und Konzernprüfer der Vetropack Holding AG. Der leitende Revisor ist seit 2013 für das Revisionsmandat verantwortlich. Der leitende Revisor wird periodisch alle 7 Jahre gewechselt.

Honorare: Ernst & Young AG stellte der Vetropack-Gruppe im Berichtsjahr CHF 0.4 Mio. in Rechnung für Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Prüfung der Einzelabschlüsse sowie der Konzernrechnung. Alle Konzerngesellschaften der Vetropack-Gruppe wurden im Geschäftsjahr 2019 durch Ernst & Young AG geprüft.

Aufsichts- und Kontrollinstrumente gegenüber der externen Revision: Der Gesamt-VR prüft in der ordentlichen November-Sitzung den Umfang sowie die Schwerpunkte der externen Revision inklusive Schwerpunkte für die Prüfung des Internen Kontroll-Systems für das laufende Jahr. In der ordentlichen März-Sitzung wird in schriftlicher (Bericht der Revisionsstelle, Bericht des Konzernprüfers, Management Letter, Erläuterungsbericht) wie auch in verbaler Form (Mandatsleiter ist anwesend) über die Revisionsergebnisse informiert. Die Revisionschwerpunkte und -ergebnisse der Tochtergesellschaften werden zusätzlich mit den Revisoren vor Ort in den ordentlichen Organisationsungen im Februar der jeweiligen Tochtergesellschaften besprochen. Bei diesen Sitzungen ist der Präsident des VR präsent. Mit Hilfe der oben genannten Informationsquellen beurteilt der VR jährlich in seiner März-Sitzung die Leistung sowie die Unabhängigkeit der Revisionsstelle und des Konzernprüfers. Der Verwaltungsrat analysiert jährlich die Entwicklung der Kosten der externen Revision (Mehrjahresvergleich).

Informationspolitik

Die Vetropack Holding AG informiert mit folgenden Mitteln: Geschäftsbericht, Bilanz-Pressekonferenz,

Generalversammlung, Semesterbericht sowie Pressemitteilungen. Aktuelle Informationen über die Firmenwebsite www.vetropack.com.

Pressemitteilungen werden unter «Aktuelles» publiziert (<http://www.vetropack.com/de/vetropack/aktuelles/>). Unter «Investor Relations» befinden sich Informationen zu Kennzahlen, Finanzpublikationen, Finanzkalender, Newsletter, den Statuten der Vetropack Holding AG, zum Protokoll der letzten GV sowie zu den Kontaktangaben (<http://www.vetropack.com/de/vetropack/investor-relations/kennzahlen/>).

Interessierte können sich für den Newsletter (Push-Mail) anmelden und erhalten so automatisch ein E-Mail, das auf Investor-Relation-Informationen hinweist, die neu auf der Firmenwebsite aufgeschaltet werden (<http://www.vetropack.com/de/vetropack/investor-relations/news-service/>).

Kontaktadresse

Aktionärsbüro
c/o Vetropack Holding AG
Postfach
CH-8180 Bülach
Tel. +41 44 863 32 70
Fax +41 44 863 31 25



Vergütungsbericht

Vergütungsbericht

1. Einleitung	139
2. Prinzipien des Vergütungskonzepts und deren Elemente	139
3. Organisation und Kompetenzen bei der Vergütungsfestsetzung	139
4. Beschreibung der Vergütungselemente	140
5. Vergütungen an den Verwaltungsrat (VR)	141
6. Vergütungen an die Gruppenleitung (GL)	142
7. Vergleich der ausgerichteten Vergütungen mit den von der Generalversammlung 2018 bzw. 2019 genehmigten Vergütungen	143
8. Beteiligungen	143
Bericht der Revisionsstelle über die Prüfung des Vergütungsberichts	144

1. Einleitung

Die Strategie der Vetropack-Gruppe hat eine langfristige und nachhaltige Entwicklung des Unternehmens zum Ziel, welche den Anliegen ihrer Stakeholder Rechnung trägt. Da Vetropack stark in lokalen Märkten verankert ist, wird den standortspezifischen Gegebenheiten hohes Gewicht beigemessen. Dementsprechend sind die Vergütungsprinzipien der Vetropack-Gruppe ausgelegt; sie enthalten einen auf den lokalen Markt abgestimmten fixen Ansatz sowie einen angemessenen variablen Teil, welcher leistungs- und erfolgsabhängig ist.

2. Prinzipien des Vergütungskonzepts und deren Elemente

Das Vergütungskonzept der Vetropack-Gruppe orientiert sich an der Verantwortung und Erfahrung der Mitarbeitenden sowie den lokalen Gegebenheiten. Die VR-Mitglieder beziehen eine fixe Geldleistung ohne variable Komponente.

Die GL-Mitglieder erhalten eine der individuellen Verantwortung und Erfahrung entsprechende Grundvergütung sowie eine variable leistungs- und erfolgsabhängige Komponente. Dazu kommen Sachleistungen in Form von überobligatorischen Vorsorgebeiträgen und eines Firmenwagens, der auch für private Zwecke genutzt werden kann.

Alle Vergütungen werden bar ausbezahlt, es bestehen keine Options- oder Aktienprogramme.

3. Organisation und Kompetenzen bei der Vergütungsfestsetzung

Der Verwaltungsrat (VR) beschliesst die Grundsätze des Vergütungskonzepts für den Verwaltungsrat und die Gruppenleitung (GL) auf Antrag des Nomination- und Compensation Committee (NCC). Er legt jährlich die Vergütungen für den Verwaltungsrat und den CEO auf Antrag des NCC fest.

Das NCC besteht aus drei Mitgliedern des Verwaltungsrats, die jährlich von der Generalversammlung einzeln gewählt werden. Die Generalversammlung vom 24. April 2019 hat Claude Cornaz, Richard Fritschi und Rudolf Fischer in das NCC gewählt. Der Verwaltungsrat bestimmte Rudolf Fischer zu dessen Vorsitzenden. Das NCC berichtet jeweils an der nächsten Sitzung des Gesamt-VR über seine Beratungen und Beschlüsse und stellt allfällige Anträge. Das Committee tagte 2019 zwei Mal, im März und November.

Das NCC hat als Hauptaufgabe, das Vergütungskonzept für den VR und die GL regelmässig zu überprüfen. Das NCC legt seine Vergütungsvorschläge für die VR-Mitglieder und den CEO dem Gesamt-VR zum Beschluss vor. Es entscheidet selbständig auf Antrag des CEO über die Vergütungen der übrigen GL-Mitglieder. Ferner beantragt das NCC dem VR die Anträge an die GV betreffend der Gesamtvergütungen für VR und GL.

Zusätzlich bereitet das NCC die mittel- und langfristige Personalplanung für die Mitglieder des VR und der GL vor und unterbreitet seine Vorschläge dem Gesamt-VR zum Beschluss.

Die Generalversammlung der Vetropack Holding AG stimmt getrennt über die Vergütung des Verwaltungsrats und der Gruppenleitung wie folgt ab:

- prospektiv über den maximalen Gesamtbetrag für die Vergütung für den Verwaltungsrat für die Zeit bis zur nächsten Generalversammlung (vgl. Artikel 27 der Statuten der Gesellschaft <https://www.vetropack.com/de/vetropack/investor-relations/corporate-governance/>).
- prospektiv über den maximalen Gesamtbetrag für die Vergütung der Gruppenleitung für das der Generalversammlung folgende Geschäftsjahr (vgl. Artikel 27 der Statuten).

Artikel 28 der Statuten sieht einen Zusatzbetrag von 40% des von der Generalversammlung genehmigten Betrages für Mitglieder der Gruppenleitung vor, welche während der Vergütungsperiode nominiert werden.

4. Beschreibung der Vergütungselemente

Verwaltungsrat (VR)

Die VR-Mitglieder beziehen eine feste Vergütung in bar, deren Höhe abgestuft ist nach Präsident, Vizepräsident und Mitgliedern. Zusätzlich erhalten die Mitglieder des NCC für ihre Arbeit im Committee eine feste Vergütung in bar, deren Höhe ebenfalls abgestuft ist nach Präsident und Mitgliedern. Es gibt keine variablen Komponenten. Die Auszahlung erfolgt in 12 Raten jeweils monatlich.

Gruppenleitung (GL)

Per 1. Juni 2019 ernannte der VR Evan Williams zum neuen gruppenweiten Leiter Marketing, Verkauf und Produktionsplanung und zum Mitglied der GL. Sein Vorgänger Marcello Montisci stand nach seiner Einführung der Vetropack-Gruppe bis zu seiner Pensionierung Ende 2019 noch für spezielle Projekte zur Verfügung.

Die GL-Mitglieder erhalten eine feste Grundvergütung (fixes Basissalär), die der Verantwortung ihrer individuellen Funktion, ihrer Erfahrung sowie den lokalen Gegebenheiten angepasst ist.

Zusätzlich erhalten sie einen variablen Bonus in bar, der sich aus zwei Teilen zusammensetzt:

- einem «Individual Bonus», basierend auf der Erreichung von individuell definierten Leistungszielen. Dieser Bonusteil berechnet sich nach einem individuell festgelegten Prozentsatz des persönlichen fixen Basissalärs, multipliziert mit dem Zielerreichungsgrad.
- einem «Net Result Bonus», berechnet nach einem individuell festgelegten Promillesatz des konsolidierten Reingewinns der Gruppe nach Steuern. Liegt der konsolidierte Reingewinn unter 2% des Nettoumsatzes, so beträgt dieser Net Result Bonus Null.

Bei der Beurteilung der Erreichung der individuellen Leistungsziele unterliegen die nicht quantifizierbaren Elemente dem Ermessen des Beurteilenden.

Die gesamte variable Vergütung, d.h. Individual Bonus und Net Result Bonus zusammen, soll in einem Zielbereich von 25% bis 50% des Basissalärs liegen.

Sie ist in jedem Fall auf maximal 75% des Basissalärs begrenzt und wird, nach Verabschiedung des Geschäftsberichts durch den VR, im März des folgenden Jahres ausbezahlt.

5. Vergütungen an den Verwaltungsrat (VR)

2019 wurden an die Mitglieder des VRs nur Geldleistungen erbracht. Es wurden weder Aktien, Optionen, Darlehen, Kredite noch zusätzliche Honorare oder anderweitige Vergütungen an die Verwaltungsräte, ehemalige Verwaltungsräte oder deren nahe stehenden Personen ausgerichtet. Es bestehen auch keine ausstehenden Kredite oder Darlehen.

2019 VR-Vergütungen

in CHF	Barvergütung		Sozialabgaben	Total
	VR	NCC		
Claude R. Cornaz, VR-Präsident	315 800	10 000	101 148	426 948
Richard Fritschi, Vizepräsident	90 000	10 000	7 395	107 395
Sönke Bandixen, Mitglied	65 000	–	4 807	69 807
Pascal Cornaz, Mitglied	65 000	–	4 807	69 807
Rudolf W. Fischer, Mitglied	65 000	15 000	3 978	83 978
Jean-Philippe Rochat, Mitglied	65 000	–	4 807	69 807
Urs Kaufmann, Mitglied	65 000	–	4 807	69 807
Total	730 800	35 000	131 749	897 549

2018 VR-Vergütungen

in CHF	Barvergütung		Sozialabgaben	Total
	VR	NCC		
Hans R. Rüegg, VR-Präsident *	41 667	–	2 270	43 937
Claude R. Cornaz, VR-Präsident **	232 200	10 000	71 006	313 206
Richard Fritschi, Vizepräsident	90 000	10 000	7 395	107 395
Sönke Bandixen, Mitglied	65 000	–	4 807	69 807
Pascal Cornaz, Mitglied	65 000	–	4 807	69 807
Rudolf W. Fischer, Mitglied	65 000	15 000	3 978	83 978
Jean-Philippe Rochat, Mitglied	65 000	–	4 807	69 807
Urs Kaufmann, Mitglied	65 000	–	4 807	69 807
Total	688 867	35 000	103 877	827 744

* Hans R. Rüegg, VR-Präsident bis 20.04.2018

** Claude R. Cornaz, VR-Präsident seit 20.04.2018

6. Vergütungen an die Gruppenleitung (GL)

2019 wurden an die Gruppenleitung nur Geld- und Sachleistungen erbracht. Es wurden weder Aktien, Optionen, Darlehen, Kredite noch zusätzliche Honorare oder anderweitige Vergütungen an die Gruppenleitung, ehemalige Mitglieder der Gruppenleitung oder deren nahe stehenden Personen ausgerichtet. Es bestehen auch keine ausstehenden Kredite oder Darlehen.

in CHF	Basissalär	Bonus	Vorsorge- beiträge Sozialab- gaben	Sachlei- stungen*	Total
2019 GL-Vergütungen					
Gruppenleitung gesamt	2 105 297	798 230	657 141	45 215	3 605 883
davon höchste Vergütung **	535 000	302 626	176 059	6 925	1 020 610
2018 GL-Vergütungen					
Gruppenleitung gesamt	1 911 032	623 523	578 987	32 220	3 145 762
davon höchste Vergütung **	475 000	259 370	135 933	5 200	875 503

* Geschäftswagen zur Privatbenutzung

** Johann Reiter, CEO

Da vom 1. Juni 2019 bis zum 31. Dezember 2019 neben Marcello Montisci auch sein Nachfolger Evan Williams Mitglieder der GL waren, stieg die Anzahl der Mitglieder vorübergehend von 6 auf 7 Personen.

7. Vergleich der ausgerichteten Vergütungen mit den von der Generalversammlung 2018 bzw. 2019 genehmigten Vergütungen

Verwaltungsrat

Anlässlich der Generalversammlung vom 24. April 2019 wurde über die Gesamtvergütung des Verwaltungsrats abgestimmt und ein Maximalbetrag von CHF 910'000.– festgelegt.

Die Vergütung an den Verwaltungsrat wird gemäss den Statuten prospektiv für die Dauer bis zur nächsten ordentlichen Generalversammlung genehmigt. Die nachfolgende Tabelle vergleicht den von der Generalversammlung beschlossenen Maximalbetrag der Vergütungen an den Verwaltungsrat mit den im Jahr 2019 effektiv ausgerichteten Beträgen.

in CHF

Genehmigte Gesamtvergütung für den Verwaltungsrat von GV 2019 bis GV 2020	910 000
An den Verwaltungsrat 2019 ausgerichtete Vergütung	897 549

Gruppenleitung

Die Gesamtvergütung an die Gruppenleitung wurde an der Generalversammlung vom 24. April 2019 für das Geschäftsjahr 2019 genehmigt (CHF 4'700'000.–). Unten ist ein Vergleich zwischen genehmigter und ausgerichteter Vergütung in 2019 dargestellt. Es gilt die oben unter Punkt 6 erwähnten personellen Veränderungen zu berücksichtigen.

in CHF

	2019
Genehmigte Gesamtvergütung für die Gruppenleitung für 2019	4 700 000
An die Gruppenleitung 2019 ausgerichtete Vergütung	3 605 883

8. Beteiligungen

Informationen zu gehaltenen Aktien von Verwaltungsrats- und Gruppenleitungsmitgliedern können [hier](#) entnommen werden.

Bericht der Revisionsstelle über die Prüfung des Vergütungsberichts

An die Generalversammlung der Vetropack Holding AG, Saint-Prex

Zürich, 10. März 2020

Wir haben den Vergütungsbericht der Vetropack Holding AG für das am 31. Dezember 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft. Die Prüfung beschränkte sich dabei auf die Angaben nach Art. 14–16 der Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften (VegüV) ((PDF Version: Seiten 139 bis 143 / Online Version: gekennzeichnet mit der Bezeichnung «geprüfte Informationen») des Vergütungsberichts.

Verantwortung des Verwaltungsrates. Der Verwaltungsrat ist für die Erstellung und sachgerechte Gesamtdarstellung des Vergütungsberichts in Übereinstimmung mit dem Gesetz und der VegüV verantwortlich. Zudem obliegt ihm die Verantwortung für die Ausgestaltung der Vergütungsgrundsätze und die Festlegung der einzelnen Vergütungen.

Verantwortung des Prüfers. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage unserer Prüfung ein Urteil zum Vergütungsbericht abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit den Schweizer Prüfungsstandards durchgeführt. Nach diesen Standards haben wir die beruflichen Verhaltensanforderungen einzuhalten und die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass hinreichende Sicherheit darüber erlangt wird, ob der Vergütungsbericht dem Gesetz und den Art. 14 – 16 der VegüV entspricht.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen, um Prüfungsnachweise für die im Vergütungsbericht enthaltenen Angaben zu den Vergütungen, Darlehen und Krediten gemäss Art. 14 – 16 VegüV zu erlangen. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst die Beurteilung der Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Vergütungsbericht ein. Diese Prüfung umfasst auch die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Bewertungsmethoden von Vergütungselementen sowie die Beurteilung der Gesamtdarstellung des Vergütungsberichts.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Prüfungsurteil. Nach unserer Beurteilung entspricht der Vergütungsbericht der Vetropack Holding AG für das am 31. Dezember 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr dem Gesetz und den Art. 14 – 16 der VegüV.

Ernst & Young AG

Daniel Zaugg
Zugelassener Revisionsexperte (Leitender Revisor)

Marc Hegetschweiler
Zugelassener Revisionsexperte



Nachhaltigkeitsbericht

Nachhaltigkeitsbericht

Nachhaltigkeitsbericht

Kunden und Lieferanten	147
Finanzen	150
Innovation und geistiges Eigentum	154
Produktion und Produkte	156
Mitarbeitende	158
Umwelt	163
GRI-Inhaltsindex	165

Kunden und Lieferanten

Aktives Stakeholder-Engagement

Managementansatz

Vetropack ist sich bewusst, dass sein Geschäft von einer Vielzahl von Stakeholdern beeinflusst wird, darunter Investoren (Eigen- oder Fremdkapital), Kunden (Direktkunden und Einzelhändler), Lieferanten und Mitarbeitende oder deren Vertreter. Zudem zählen auch die breite Öffentlichkeit und die Gesellschaft im Allgemeinen, repräsentiert durch die Aufsichtsbehörden, Gesetzgeber, Wirtschaftsverbände und Nichtregierungsorganisationen, zu Vetropacks Anspruchsgruppen. Für die langfristige Wertschöpfung von Vetropack sind daher offene und transparente Dialoge sowie die Zusammenarbeit mit ihren Interessengruppen unerlässlich.

Der Verhaltenskodex sowie weitere interne Richtlinien wie die «Business Ethics Richtlinie» bilden den Rahmen für das aktive Stakeholder-Engagement von Vetropack. Sowohl der CEO als auch der CFO pflegen Beziehungen zu Investoren und sind verantwortlich für die Beantwortung von deren Anfragen. Der Austausch findet im Rahmen von Meetings oder Werksbesichtigungen statt, zudem kommuniziert Vetropack proaktiv über strategische Ziele und veröffentlicht halbjährlich einen Finanzbericht. Auch andere Führungskräfte sind für die Pflege von Stakeholder-Beziehungen verantwortlich, beispielsweise betreuen der Leiter Beschaffung sowie der Geschäftsführer Technik und Produktion bei Vetroconsult die Lieferanten.

Vetropack arbeitet eng mit Geschäfts- und Forschungspartnern zusammen. Für interne und externe Stakeholder werden relevante Informationen über die Website, das Intranet, Mitarbeiterzeitschriften, Broschüren, das Kundenmagazin oder per E-Mail veröffentlicht. Vetropack interagiert täglich mit ihren Kunden und führt zusätzlich alle zwei Jahre Umfragen durch, um Erkenntnisse über die Bedürfnisse und die Zufriedenheit der Kunden zu gewinnen. In den letzten Jahren wurden die Kundenwünsche immer individueller. Darüber hinaus ist das Thema Nachhaltigkeit ein Trend, der sich auch in den Kundenanforderungen spiegelt. So gibt es beispielsweise Aufträge, bei denen explizit verlangt wird, dass das Endprodukt aus 100 Prozent Altglas besteht.

An den verschiedenen Vetropack-Produktionsstandorten ist das jeweilige Management für den angemessenen Umgang mit Kunden, Mitarbeitenden, Behörden und Nachbarn verantwortlich. Die regulatorischen Anforderungen werden durch die Publikation von Jahresberichten, Halbjahresberichten sowie die Durchführung von Hauptversammlungen erfüllt.

[Vetropack-Story: Vetropack bei der Fête des Vignerons in Vevey](#)



[Vetropack-Story: Vetropack unterstützt Musikschule Zürcher Unterland](#)



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



Diese Seite beinhaltet Informationen zu folgenden GRI-Angaben: 102-40, 102-42, 102-43, 102-44.

Mehr-Lieferanten-Strategie

Managementansatz

Vetropack arbeitet nah mit Lieferanten zusammen, um eine kontinuierliche, kostengünstige und zuverlässige Beschaffung von Geräten und Rohstoffen für die Produktion zu gewährleisten. Mit ihrer Mehr-Lieferanten-Strategie reduziert Vetropack das Risiko von Unterbrechungen bei der Herstellung von Glasverpackungen und fördert die zuverlässige Lieferung von Produkten.

Gemeinsam treiben der Leiter der Abteilung Beschaffung sowie der Geschäftsführer der Abteilung Technik und Produktion bei Vetroconsult die Mehr-Lieferanten-Strategie der Gruppe voran. Der Verhaltenskodex für Lieferanten legt den systematischen Ansatz von Vetropack bei der Suche, Bewertung und Validierung potenzieller neuer Lieferanten fest. Die relevanten Kriterien umfassen die finanzielle Performance, die Unternehmensgeschichte, das Produktportfolio, die Eigentümerstruktur, bestehende Zertifikate sowie Nachhaltigkeitskriterien.

Langfristige und kooperative Vereinbarungen sind essenziell, um Partnerschaften mit Lieferanten so effektiv wie möglich zu gestalten, insbesondere wenn es sich um strategisch wichtige Lieferanten handelt. Für Vetropack sind Lieferanten von Energie, Transportdienstleistungen und Rohstoffen wie Glasscherben von hoher Bedeutung.

Im Rahmen der jährlichen Managementüberprüfungen misst Vetropack die Fortschritte in der Mehr-Lieferanten-Strategie anhand von Key Performance Indicators (KPIs), wie beispielsweise die Anzahl der aktiven Lieferanten pro Kategorie sowie die Anzahl der bestehenden langfristigen Verträge.

Gesundheit und Sicherheit von Kunden und Konsumenten

Managementansatz

Vetropack beliefert die Getränke- und Lebensmittelindustrie und erreicht mit seinen Produkten hunderttausende Endkunden. Für Vetropack ist es deshalb von grösster Bedeutung, dass die Gesundheit und Sicherheit aller Kunden und Konsumenten jederzeit gewährleistet ist. Fehlerhafte Verpackungen, welche die Gesundheit und Sicherheit der Konsumenten beeinträchtigen könnten, würden signifikante wirtschaftliche Einbussen und Reputationsschäden nach sich ziehen.

Um eine durchgehend hohe Qualität und Sicherheit der Produkte sowie die Einhaltung aller legalen und kundenspezifischen Anforderungen sicherzustellen, setzt Vetropack auf die lückenlose Kontrolle jedes einzelnen Glasbehälters. Zuständig dafür ist die Abteilung Qualitäts- und Managementsysteme, welche sich in ihrer Tätigkeit an den Vorgaben des Leitbilds, der Strategie und der Qualitäts- und Sicherheitspolitik orientiert. Das Managementsystem aller Standorte erfüllt die Anforderungen der ISO 9001 Qualitätsmanagement Zertifizierung sowie die Anforderungen der Lebensmittelsicherheitszertifizierung gemäss ISO 22000, inklusive der Grundvoraussetzung für Lebensmittelverpackungshersteller gemäss der Technischen Spezifikation TS/ISO 22002-4. Darüber hinaus sind fast alle Standorte gemäss den zusätzlichen Anforderungen der «Food Safety System Certification 22000» (FSSC 22000) zertifiziert.

Vetropack überprüft die Qualität und Sicherheit der Produkte anhand klar definierter Qualitätskennzahlen. Diese Kennzahlen unterliegen jedoch dem Betriebsgeheimnis und werden daher nicht publiziert.

Disclosures

GRI 416 Kundengesundheit und -sicherheit

416-2 Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit

Im Berichtszeitraum gab es keine gemeldeten Vorfälle.

Finanzen

Cash Flow und Profitabilität, Nachhaltiges Wachstum und Marktposition, Nachhaltige Kapitalrendite

Managementansatz

Ein besserer Cash Flow und eine höhere Rentabilität gehen Hand in Hand mit einem nachhaltigen Wachstum. Dadurch werden die notwendigen Ressourcen für Investitionen geschaffen, um die erfolgreiche Marktposition von Vetropack zu sichern. Vetropack wirtschaftet ökologisch verträglich, indem das Unternehmen Ziele für eine nachhaltige Kapitalrendite (ROCE) setzt, die das langfristige Wachstum fördern. Dabei berücksichtigt Vetropack die Interessen ihrer Anspruchsgruppen sowie die sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit.

Gleichermassen investiert Vetropack in die Verbesserung der Produktionskapazität und die Steigerung der Effizienz. Der sorgfältige Einsatz von Ressourcen, Rohstoffen und Personal sowie die Reduktion von Abfällen tragen sowohl zum wirtschaftlichen als auch ökologischen Erfolg bei. Ein weiterer Bestandteil der langfristigen Wertschöpfung sind Investitionen in Forschungsprojekte zur Reduktion des ökologischen Fussabdrucks von Glasverpackungen und in die Entwicklung neuer Produkte.

Vetropack sieht nachhaltiges Wachstum als konzernweite Aufgabe. Die Gruppenstrategie bildet die Grundlage für zahlreiche Projekte und Initiativen, die vom Top-Management gesteuert, überwacht und koordiniert werden. Während die Abteilung Vertrieb für die Preisgestaltung verantwortlich ist, treibt das Forschungs- und Entwicklungsteam die Gewichtsreduktion der Glasbehälter und die Entwicklung neuer Produkte voran. Die Administrations- und IT-Abteilung trägt weiter zur Effizienzsteigerung bei.

In den nächsten drei bis vier Jahren sollen zahlreiche Prozesse harmonisiert, digitalisiert und automatisiert werden. Dazu zählen elektronische Dokumentmanagementsysteme zur Digitalisierung von Arbeitsabläufen, zur Verbesserung des Informationsaustauschs und zur digitalen Archivierung. 2019 wurde das neue, technologisch fortschrittliche ERP-System implementiert. Es unterstützt das Streben des Unternehmens nach Effizienzsteigerungen. Auf diesem ERP-System basieren Tools für das Lieferantenrechnungsmanagement, Einkaufsplattformen, Projektportfoliomanagement und Personalmanagement. In der Lieferkette setzt Vetropack auf zentralisierte Einkaufsinitiativen zur Kosteneinsparung sowie auf die Optimierung des Transports. Indem eine größere Gruppe von Spediteuren digital Informationen über spezifische Transportbedürfnisse erhält, können die Transportunternehmen die Fracht in beide Richtungen besser aufeinander abstimmen. So lassen sich leere Rückläufe reduzieren.

Positionen mit geeigneten Talenten zu besetzen, ist essenziell für den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg. Die Personalabteilung ist für die Rekrutierung von Talenten und die Ausbildung der Mitarbeitenden zuständig. Ein neues, konzernweites Personalsystem wird Vetropack bei der Suche nach Talenten unterstützen, um den Entwicklungs- und Ausbildungsprozess zu harmonisieren.

Die Vetropack-Gruppe bewertet ihren Fortschritt kontinuierlich anhand von Cash Flow-Zielen und damit verbundenen KPIs, wie beispielsweise den Kosten pro verkaufsfähige Tonne Glas.

Disclosures

GRI 201 Wirtschaftliche Leistung

201-1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

Performance Review: Finanzen



Compliance

Managementansatz

Das Einhalten gesetzlicher Vorschriften und internationaler Standards, zum Beispiel der Menschenrechte, ist essenziell für das Vertrauen internationaler Schlüsselkunden in der Getränke- und Lebensmittelindustrie und somit eine Voraussetzung für den langfristigen Erfolg von Vetropack.

Um das Bewusstsein für faire Geschäftspraktiken in der Unternehmenskultur zu verankern, schult Vetropack die Mitarbeitenden zum Verhaltenskodex, der auf den Werten Ehrlichkeit, Verbindlichkeit und Transparenz basiert. Alle Mitarbeitenden verpflichten sich zur Einhaltung des Verhaltenskodex. Zudem werden Entscheidungsträger intensiv über die Unternehmensethik-Policy informiert, dabei kommen die Themen Korruptionsbekämpfung, Bestechung und Diskriminierung zur Sprache. Bei Verstössen können der lokale Compliance-Koordinator, der Geschäftsführer, die Compliance- und Rechtsabteilung oder der CEO der Vetropack-Gruppe informiert werden. Vetropack hält alle Mitarbeitenden an, unter Berücksichtigung der Verhältnismässigkeit auch Verdachtsfälle zu melden.

Mittels standardisierter SMETA Audits (Sedex Members Ethical Trade Audit) werden nebst der Umsetzung der ethischen Unternehmensgrundsätze auch die Bereiche Arbeitssicherheit und Umwelt überprüft. Im vergangenen Geschäftsjahr wurden bei der Vetropack Austria GmbH (VPA) (Standorte Kremsmünster und Pöchlarn), Vetropack Nemšová s.r.o., Vetropack Moravia Glass, a.s. und Vetropack Italia S.r.l. SMETA Audits durchgeführt. Zudem findet eine regelmässige Bewertung dazu statt, ob Zulieferer und Lieferanten den Lieferantenkodex einhalten.

Disclosures

GRI 205 Korruptionsbekämpfung

205-2 Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung

Unsere Mitarbeitenden sowie unsere Lieferanten werden regelmässig über unsere Richtlinien zur Korruptionsbekämpfung informiert. Im vergangenen Geschäftsjahr wurden keine spezifischen Schulungen zum Thema Korruptionsbekämpfung durchgeführt. Zum Ende des Geschäftsjahres waren 100 Prozent der Geschäftsleitung und 96 Prozent der exponierten Mitarbeitenden über Massnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung informiert. Massgebend ist insbesondere die Unternehmensethik-Policy (BEP) der Vetropack-Gruppe. Diese Zahl bezieht sich nicht ausschliesslich auf den Berichtszeitraum, sondern berücksichtigt alle Mitarbeitenden, die seit ihrem Anstellungsbeginn geschult wurden.

GRI 206 Wettbewerbswidriges Verhalten

206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung

2019 gab es keine Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten.

GRI 307 Umwelt-Compliance

307-1 Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen

GRI 419 Soziökonomische Compliance

419-1 Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich

2019 wurden gegen Vetropack keine Strafen oder Bussgelder aufgrund von Verstößen verhängt.

GRI 406 Nichtdiskriminierung

406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemassnahmen

2019 gab es keine Fälle von Diskriminierung.

GRI 408 Kinderarbeit

408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit

Da Vetropack nur in Europa tätig ist, verfügt das Unternehmen über keine Produktionsstätte mit einem Risiko auf Kinderarbeit.

GRI 409 Zwangs- oder Pflichtarbeit

409-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit

Da Vetropack nur in Europa tätig ist, verfügt das Unternehmen über keine Produktionsstätte mit einem Risiko für Zwangs- oder Pflichtarbeit.

GRI 412 Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte

412-2 Schulungen für Angestellte zur Menschenrechtspolitik und -verfahren

Zum Ende des Berichtsjahres waren 100 Prozent der Mitarbeitenden der Vetropack-Gruppe zu relevanten Menschenrechtsaspekten geschult. Diese Zahl bezieht sich nicht ausschliesslich auf den Berichtszeitraum, sondern berücksichtigt alle Mitarbeitenden, die seit ihrem Anstellungsbeginn geschult wurden.

GRI 418 Schutz der Kundendaten

418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten

Die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben und vertraglicher Verpflichtungen zum Schutz der Kundendaten wird bei Vetropack grossgeschrieben. Um den Datenschutz fest in der Unternehmenskultur zu verankern, hat Vetropack entsprechende interne IT-Richtlinien sowie Richtlinien zum Schutz von fremdem und eigenem geistigen Eigentum formuliert. Im Berichtszeitraum gab es keine Beschwerden.

Innovation und geistiges Eigentum

Innovationsstrategie und -portfolio, Prozessinnovation mit Lieferanten

Managementansatz

Vetropack setzt auf Produkt-, Prozess- sowie organisatorische Innovationen, mit dem Ziel, auch zukünftig mit innovativen, umweltverträglichen und qualitativ hochwertigen Produkten den Anforderungen der Kunden gerecht zu werden und so den langfristigen Geschäftserfolg zu sichern. Dabei behält Vetropack stets die Entwicklungen in den Bereichen Kreislaufwirtschaft, Digitalisierung, Automatisierung sowie die Klimaziele 2050 und die Bedürfnisse der Kunden im Auge. Im Rahmen ihrer Innovationsstrategie regt die Vetropack Innovationen bei Lieferanten, Kunden und in internationalen Forschungsvereinigungen an.

Als integrierter Teil der Gesamtstrategie wird die Innovationsstrategie vom CEO getragen. Unterstützt wird er dabei vom Leiter der Fachstelle Technik und Produktion der Vetroconsult AG, der insbesondere Prozessinnovationen mit Lieferanten vorantreibt. Entsprechende Policies und Richtlinien werden von der zuständigen Abteilung Corporate Functions Unternehmensfunktionen verwaltet. Der Austausch mit den Lieferanten ist dabei zentral, um Verbesserungspotenziale der Produktionsanlagen zu diskutieren und gemeinsam innovative Lösungsansätze zu erarbeiten. Das gemeinsame Engagement fokussiert sich auf die Entwicklung von Schmelz-, Formgebungs- und Inspektionsprozessinnovationen. Durch die Kooperation entsteht eine Win-Win-Situation, zumal Vetropack über keine eigene R&D-Abteilung verfügt und Lieferanten vom kollaborativ entwickelten, zusätzlichen Know-how profitieren.

Darüber hinaus realisiert Vetropack eigene Projekte, wie zum Beispiel die Entwicklung und Markteinführung von VIP Glass, und wirkt aktiv in internationalen Forschungsgruppen mit, beispielsweise dem Branchenverband «International Partners in Glass Research» (IPGR).

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



Die strategischen Initiativen werden jährlich überprüft und aktualisiert. Massgeblich sind dabei die Marktpformance der Produkte sowie die jährlichen Auswertungen der im Schmelzprozess entstandenen CO₂-Emissionen aller Vetropack-Werke. Prozessinnovationsprojekte werden monatlich und jährlich mit Performance- und Qualitätskennzahlen bewertet, dabei spielt beispielsweise die Anzahl der kritischen Reklamationen eine Rolle.



Produktion und Produkte

Kontinuierliche Qualitätsverbesserung entlang der Wertschöpfungskette

Managementansatz

Die kontinuierliche Qualitätsverbesserung aller Prozesse entlang der Wertschöpfungskette ist ein Kernstück der Unternehmensphilosophie von Vetropack. Stetige Verbesserungen sind zentral, um die steigenden Kundenerwartungen zu erfüllen und um Effizienzgewinne in den Produktionsprozessen zu erzielen. Nur so bleibt das Unternehmen langfristig wettbewerbsfähig.

Die laufende Verbesserung der Qualität sicherzustellen ist eine Managementaufgabe, wobei der kontinuierliche Verbesserungsprozess (KVP) in allen Werken gut verankert ist und von den Mitarbeitenden gelebt wird. Interne Fachgruppen treiben Verbesserungsprojekte zu den Themen Arbeitssicherheit, Umwelt und Qualitätssicherung voran. Für die Verbesserung der Produktqualität ist die Fachgruppe «Quality Assurance» verantwortlich, die sich aus Mitgliedern der Qualitätssicherung aller Werke zusammensetzt. Sie orientieren sich an Vorgaben aus dem Leitbild, der Unternehmensstrategie sowie verschiedenen Prozessbeschreibungen und Arbeitsanweisungen.

Die Überprüfung des Fortschritts geschieht anhand verschiedener Qualitätskennzahlen, wie zum Beispiel der Anzahl Kundenreklamationen, für die es klar definierte Jahresziele gibt.

Digitalisierung und Automatisierung

Managementansatz

Konsequent nutzt Vetropack Chancen, die sich aus der zunehmenden Digitalisierung und Automatisierung ergeben, um sich als Unternehmen weiterzuentwickeln. Die Ziele sind Qualitäts- und Produktivitätssteigerungen sowie Kosteneinsparungen. Weitere Vorteile sind die Entlastung von Mitarbeitenden von Routinetätigkeiten, die Erhöhung der Arbeitssicherheit und die Gewährleistung eines effizienten Datenaustauschs mit Lieferanten und Kunden.

Das Vorantreiben von Digitalisierungs- und Automatisierungsprojekten ist eine gemeinsame Verantwortung des Leiters Finanzen, Controlling, Informatik und Beschaffung sowie des Leiters der Abteilung Technik und Produktion. Sobald sich aus Digitalisierungs- oder Automatisierungslösungen Potenziale für Prozessoptimierungen ergeben, initiiert Vetropack ein neues Investitionsprojekt, sofern ein angemessener Return on Investment (ROI) erwartet wird. Massgebend für die erfolgreiche Umsetzung ist zum einen die gruppenweite Harmonisierung von Arbeits- und Prozessabläufen, zum anderen die kontinuierliche Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitenden, deren Anforderungsprofil sich durch die Digitalisierung verändert.

Innovation durch kundenspezifische Produkte

Managementansatz

Vetropack ist bestrebt, Mehrwert zu schaffen und Marken aufzubauen, indem sie ihren Kunden innovative, unverwechselbare und nachhaltige Glasverpackungsprodukte anbietet. Die fortwährende Kundenzufriedenheit ist entscheidend, um Vetropacks Position in den europäischen Kernmärkten zu halten und ein stetiges, profitables Wachstum zu erzielen.

[Vetropack-Story: Konstruktion und Design von Glasverpackungen](#)



Vetropack hört ihren Kunden zu, um ihre Bedürfnisse zu verstehen und die Strategie erfolgreich weiterzuentwickeln und umzusetzen. Das Vertriebsteam ist für die Umsetzung der kundenorientierten Vertriebs- und Marketingstrategie zuständig. Vetropack ist täglich im Austausch mit den Kunden und führt zusätzlich alle zwei Jahre Kundenzufriedenheitsumfragen durch. Darüber hinaus nimmt das Unternehmen an Messen teil und organisiert Innovationstage und Ausstellungen, um seine Kompetenzen zu präsentieren. Die Bereiche Fertigung, Planung, Qualität, Design und Finanzen arbeiten zusammen, damit erfolgreich entwickelte Produkte angemessen kalkuliert und Margen festgesetzt werden.

[Vetropack-Story: Rückblick auf die BrauBeviale und SIMEI 2019](#)



Gemeinsam mit Kunden kreiert das Unternehmen neue Produkte. Dabei entwickeln sich Fähigkeiten und das Know-how ständig weiter. Ein Beispiel hierfür ist die Heineken «World Bottle» (WOBO) – die Flasche hat die Form eines Ziegels und sollte nach der Verwendung als Baumaterial weiter genutzt werden. Vollständig etabliert ist der systematische Ansatz für kundenspezifische Innovationen jedoch noch nicht. Hier gibt es Potenzial für künftige Verbesserungen.

Vetropack will erreichen, dass Produkte, die jünger sind als ein Jahr, einen Absatz-Anteil von 5 Prozent haben. Darüber hinaus zielt die Preisstrategie auf die Verbesserung des Produktmixes ab. Aus diesem Grund werden margenschwache Artikel wertschöpfend neu entwickelt oder aus dem Portfolio genommen.

Alle sechs Monate überprüft Vetropack die Rentabilität nach Segmenten, Kunden und Ländern, um die Angemessenheit und Rentabilität der Produkte sowie das Preisniveau zu bewerten. Die jüngste Kundenbefragung wurde 2019 durchgeführt. Mit Hilfe einer spezialisierten Agentur wurden 112 persönliche Interviews mit Schlüsselkunden in allen Kernmärkten durchgeführt. Die Resultate zeigen, dass Vetropack von den Kunden als gut bis sehr gut bewertet wurde. Damit liegt das Unternehmen über dem Wettbewerbsdurchschnitt. Als wichtigste Stärken wurden die Auftragsabwicklung, die Kundenorientierung und die geografische Nähe der Produktionswerke genannt. Die Erkenntnisse der Umfrage dienen Vetropack dazu, gezielte Verbesserungsinitiativen zu lancieren, um die Kundenzufriedenheit weiter zu erhöhen.

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



Mitarbeitende

Mitarbeitenden-Engagement, Attraktiver Arbeitgeber, Lernende Organisation, Talentmanagement

Managementansatz

Der langfristige Erfolg von Vetropack ist untrennbar mit ihrer Fähigkeit verbunden, den Mitarbeitenden attraktive Arbeitsbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten. Das Engagement der Mitarbeitenden steht in direktem Zusammenhang mit ihrem Wohlbefinden am Arbeitsplatz, der Reduktion von Fehlzeiten aufgrund von Gesundheitsproblemen und Unfällen, einer höheren Leistungsfähigkeit und -bereitschaft sowie gesteigerter Kreativität und Produktivität. Darüber hinaus ist die Mitarbeiterzufriedenheit entscheidend für die Reputation des Unternehmens und essenziell für die Bindung von Talenten.

Es ist die gemeinsame Aufgabe aller Managementfunktionen, Mitarbeitende zu fördern und zu motivieren. Führungskräfte sind dafür zuständig, Mitarbeitende an das Unternehmen zu binden sowie Talente zu identifizieren und zu fördern. Die Personalabteilung unterstützt die gesetzten Ziele, indem sie die «Employer Branding Strategie» festlegt und sowohl den Prozess als auch die Instrumente für die Rekrutierung, die Förderung des Mitarbeitenden-Engagements und das Talentmanagement bereitstellt. Im Sinne der Lernenden Organisation werden Mitarbeitende ermutigt, Verantwortung für ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu übernehmen.

[Vetropack-Story: CEO Talks](#)



Vetropack lebt ihre «Group-first»-Philosophie. Sie schliesst internationale Karrierechancen und den Austausch von Best Practices ein. So fördert sie eine gemeinsame Identität sowie ein Gefühl der Zugehörigkeit zur Vetropack-Familie unter den Mitarbeitenden. Vetropack hat sich zum Ziel gesetzt, eine Lernende Organisation zu werden, weshalb die Gruppe kontinuierliches Lernen in ihre Vision und Werte integriert hat. Zudem fördert Vetropack die Entwicklung ihrer Mitarbeitenden konsequent mittels formeller und informeller Trainingsmöglichkeiten. Vetropack hat den «Talent and Organization Review Process» (TOR) auf Gruppenebene eingeführt und stärkt so das proaktive Talentmanagement und sichert Nachfolge-Lösungen für Schlüsselpositionen. Im Rahmen des TORs findet sowohl eine Talentbewertung als auch eine Organisationsbewertung statt, um einen Pool von Nachfolgern zu schaffen. Es handelt sich dabei um kompetente Mitarbeitende, die über die in der Glasindustrie essenziellen Fertigkeiten verfügen. Zusätzlich setzt Vetropack auf einen effektiven internen Wissenstransfer.

Zur Bewertung der Mitarbeiterzufriedenheit führt Vetropack regelmässig Umfragen durch und erhält so Erkenntnisse über Stärken und Schwächen des Unternehmens aus Mitarbeitersicht. Anliegen, die im Berichtsjahr hervorgebracht wurden, sind die Optimierung der Kommunikation und der Führung sowie der Wunsch nach besseren Entwicklungsmöglichkeiten. Diesem Anliegen entspricht Vetropack durch die kontinuierliche Entwicklung von Lern- und Karrieremöglichkeiten. Vetropack verfolgt die Fortschritte in der Mitarbeiterentwicklung anhand festgelegter KPIs.

Disclosures

GRI 102 Allgemeine Angaben

102-8 Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitenden

Zusammensetzung der Mitarbeitenden¹⁾	2019	in %	2018	in %
Anzahl Mitarbeitende in Vollzeitäquivalenten (ohne Lernende, Praktikanten, Trainees, Leiharbeiter, Temporäre)	3 289		3 236	
Gesamtzahl Mitarbeitende (ohne Lernende, Praktikanten, Trainees, Leiharbeiter, Temporäre)	3 333		3 282	
Lernende	50		45	
Praktikanten	9		6	
Trainees	38		4	
Leiharbeiter/Vertragsarbeiter/Temporäre	146		108	
Mitarbeitende nach Arbeitsvertrag				
Unbefristet/Festanstellung (ohne Lernende, Praktikanten, Trainees, Leiharbeiter, Temporäre)	3 333	99%	3 282	96%
Frauen	771		758	
Männer	2 562		2 524	
Temporär/Zeitarbeitsvertrag (ohne Lernende, Praktikanten, Trainees, Leiharbeiter)	50	1%	120	4%
Frauen	11		37	
Männer	39		83	
Unbefristete Mitarbeitende nach Beschäftigungsart				
Vollzeit (ohne Lernende, Praktikanten, Trainees, Leiharbeiter, Temporäre)	3 250	98%	3 207	98%
Frauen	713		706	
Männer	2 537		2 501	
Teilzeit (ohne Lernende, Praktikanten, Trainees, Leiharbeiter, Temporäre)	83	2%	75	2%
Frauen	62		52	
Männer	21		23	
Belegschaft nach Geschlecht				
Mitarbeitende (ohne Lernende, Praktikanten, Trainees, Leiharbeiter, Temporäre)	3 333		3 282	
Frauen	775	23%	758	23%
Männer	2 558	77%	2 524	77%
Lernende, Praktikanten, Trainees, Leiharbeiter, Temporäre	243		225	
Frauen	62	26%	50	22%
Männer	181	74%	175	78%

GRI 202 Marktpräsenz

202-2 Anteil der aus der lokalen Gemeinschaft angeworbenen oberen Führungskräfte

Vetropack misst derzeit den Anteil der Führungskräfte, die aus der lokalen Gemeinschaft angeworben werden nicht. Da die meisten Betriebe jedoch in ländlichen Gebieten angesiedelt sind, schätzt Vetropack den Anteil auf mindestens 50 Prozent.

GRI 401 Beschäftigung

401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation

Performance Review: Talentmanagement



401-2 Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden

Die arbeitsrechtlichen Bestimmungen und die Vergütungspraktiken sind von Land zu Land unterschiedlich, daher variieren die Leistungen für Vollzeitbeschäftigte gemäss länderspezifischen Gegebenheiten.

401-3 Elternzeit

Elternzeit ¹⁾	Frauen	Männer	Total
Mitarbeitende mit Anspruch auf Elternzeit	775	2 558	3 333
Mitarbeitende, die Elternzeit in Anspruch nahmen	18	10	28
Mitarbeitende, die nach der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückkehrten	11	10	21
Mitarbeitende, die 12 Monate nach Rückkehr an den Arbeitsplatz immer noch im Unternehmen beschäftigt waren	8	9	17

¹⁾ Die Elternzeit ist an den Standorten der Vetropack-Gruppe gemäss den lokalen Gesetzen unterschiedlich geregelt.

GRI 402 Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis

402-1 Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen

Vetropack legt grossen Wert auf eine transparente, interne Kommunikation. Im Jahr 2019 wurden alle regulatorischen Anforderungen bezüglich Meldefristen eingehalten.

GRI 404 Aus- und Weiterbildung

404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe

Vetropack bietet alle notwendigen Schulungen an, um die Mitarbeitenden in ihrer beruflichen Entwicklung zu unterstützen – sei es, um in ihrem jetzigen Job erfolgreich zu sein oder als Vorbereitung auf die nächsten Karriereschritte. Vetropack verfolgt einen facettenreichen Entwicklungsansatz, der dem Lernen am Arbeitsplatz einen hohen Stellenwert beimisst, ergänzt durch Präsenzs Schulungen sowie Online-Kurse. Die Trainings umfassen die Themen Technik, IT, Sprache, Soft Skills, Projektmanagement und Führung.

404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten

Vetropack verfügt derzeit über einen Prozess zur Durchführung von Leistungsbeurteilungen mit allen nicht in der Produktion beschäftigten Angestellten. Diese machen rund 40% der Gesamtbelegschaft aus. Zwar hat Vetropack den genauen Prozentsatz im Jahr 2019 nicht gemessen, das Unternehmen plant jedoch, 2020 ein System zur Überwachung dieses Prozesses einzuführen.

Die Mitarbeitergespräche helfen dem Unternehmen, die Bedürfnisse der Mitarbeitenden besser zu verstehen. Ein zentrales Anliegen im Berichtsjahr war der Wunsch nach einem grösseren Angebot an Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb des Unternehmens.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Managementansatz

«Safety first» gehört zum Selbstverständnis der Vetropack Gruppe. In der Glasproduktion sind die Mitarbeitenden hohen Temperaturen, sich bewegenden Maschinenteilen und Lärm ausgesetzt. Deshalb ist es für Vetropack von höchster Priorität, dass die Sicherheit und der Gesundheitsschutz der Mitarbeitenden jederzeit gewährleistet ist. Darunter versteht Vetropack nicht nur die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben, sondern die Förderung der physischen und psychischen Gesundheit der Mitarbeitenden, um eine hohe Leistungsbereitschaft und Zufriedenheit sicherzustellen.

Im Leitbild und in der Arbeitssicherheitspolitik ist das Verständnis von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz verankert. Es wird in der Strategie und in den Geschäftsprozessen berücksichtigt und umgesetzt. Das Thema Arbeitssicherheit wird auf drei Ebenen gemanagt. Der Leiter der Abteilung Unternehmensentwicklung, Qualitäts- und Managementsysteme ist auf übergeordneter Ebene verantwortlich für die Fachstelle Qualität, Sicherheit und Umweltschutz. Der Gruppenverantwortliche für Arbeitssicherheit koordiniert Aktivitäten über die jeweiligen Sicherheitsverantwortlichen der Geschäftseinheiten und Werke, die für die Einhaltung der Sicherheitsstandards in den Produktionsstandorten zuständig sind.

Im Rahmen der Arbeitsgruppe Arbeitssicherheit diskutieren die Verantwortlichen werksübergreifende Themen zur Arbeitssicherheit. Der Austausch soll sicherstellen, dass Sicherheitskonzepte umgesetzt und Vorschriften eingehalten werden, und dass Instrumente und Ressourcen zur Verfügung stehen, um die gesetzten Ziele zu erreichen.

Die Arbeitsgruppe Arbeitssicherheit führt jedes Jahr interne Audits durch. Im Rahmen der Audits wird überprüft, ob die vorgegebenen Massnahmen zur kontinuierlichen Verbesserung der Arbeitssicherheit umgesetzt werden und der Gesundheitsschutz gewährleistet ist. Die Audits dienen auch dazu, Verbesserungspotenzial aufzuzeigen.

Disclosures

GRI 403 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

403-2 Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle

Performance Review: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz





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

Managementansatz

Vetropack ist bestrebt, einen sorgfältigen Umgang mit natürlichen Ressourcen zu pflegen. Die Produktion soll einen möglichst geringen Einfluss auf die Umwelt haben. Dies ist einerseits nötig, um Glas gegenüber anderen Verpackungsmaterialien als nachhaltiges Produkt zu positionieren. Andererseits gewinnt die Umweltthematik für viele Stakeholder an Bedeutung. Der politische Druck auf energieintensive Branchen wächst und es werden wirkungsvolle Massnahmen zur Reduktion der CO₂-Emissionen gefordert. Nicht zuletzt können durch Effizienzmassnahmen auch Kosten gespart werden.

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



Der Impact auf die Umwelt und die natürlichen Ressourcen entsteht in der Glasindustrie insbesondere durch den energieintensiven Schmelzprozess. In der Lieferkette wird die Energieeffizienz hauptsächlich durch die Aufbereitung der Rohstoffe und der Verpackungsmaterialien sowie durch den Transport von Rohmaterialien und Fertigprodukten beeinflusst. Vetropack fokussiert sich deshalb darauf, die Energieeffizienz der Schmelzwannen sowie den Altglasanteil in der Produktion zu erhöhen. Ein weiterer wichtiger Hebel, um natürliche Ressourcen zu schonen, ist die Gewichtsreduktion der Glasbehälter. Da Wasser bei der Herstellung von Glas lediglich als Kühlmedium eingesetzt und in geschlossenen Kreisläufen geführt wird, ist die Produktion sehr wasserschonend. Nicht zuletzt will das Unternehmen so wenig Abfall wie möglich erzeugen. Abfall entsteht hauptsächlich bei der Aufbereitung von Altglas, da noch immer viel Fremdmaterial im Altglas-Sammelcontainer landet.

Auf Gruppenebene koordiniert und überwacht die Fachgruppe Umwelt sämtliche umweltrelevanten Aktivitäten. Sie erarbeitet und erlässt verbindliche Richtlinien und Minimalanforderungen und orientiert sich dabei an der Unternehmensstrategie, der Nachhaltigkeitspolitik und den Zielen des Umweltmanagements (Energie- und Wasserverbrauch, Emissionen, Abfallmengen). Im Berichtsjahr wurden beispielsweise die Schmelzwannen in Nemšová (Slowakei) und in Gostomel (Ukraine) repariert, respektive neu gebaut. Da bei jeder Wannenreparatur und jedem Wannenbau die neuesten technologischen Erkenntnisse in die Planung einfließen, konnte der spezifische Energieverbrauch beider Wannen gesenkt werden.

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



Für Grosskunden sind Informationen rund um den ökologischen Fussabdruck ihrer Glasverpackungen zunehmend wichtig. Vetropack überprüft den Fortschritt hinsichtlich der Umweltperformance deshalb anhand diverser Kennzahlen, für die entsprechende Jahresziele festgelegt und die laufend überwacht werden. Dazu gehören verschiedene Angaben zu Energieverbrauch, Treibhausgasemissionen, Wasserverbrauch und Abfallaufkommen. Vetropack überprüft ihr Umweltmanagement durch interne Kontrollen und – wo gesetzlich vorgeschrieben – durch anerkannte, externe Institutionen.

Disclosures

GRI 301 Materialien

301-2 Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe

GRI 302 Energie

302-3 Energieintensität

GRI 305 Emissionen

305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)

305-4 Intensität der THG-Emissionen

GRI 306 Abwasser und Abfall

306-2 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode

Performance Review: Umwelt



GRI 303 Wasser und Abwasser

303-1 Wasser als gemeinsam genutzte Ressource

Zur Herstellung von Glas wird grundsätzlich kein Wasser benötigt. Wasser dient lediglich als Kühlmedium und zirkuliert in geschlossenen Kreisläufen. Sporadisch muss das Kühlwasser ausgetauscht werden. Vetropack überprüft den Wasserverbrauch jährlich (siehe Angabe 303-5).

303-2 Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung

Für die Qualität der Abwassereinleitung bestehen länder- und kommunenspezifische Mindeststandards. Vetropack hält an den Produktionsstandorten alle Vorgaben zur Abwassereinleitung ein.

303-5 Wasserverbrauch

Performance Review: Umwelt



GRI-Inhaltsindex



Für den Materiality Disclosures Service prüfte das GRI Services Team, ob der GRI-Inhaltsindex klar dargestellt ist und die Referenzen für die Angaben 102-40 bis 102-49 mit entsprechenden Inhalten im Bericht übereinstimmen. Der Materiality Disclosures Service wurde auf der deutschen Berichtsversion durchgeführt.

Allgemeine Standards		Angabe
GRI 101: 2016	Grundlagen	
GRI 102: 2016	Allgemeine Angaben Organisationsprofil	
GRI 102-1	Name der Organisation	Vetropack Holding AG
GRI 102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	Entwicklung, Herstellung und Verkauf von Verpackungsglas für die Getränke- und Nahrungsmittelindustrie.
GRI 102-3	Ort des Hauptsitzes	Sitz der Vetropack Holding AG: St-Prex (CH) Gruppenmanagement (Vetropack Holding AG): Bülach (CH)
GRI 102-4	Betriebsstätten	
GRI 102-5	Eigentum und Rechtsform	
GRI 102-6	Bediente Märkte	
GRI 102-7	Grösse der Organisation	
GRI 102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	
GRI 102-9	Lieferkette	
GRI 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	Keine
GRI 102-11	Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmassnahmen	
GRI 102-12	Externe Initiativen	Global Reporting Initiative (GRI), Friends of Glass, Teilnahme am Programm der Schweizer Energieagentur der Wirtschaft zum freiwilligen Klimaschutz (CO ₂ -Reduktion) und zur Energieeffizienz CelSian (ehemals TNO), CETIE Centre Technique International de l'Embouteillage, Deutsche Glastechnische Gesellschaft, FEVE Fédération Européenne du Verre d'Emballage, Handelskammer Schweiz-Mitteuropa c/o OSEC, Handelskammer Schweiz-Österreich, Hüttentechnische Vereinigung der Deutschen Glasindustrie, IPGR International Partners in Glass Research, Food Packaging Forum
GRI 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden	
	Strategie	
GRI 102-14	Aussagen der Führungskräfte	
	Ethik und Integrität	
GRI 102-16	Werte, Richtlinien, Standards, und Verhaltensnormen	
	Unternehmensführung	
GRI 102-18	Führungsstruktur	
	Einbindung von Stakeholdern	
GRI 102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	
GRI 102-41	Tarifverhandlungen	Rund 90 Prozent der Mitarbeitenden unterstehen Kollektivvereinbarungen, je nach lokaler Gesetzgebung in unterschiedlicher Ausprägung.
GRI 102-42	Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	
GRI 102-43	Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung	
GRI 102-44	Schlüsselthemen und Anliegen	
	Vorgehensweise bei der Berichterstattung	
GRI 102-45	Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	Die Berichterstattung umfasst alle Produktionswerke und Standorte der Vetropack Holding AG.
GRI 102-46	Bestimmung des Berichtsinhalts und Themenabgrenzung	
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	
GRI 102-48	Neuformulierung der Informationen	Werden an den jeweiligen Stellen im Bericht gekennzeichnet.
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	
GRI 102-50	Berichtszeitraum	01.01.2019 - 31.12.2019
GRI 102-51	Datum des aktuellsten Berichts	März 2019
GRI 102-52	Berichtszyklus	Jährlich

GRI 102-53	Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht	Elisabeth Boner, Corporate Communications, Vetropack Holding AG, CH-8180 Bülach, elisabeth.boner@vetropack.com
GRI 102-54	Aussagen zu Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI Standards	Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option "Kern" erstellt.
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex	
GRI 102-56	Externe Prüfung	Für diesen Bericht wurde keine externe Prüfung durchgeführt.

Themenspezifische Standards**GRI 200: Wirtschaft**

GRI 201:2016 **Wirtschaftliche Leistung** **Auslassung**

GRI 103: 2016

103-1/103-2/103-3 [Managementansatz](#)

GRI 201-1 [Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert](#)

GRI 202:2016 Marktpräsenz

GRI 103: 2016

103-1/103-2/103-3 [Managementansatz](#)

GRI 202-2 [Anteil der aus der lokalen Gemeinschaft angeworbenen oberen Führungskräfte](#)

Cashflow und Profitabilität

GRI 103: 2016

103-1/103-2/103-3 [Managementansatz](#)

Nachhaltige Kapitalrendite

GRI 103: 2016

103-1/103-2/103-3 [Managementansatz](#)

Innovation durch kundenspezifische Produkte

GRI 103: 2016

103-1/103-2/103-3 [Managementansatz](#)

Innovationsstrategie und -portfolio

GRI 103: 2016

103-1/103-2/103-3 [Managementansatz](#)

Prozessinnovation mit Lieferanten

GRI 103: 2016

103-1/103-2/103-3 [Managementansatz](#)

Kontinuierliche Qualitätsverbesserung entlang der Wertschöpfungskette

GRI 103: 2016

103-1/103-2/103-3 [Managementansatz](#)

Digitalisierung und Automatisierung

GRI 103: 2016

103-1/103-2/103-3 [Managementansatz](#)

GRI 205:2016 Korruptionsbekämpfung

GRI 103: 2016

103-1/103-2/103-3 [Managementansatz](#)

GRI 205-2 [Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung](#)

GRI 206:2016 Wettbewerbswidriges Verhalten

GRI 103: 2016

103-1/103-2/103-3 [Managementansatz](#)

GRI 206-1 [Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung](#)

GRI 300: Umwelt

GRI 301:2016 Materialien

GRI 103: 2016

103-1/103-2/103-3 [Managementansatz](#)

GRI 301-2 [Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe](#)

GRI 302:2016 Energie

GRI 103: 2016

103-1/103-2/103-3 [Managementansatz](#)

GRI 302-3 [Energieintensität](#)

GRI 303:2018 Wasser und Abwasser

GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 303-1	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource
GRI 303-2	Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung
GRI 303-5	Wasserverbrauch
GRI 305:2016	Emissionen
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 305-1	Direkte Treibhausgas-Emissionen (Scope 1)
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte Treibhausgas-Emissionen (Scope 2)
GRI 305-4	Intensität der THG-Emissionen
GRI 306:2016	Abwasser und Abfall
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode
GRI 307:2016	Umwelt-Compliance
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen
GRI 400: Soziales	
GRI 401:2016	Beschäftigung
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 401-1	Neue eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation
GRI 401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden
GRI 401-3	Elternzeit
GRI 402:2016	Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen
GRI 403: 2016	Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 403-2	Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle
GRI 404:2016	Aus- und Weiterbildung
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe
GRI 404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten
GRI 406:2016	Nichtdiskriminierung
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemassnahmen
GRI 408:2016	Kinderarbeit
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit

GRI 409:2016	Zwangs- oder Pflichtarbeit
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit
GRI 412:2016	Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 412-2	Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren
GRI 416:2016	Kundengesundheit und -sicherheit
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit
GRI 418:2016	Schutz der Kundendaten
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten
GRI 419:2016	Sozioökonomische Compliance
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
GRI 419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich
	Aktives Stakeholder Engagement
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz
	Mehr-Lieferanten-Strategie
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz





Stories

Schön und gut

Auf der Suche nach dem richtigen Produkt ist für den Verbraucher nichts so wichtig wie Orientierung. Gut, wenn schon die Glasverpackung deutlich macht: Hier stimmen Marke und Qualität. Dazu braucht es Spezialisten für Design und Konstruktion in Glas.

Ein Markenbild aufzubauen ist eine anspruchsvolle Sache. Ein bisschen liegt das daran, dass wir als Menschen die Botschaften ganz intuitiv entschlüsseln können, die selbst kleine Details vermitteln. Was wir sehen und beim Berühren fühlen, kann uns überzeugen – oder auch nicht. Selbst wenn die Wirkung unbewusst ist, steht fest: Verpackungen bewirken etwas in uns.



Gutes Design braucht Materialkompetenz

Glasverpackungen für Getränke und Lebensmittel unterscheiden sich klar von anderen Verpackungstypen, und das fängt bei den ersten Entwürfen an. Nicht jede Idee lässt sich auch in jedem Material umsetzen, Glas macht da keine Ausnahme. Man muss Material und Herstellungsverfahren genau verstehen, um die Möglichkeiten zu erkennen und die Grenzen zu sehen. Viele Spezialisten gibt es nicht auf diesem Gebiet. Die Design- und Produktionsfachleute von Vetropack gehören dazu. Was diese Spezialisten zu bieten haben, hat Vetropack in einem Angebot mit dem Namen [Service plus+](#) gebündelt.

Zum Leistungspaket gehören umfassende Zusammenarbeit und Beratung in jedem Produktstadium. Wie stark sich Vetropack einbringen soll, ist durchaus offen. Gerade bei Verpackungen gibt es oft schon Ideen aus den Gestaltungsabteilungen und Agenturen der Produkthersteller, ausserdem Vorgaben aus einer übergeordneten Markenstrategie und dem Corporate Design. Ganz gleich, ob es schon ausgefeilte Entwürfe für die Flasche oder das Konservenglas gibt, oder ob erst noch ein Erscheinungsbild für ein Produkt gefunden werden muss, die Vetropack-Glasdesigner können an jeder Stelle ihre Unterstützung anbieten.

Spätestens bei der materialtechnischen Umsetzung geht es nicht mehr ohne sehr spezielles Fachwissen. Welche Geometrien lassen sich verarbeitungstechnisch realisieren, welche Glastype ist die richtige, kann vielleicht eine Oberflächenveredelung den Qualitätseindruck noch steigern? Und was gibt es jenseits vom Design noch zu beachten? Handelt es sich um eine Einweg- oder Mehrwegflasche? Geht es auch mit weniger Wandstärke und weniger Gewicht, wie sieht es mit der Recyclingfähigkeit aus, wie verhält sich das Glas oder die Flasche in der Abfüllanlage? Welche Normen, Standards und gesetzlichen Bestimmungen gibt es zu beachten?

Stressberechnungen verbessern die Ökobilanz

Das Pflichtenheft ist also prall gefüllt, wenn die ersten Entwürfe entstehen und in 3D-Visualisierungen umgesetzt werden. In weiteren Schritten folgen Designmodelle aus Holz oder Kunststoff, Abstimmungen und Beratungen bis zum freigegebenen Design, und selbst dann lässt sich noch vieles optimieren. Leichtbau zum Beispiel ist auch bei Glasverpackungen ein grosses Thema, weil ein reduzierter Energie- und Rohstoffeinsatz in Produktion und Transport die Ökobilanz einer Verpackung schon in ihrer Entstehung verbessern kann. Finite-Elemente-Berechnungen und virtuelle Stresstests am Computer schaffen mit oft kaum sichtbaren Änderungen an der Glasgeometrie Einsparungen, die sich über grosse Stückzahlen deutlich bemerkbar machen.

Die Ökobilanz-Berechnungen von Vetropack bilden den gesamten Lebenszyklus einer Glasverpackung ab. Dabei geht es nicht nur um das Glas allein: Neben dem Recyclinganteil im Glas, Energieeinsatz und Gewicht werden unter anderem auch Deckel oder Verschluss und Etiketten, Transportverpackungen und -wege miteinbezogen. Der «Cradle-to-Cradle»-Ansatz kann mit wechselnden Parametern durchgespielt werden. Am Ende stehen oft verschiedene Szenarien, die unter wirtschaftlichen und ökologischen Gesichtspunkten bewertet werden können.

Viele Schritte zum Ziel

Vetropack Service plus+ hilft, keinen der vielen kleinen Schritte zu vergessen, die für eine optimale Glasverpackung nötig sind. Am Ende steht ein Verpackungsprodukt, das wirtschaftlich und nachhaltig ist und seine Aufgaben so perfekt wie möglich erfüllt. Und das für den Verbraucher am Regal eine eindeutige Botschaft mitbringt: schön und gut!

Leistungsgewicht klar verbessert

Nicht nur im Rennsport gilt: Leistung allein ist kein Massstab. Erst das optimale Verhältnis von Leistung und Gewicht macht Champions. Daran gemessen haben die neuen extra leichten Mehrwegflaschen von Vetropack das Zeug zum Renner. Schon der Name klingt sportlich: VIP – Vetropack Improved Performance Glass.



Allen unbestrittenen Vorteilen von Glasverpackungen zum Trotz fällt fast bei jeder Diskussion der Satz: «Ja, aber es ist doch schwerer». Das summiert sich beim Transport, und der Verbraucher muss schliesslich auch die Verpackung aus dem Supermarkt nach Hause tragen. Je edler der Inhalt, desto eher wird das akzeptiert, bei einem guten Wein also eher als bei einem Softdrink. Gerade im Segment Mehrwegflaschen liegt aber in der Gewichtsersparnis ein grosses Potenzial, gerade wegen der Wege, die so eine Flasche im Lauf ihres Lebens zurücklegt.



Geht es auch dünner?

Weil man bei Glas am spezifischen Gewicht nicht viel ändern kann, liegt der Schlüssel zu weniger Gewicht in der Wandstärke von Flaschen und Gläsern. Die lässt sich für Einwegverpackungen auch durchaus reduzieren; dabei helfen computergestützte Berechnungen, die gering belastete Bereiche der Glaswandung identifizieren, damit hier Material eingespart werden kann. In der Herstellung wird die Variation der Wandstärken durch das moderne Enghals-Press-Blas-Verfahren möglich, das sich weit besser als das traditionelle Blas-Blas-Verfahren eignet, um die Geometrie von Flaschen zu steuern.

Bei Mehrwegflaschen sieht es anders aus. Sie gelangen bis zu 50 Mal in den Kreislauf. Dabei werden sie unter anderem gereinigt, sterilisiert, durch Abfüllanlagen gefahren, kurz, sie haben ein deutlich anderes Belastungsprofil als Einwegflaschen. Das reduziert die Möglichkeiten deutlich, alleine durch Materialeinsparungen viel zu erreichen. Die technische Lösung, die Vetropack gefunden hat, setzt dann auch an einer ganz anderen Stelle an und macht Leichtglas in einem eigenen Verarbeitungsschritt nachträglich mehrwegfähig.

Technologietransfer von Flach- auf Behälterglas

In einer neuen Produktionsanlage verändert Vetropack die mechanischen Eigenschaften des Glases. Das Prinzip ist von Flachglas bekannt und wird für Fensterscheiben, Glasfassaden, Displayverglasungen und Autoglas seit Jahren verfeinert und überall dort eingesetzt, wo die Anforderungen an die mechanische Festigkeit besonders gross sind. Dazu wird das fertige Flachglas noch einmal genau dosiert erhitzt und schnell abgekühlt.

Was schon beim Flachglas komplizierter ist, als es sich anhört, ist bei dreidimensional geformten Glaskörpern mit wechselnden Materialstärken eine echte technische Herausforderung. Vetropack hat einen verfahrenstechnischen Weg gefunden, bei dem die fertig ausgeformten und abgekühlten Leichtglasflaschen erneut auf rund 700 °C erhitzt und dann von innen nach aussen gekühlt werden, ohne dass schädliche Spannungen in den unterschiedlich dicken – und das heisst unterschiedlich stark wärmespeichernden – Bereichen auftreten.

Für den Technologietransfer vom Flach- zum Behälterglas war eine aufwendige Entwicklungsphase notwendig. Der Aufwand hat sich gelohnt. Das Ergebnis ist Vetropack Improved Performance Glass, kurz VIP Glass. Das Glas ist durch die Wärmebehandlung gehärtet, die Oberfläche ist widerstandsfähiger und die Festigkeit erfüllt auch dort, wo die Wandstärke reduziert ist, uneingeschränkt die Anforderungen für den harten Mehrwegeinsatz. Die genaue Gewichtseinsparung hängt von Form und Grösse der Flasche ab, ist aber in jedem Fall sehr deutlich.

Keine Änderungen bringt VIP für die nachhaltige Kreislaufwirtschaft. Das Glas ist vollkommen recyclingfähig und benötigt keine Sonderbehandlung oder Trennung vom normalen Altglasaufkommen. Umgekehrt besteht es selbst zu einem sehr hohen Anteil aus Recyclingglas.



Markteinführung mit Mehrweg-Bierflaschen

Den Auftakt der Serienproduktion mit VIP hat Vetropack im April 2019 in Österreich gemacht. Die Mohrenbrauerei im Vorarlberger Dornbirn spendierte einer ihrer beliebtesten Sorten, dem Märzenbier «Pfiff», einen neuen Auftritt in der neugestalteten Leichtglas-Mehrwegflasche. Bei einem Inhalt von 0,33 cl bringt die neue Flasche nur noch 210 Gramm auf die Waage, stattliche 90 Gramm weniger als ihr Vorgänger in traditioneller Mehrwegqualität.

Pro Kasten summiert sich die Einsparung auf 1,8 Kilogramm – das Handling in der Produktion und Logistik in der Mohrenbrauerei profitiert davon spürbar, genau wie jeder Weg in der Lieferkette zum Verbraucher. Auch die Rückmeldungen von den Bierfreunden waren ausgesprochen positiv. Nicht nur die Form und Farbe einer Flasche wirkt imageprägend, auch ihr Gewicht. Eine leichte Glasflasche passt einfach gut zu einem leichten Getränk. VIP hat aus Marketingsicht aber noch einen weiteren Vorteil. Es wirkt hochwertiger als die bekannten leichten Verpackungsalternativen.



Nachhaltig über die gesamte Lebensdauer

Das bei der Produktion eingesparte Gewicht bedeutet ökologische Vorteile in vielen Bereichen. Zum ersten werden schon bei der Produktion weniger Ressourcen eingesetzt, Material- und Energieeinsatz reduzieren sich deutlich. Der Transport wird über die gesamte Lieferkette energiesparender. Es gibt aber auch Vorteile, an die man zunächst gar nicht denkt. Mehrwegflaschen werden zum Beispiel vor der Wiederbefüllung intensiv gereinigt. Dabei spielt auch Wärme eine wichtige Rolle. Flaschen mit weniger Masse kühlen das Reinigungswasser in der Waschmaschine weit weniger ab, der Energieverbrauch sinkt.

In VIP Glass stecken also nicht nur hochwertige Getränke, sondern auch ein grosses Potenzial. Für das Produktmarketing und ein Markenimage, das auf Leichtigkeit setzt, aber vor allem für die Umwelt. Diese Vetropack-Entwicklung hat eindeutig Zukunft.



Wozu noch Messen, wenn sich heute alle Welt im Internet informiert? Die BrauBeviale und die SIMEI, beide im November 2019, gehörten zu den Branchenereignissen, die zeigen, warum Messen nach wie vor wertvoll sind. Vetropack war dabei und hat die Chance zu vielen Kontakten genutzt.

Messen brauchen ihre Höhepunkte. Mit über 9000 Besuchern war die geführte Verkostung von Bier und Spirituosen, Wasser, Cider und alkoholfreien Getränken in der Craft-Drink-Arena sicher einer der Höhepunkte der BrauBeviale. Diese Nürnberger Messe gehört zu den europäischen Leitmesse rund um die Themen Produktion und Vermarktung von Bier und alkoholfreien Getränken. Im letzten Jahr zeigte sich, dass Craft Drinks ein grosser Trend sind: Sie nehmen Bekanntes auf und machen es dann doch ganz anders, sie überraschen und machen eine ganze Branche sehr lebendig.

Bewährte Standards neben Speziallösungen

Lebendig ist auch die Verpackungsszene, nicht nur im Etiketten-Layout. Individuell gestaltete Flaschen, mal für einen Hersteller, mal nur für ein ganz bestimmtes Produkt und Getränk, waren auf der Messe überall zu sehen. Gerade bei Craft-Drinks zeigen sich aber auch zwei wichtige Themen, die die gesamte Branche umtreiben: Der lokale Bezug vieler Produkte, die neu auf den Markt kommen, sowie das Bewusstsein für individuelle und nachhaltige Verpackungen. Das Thema Nachhaltigkeit eint die Sonderlösungen mit den bewährten Standards und Mehrwegverpackungen, die sich in anderen Segmenten behaupten.

Vetropack zeigte auf dem Messestand, was die Gruppe in der Produktentwicklung und mit ihren leistungsfähigen Produktionsanlagen für das Design von Glasflaschen leistet. Eine breite Palette von Farben und Formen und Verschlussvarianten für die wichtigen Produktbereiche Bier, Softdrinks, Fruchtsäfte und Mineralwasser konnten die Besucher begutachten und sich gleichzeitig darüber informieren, dass kreative Glasverpackungen nicht nur imagewirksam sind, sondern gleichzeitig wirtschaftlich und nachhaltig produziert werden können.

Italien, Wein und die Welt

Ebenfalls im November 2019, aber mit dem klassischen Schwerpunkt auf Kellerei- und Abfülltechnik, öffnete die SIMEL in Rho im Norden von Mailand ihre Tore. Obwohl sich fast alles um Wein drehte, zeigte Vetropack ihre gesamte Produktpalette: An einer kleinen separaten Ausstellung, die in den Stand integriert war, zeigte Vetropack neben Weinflaschen unter anderem auch Bier-, Spirituosen-, Saft-, Essig- und Ölfflaschen aus der gesamten Gruppe. Die Gäste schätzen diesen umfassenden Überblick sehr. besucht.

Nicht anders als beim Bier ist im internationalen Geschäft mit Wein die Flasche als markenbildendes und markenstützendes Element inzwischen fest etabliert. Die Frage nach «customized solutions» gehörte am Stand zu den meist gehörten, aber auch das Interesse an hochwertigen traditionellen Flaschen war gross. Die Besucher konnten eine breite Auswahl aus dem Repertoire von Vetropack am Stand begutachten, und ausserdem einen Blick in die Zukunft werfen: Vetropack Italia zeigte in einer Virtual-Reality-Tour, wie das geplante neue Produktionswerk in Boffalora sopra Ticino in Norditalien sich Ende 2021 präsentieren wird – mit modernster Technik und deutlich erweiterten Kapazitäten gegenüber dem alten Werk im nahegelegenen Trezzano.



Messen sind eine ideale Kommunikationsplattform

Gerade für Produkte, die durch Aussehen und Haptik wirken, ist eine Messe die ideale Plattform. Einige Hundert Besucher kamen zum Stand der Vetropack-Gruppe auf der BrauBeviale, und viele suchten das Gespräch. «Wir hatten hier einen Rahmen für informelle Gespräche abseits vom alltäglichen Geschäft. Daraus entstehen immer wieder gemeinsame erfolgreiche Projekte», berichtet Herbert Kühberger, Head of Marketing and Sales bei Vetropack Austria.

Die Messe ist für die Besucher wie für die Aussteller ein schneller, effizienter Weg, sich über die Neuigkeiten in der Branche sehr konzentriert zu informieren. Vetropack hat den Messeauftritt genutzt, um Technologien und Designtrends zu präsentieren, um Fachgespräche zu führen und Kontakte zu knüpfen. Viele einzelne Reisen entfallen mit einem einzigen Messebesuch, der Markt erscheint transparenter, Innovationen werden sichtbar und erlebbar. Am wichtigsten war Vetropack auf der BrauBeviale, wie auf jeder Messe, die richtigen Menschen zusammenzubringen. Das ist auch 2019 hervorragend gelungen.

Im Gespräch mit den Kunden

Die Vetropack-Gruppe entwickelt sich – unabhängig des intensiven Wettbewerbs und der verändernden Marktbedingungen – Jahr für Jahr sehr erfolgreich. Gute, stabile und zufriedene Kundenbeziehungen sind die Basis dafür. Zielsetzung von Vetropack ist laufend nach Lösungen und Verbesserungen zu streben, die Kunden begeistern können. Eine wichtige Grundvoraussetzung dafür liegt im aktiven Austausch und Dialog mit Kunden, um deren Anforderungen und Bedürfnisse optimal zu verstehen und ihnen einen hohen Nutzen zu stiften.

Vor diesem Hintergrund hat sich Vetropack im 2. Quartal 2019 entschieden, eine umfassende Kundennutzenanalyse in Auftrag zu geben. Dabei wurden über 100 persönliche Vor-Ort-Interviews in 18 unterschiedlichen Ländern (Kern- und Exportmärkte) durchgeführt. Diesen umfassenden und methodisch anspruchsvollen Ansatz zur Evaluation des Kundennutzen ist von unseren Kunden und dem gesamten Team sehr positiv aufgenommen worden. Die Zielsetzung war es, ein tiefgehendes Verständnis der Kundenprobleme und -erwartungen über alle Qualitätsdimensionen hinweg (Produkt-, Dienstleistungs-, und Beziehungsqualität) zu erhalten.

Vetropack als wichtiger und verlässlicher Partner

Insgesamt zeichnen die Befragungsergebnisse ein sehr positives Bild von Vetropack und der Interaktion mit den Kunden. Qualität, Verlässlichkeit sowie Flexibilität sind die entscheidenden Faktoren, die Vetropack aus Sicht der Kunden auszeichnet und auch im Wettbewerbsvergleich extrem stark machen. Vetropack wird als Partner mit hohem Qualitäts- und Serviceanspruch gesehen.

Besonders spannend für die Vetropack war es, die unterschiedlichen Wahrnehmungsaspekte der Kunden, bezogen auf regionale Unterschiede sowie bezüglich der nachgefragten Produktgruppen, aufzugreifen. Aus diesen wichtigen Erkenntnissen werden zukünftig konkrete Massnahmen auf Gruppen- und Firmenebene abgeleitet, um sicherzustellen, dass die Leistungsperformance weiter verbessert wird.

Eine aussagekräftige Kundenbefragung

Die Kundennutzenanalyse diente nicht nur der Bewertung der Performance von Vetropack aus Sicht der Kunden, sondern auch der Abfrage nach zukünftigen Erwartungen und neuen Themen- und Leistungsfeldern aus Kundensicht. Dabei konnten wesentliche und zukunftsweisende Erkenntnisse geniert werden, die in den laufenden Strategieprozess integriert wurden und Berücksichtigung fanden.

So scheinen unter anderem die steigende Bedeutung der Nachhaltigkeit beziehungsweise der Reduktion des CO₂-Fussabdrucks sowie neue (Produkt-)Innovationen und Geschäftsmodelle in Zeiten des Umschwungs und der Digitalisierung für die gesamte (Glas-)Verpackungsindustrie und deren Stakeholder wichtige Zukunftsfragen aufzuwerfen und einen interessanten Gestaltungsspielraum für alle Beteiligten bis hin zu neuen strategischen Partnerschaften zu öffnen.

Vetropack dankt ihren Kunden für ihre Offenheit

Vetropack ist dankbar für diesen offenen Dialog und Austausch mit den Kunden und arbeitet bereits aktiv an konkreten Massnahmen und Lösungen, um die bereits heute hohe Zufriedenheit weiter zu steigern. Eine offene und transparente Kommunikation ist keine Selbstverständlichkeit und erfordert grosses gegenseitiges Vertrauen.



Vetropack bei der Fête
des Vignerons in Vevey

Hommage an den Weinbau

Im Sommer 2019 fand in Vevey, Westschweiz, ein besonderer Grossanlass statt – die Fête des Vignerons. Vetropack war Partner und Sponsor dieser Feier, die nur alle 20 bis 25 Jahre ausgerichtet wird. Die offizielle Weinflasche produzierte das Schweizer Werk in St-Prex.

Mehr als eine Million Besucher, über mehr als drei Wochen jeden Tag bis weit in die Nacht hinein Aufführungen und Konzerte auf einem Dutzend Bühnen, besondere Programme für Kinder und Familien, kleine und grosse Festzüge mit bis zu 6000 Teilnehmern, insgesamt um die 8000 ehrenamtliche Darsteller und Helfer – man kann nur ahnen, wie viel Arbeit der Ausrichter, die Confrérie des Vignerons de Vevey, in das Fest investierte.

Immaterielles Kulturerbe

Die Fête des Vignerons ist seit 2016 das erste von der Unesco anerkannte immaterielle Kulturerbe der Schweiz. Seit 1797 hat sie genau zwölf Mal stattgefunden, und sie hat eine Strahlkraft weit über die engere Region hinaus entfaltet. Vevey war tatsächlich für einige Wochen die «Hauptstadt der Schweiz», in die jeder Kanton seine eigene weinbauliche Botschaft entsandt hat – so hat es François Margot gesagt, Abbé-Président de la Confrérie des Vignerons.

Eine ganze Stadt für volle 25 Tage in die Festhauptstadt des ganzen Landes zu verwandeln erforderte allerdings durchaus einen beträchtlichen materiellen Aufwand. Die grosse Show auf dem weiten Marktplatz, eigens zu einer gigantischen Freiluftarena mit 20'000 Sitzplätzen umgebaut, war sicher die wichtigste Attraktion. An 20 der insgesamt 25 Festtagen brachten tausende Darsteller opulente bunte und humorvolle Tableaus auf die Bühne, die einen ganzen Jahreszyklus der Natur und der Arbeiten in einem Weinberg darstellten. Regisseur der gigantischen Show war Daniele Finzi Pasca, der bereits den olympischen Schlussfeiern von Turn und Sotschi Regie führte.

Die Darsteller in ihren prächtigen Kostümen hinterliessen einen ungeheuren Eindruck bei den Zuschauern, genau wie die Musik. Der Choeur de la Fête mit seinen 500 Chorsängerinnen und -sänger, 300 Schlagzeugern und 150 Kinderstimmen, eine Bigband, 36 Alphornbläser, die Fifres et Tambours aus Basel und einige weitere Ensembles sorgten mit wechselnden Einsätzen für eine musikalische Untermalung, welche die Atmosphäre noch einmal verdichten und steigern konnten. Die sehr festliche Stimmung übertrug sich auf das gesamte Publikum. Nicht anders war es bei den vielen kleineren Events, den Umzügen, Konzerten und Vorstellungen der Troupes, die in der ganzen Stadt für Unterhaltung sorgten.



Offizieller Partner der Fête des Vignerons

Ohne das tatkräftige Engagement der Stadt Vevey und der Bewohner aus Stadt und Umland und ohne den Einsatz vieler Partner und Gönner wäre die Austragung 2019 nicht möglich gewesen. Vetropack gehörte als einer der offiziellen Partner der Fête zu den grossen finanziellen Sponsoren. Ausserdem wurde die offizielle Fest-Weinflasche von Vetropack als Sachsponsor geliefert, und das Unternehmen steuerte auch Wein- und Wassergläser mit dem Logo der Fête bei.

Etwa eine halbe Million Weinflaschen im klassisch-schlichten Vaudoise-Format wurden im Vetropack-Werk in St-Prex hergestellt und schon ab dem Sommer 2018 an die Abfüller verteilt. Für das Unternehmen war die Beteiligung an der Fête des Vignerons das bisher grösste Sponsoring. Nur ungefähr einmal pro Generation gibt es dieses unvergleichliche Fest. Ein spürbarer Teil davon zu sein war eine besondere Freude.



Raum für Kultur im neuen Quartier

Was könnte ein besserer Ort sein, der Gesellschaft etwas zurückzugeben, als die eigene Nachbarschaft? Am Standort Bülach sind viele Familien mit Vetropack verbunden, und so fiel dem Unternehmen die Entscheidung leicht, sich im neuen Stadtquartier «Im Guss» zu engagieren.



Drei Wohnkomplexe mit insgesamt 490 Wohnungen gibt es im neuen Bülacher Stadtteil «Im Guss», ausserdem insgesamt etwa ungefähr 50'000 Quadratmeter Gewerbe- und Büroflächen – die 20'000 Einwohner zählende Stadt und Zentrum der Region Zürcher Unterland hat das ehemalige Industrieareal in ein schmuckes neues Quartier umgewandelt. Im Herbst 2019 ist es fertiggestellt worden, und schon im September gab es die ersten Bewohner und Leben «Im Guss».



100 Jahre verbunden mit Stadt und Region

Im Mix aus Wohnen und Arbeiten darf das kulturelle Angebot nicht fehlen. Nach Norden wird das Areal von einem markanten Gebäuderiegel mit Ladengeschäften abgeschlossen. Über der Einkaufszeile ist die Musikschule Zürcher Unterland eingezogen, mit Unterrichtsräumen und einer Kultur- und Konzerthalle mit Platz für mehr als 200 Zuschauer. Als der Verwaltungsrat der Musikschule Förderer für das Projekt suchte, war Vetropack schnell im Gespräch und die Konditionen bald festgelegt.

Das Unternehmen gehört seit über 100 Jahren zur Wirtschaft der Region und der Stadt Bülach. Die Patenschaft für den Ableger der Musikschule am eigenen Standort ist eine gute Gelegenheit, diese Verbundenheit zu zeigen. Ganz offensichtlich mit dem Schriftzug «Vetropack Hall» an der Backsteinfassade über der grossen Fensterfront des Konzertsaals, aber natürlich auch in der täglichen Arbeit der Musikschule, die durch die Vetropack-Förderung unterstützt wird. Nicht zuletzt wird Vetropack den Saal einmal im Jahr für eine eigene Veranstaltung nutzen.



Eröffnungskonzert mit Musik auf Flaschen

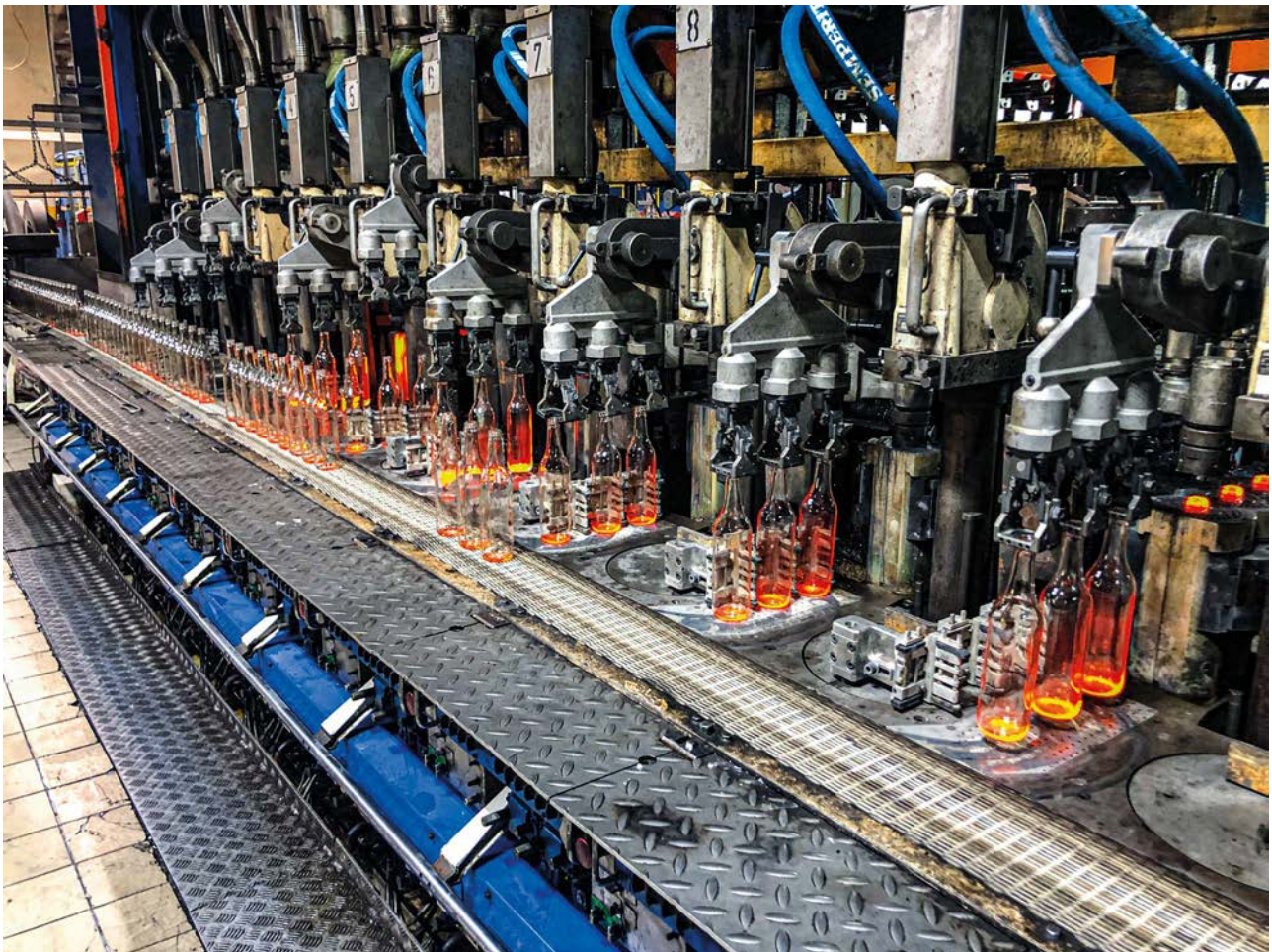
Bei der Einweihung Ende September war die Konzerthalle bis auf den letzten Platz belegt. Vetropack-Verwaltungsratspräsident Claude R. Cornaz, CEO Johann Reiter und Musikschulleiter Urban Frey übernahmen die einführenden Worte, das Quartett GlasBlasSing das Unterhaltungsprogramm. Gesang und Musik auf und mit Flaschen, geblasen, geploppt, geschüttelt und geklopft, das war kleine Kunst ganz gross.

Nur wenige Wochen später zeigten junge Interpreten im Gönnerkonzert der Musikschule, was die musikalische Förderung bewirken kann. Dieses Mal war das Repertoire eher klassisch, und der moderne Saal konnte zeigen, dass er auch eine hervorragende Bühne für Piano, Violine und Cello abgibt.

Mit der Vetropack Hall haben das Unternehmen, das Quartier, die Stadt und die Kultur der Region jedenfalls dazugewonnen.

Generationenwechsel in Gostomel

Einmal auf Betriebstemperatur, ist eine Schmelzwanne im Schnitt rund zwölf Jahre im Dauereinsatz, bevor sie renoviert oder komplett neu aufgebaut werden muss. Jede umfassende Sanierung muss daher sorgfältig und vorausschauend geplant sein. Im (ukrainischen) Vetropack-Werk in Gostomel wurde im November 2019 eine neue Schmelzwanne für Buntglas in Betrieb genommen.



Drei Schmelzwannen, mehr als 820 Tonnen Glasproduktion pro Tag, eine Menge, die für etwa zwei Millionen Flaschen ausreicht, das war der Stand im Vetropack-Werk Gostomel Anfang 2019. Vetropack Gostomel ist das grösste glasproduzierende Unternehmen in der Ukraine; seit 2006 gehört das Werk mit seiner langen Geschichte zur Vetropack-Gruppe.

Erneuerte Schmelztechnik, erweiterte Produktionsanlagen

Nach umfangreichen Modernisierungsmaßnahmen, die im Anschluss an die Übernahme des Werks eingeleitet wurden, stand 2019 die Sanierung einer der Schmelzwannen an. Die Wannen unterliegen einem Verschleiss, der sich vor allem aus der Erosion der Wände bei den hohen Arbeitstemperaturen ergibt. Während der gesamten Lebensdauer von rund 12 Jahren läuft die Wanne im Dauerbetrieb und wird niemals abgeschaltet.

Der Neuaufbau einer Schmelzwanne ist immer ein vollständiger technischer Generationenwechsel. Weiterentwicklungen in der Prozesstechnik und den Feuerungsanlagen werden umgesetzt, teils zur Steigerung von Kapazität und zur verbesserten Qualitätssicherung, teils um eine höhere Energieeffizienz zu erreichen. Oft werden im gleichen Schritt auch die nachgelagerten Produktionsanlagen mit angepasst.

Leistungsstärkste Anlage in der Ukraine

Auf 390 Tonnen Tagesleistung ist die neue Buntglasschmelze in Gostomel ausgelegt und erweitert damit die Gesamtkapazität des Werks. Zwölf-Stationen-Glasblasmaschinen nehmen das Glas entgegen und verarbeiten die Glasmasse bis zu ihrer endgültigen Form. Zusammengefasst hat Vetropack damit die leistungsstärkste Anlage in der gesamten Ukraine geschaffen. Vom Projektbeginn bis zum Produktionsstart im November 2019 dauerte es nicht einmal zweieinhalb Monate, eine grossartige Leistung der beteiligten Projektteams.

Aktivprogramm für passive Dächer

Typische Industrieanlagen haben viele ungenutzte Flächen – nicht in den Produktions- und Lagerhallen, sondern sozusagen auf höherer Ebene. Das Vetropack-Werk Straža in Kroatien hat die bisher unbeachteten Brachen aktiviert. Auf den ausgedehnten Dachflächen der Werksanlagen wird jetzt Solarstrom produziert.

Nachhaltiger Umgang mit Energie, das ist dreierlei: Einsparen, Effizienz erhöhen und Umsteigen auf erneuerbare Energien. Auf allen drei Gebieten ist Vetropack auf einem guten Weg, und jetzt kommt ein weiteres Element dazu: Bei Vetropack Straža wird elektrischer Strom mit Hilfe von Sonnenenergie produziert.



Grossflächige Solarpanels erschliessen nachhaltige Ressourcen

Auf dem Dach des Fertigwarenlagers im kroatischen Werk in Hum na Sutli, man sieht es von der Strasse aus nicht, sind 3400 Solarpanels auf einer Trägerkonstruktion montiert. Auf einer Fläche von 5565 Quadratmetern sind leistungsfähige Module mit einer elektrischen Leistung von 828 kW installiert, die im Jahr etwa 1000 MWh Strom produzieren, wenn die Prognosen über die erwartete Sonneneinstrahlung zutreffen.

Für das Projektteam um Mario Berc, stellvertretender technischer Leiter von Vetropack Straža, war die Planung und Umsetzung der Anlage eine Herausforderung. Projekte wie dieses gehören nicht zu den alltäglichen Aufgaben in einem Industriebetrieb, und die Anlage soll über lange Zeit zuverlässig Strom liefern. «Die Inbetriebnahme ist eine besondere Leistung unseres Technik-Teams. Mit diesem Projekt haben wir Neuland betreten», berichtet Mario Berc.

Im September 2019 ist die Solaranlage, die technisch aus zwei getrennten Blöcken besteht, an das interne Stromnetz des Werks angeschlossen und in Betrieb genommen worden. Der erzeugte Strom wird an Ort und Stelle genutzt und vor allem für die Erzeugung von Druckluft eingesetzt. Druckluft spielt eine zentrale Rolle, wenn Flaschen und Gläser in modernen industriellen Verfahren in Form gebracht werden. Sie wird in entsprechend grossen Kapazitäten benötigt und in leistungsstarken Kompressoren erzeugt.



Wichtige Erfahrungen für die Vetropack-Gruppe

Die Photovoltaikanlage ist die zweite, die in der Vetropack-Gruppe betrieben wird. Im Werk Pöchlarn in Österreich werden schon seit 2017 mit einer Kollektorfläche von 17'500 Quadratmetern jährlich etwa 2800 MWh Strom produziert. Das entspricht im Vergleich dem durchschnittlichen jährlichen Strombedarf von 700 Vier-Personen-Haushalten. In Pöchlarn verfolgt man allerdings ein anderes Modell: Die Dachflächen sind an eine Drittfirma vermietet, die darauf eine eigene Photovoltaikanlage betreibt und den Strom ins Netz einspeist. Die beiden Modelle zeigen unterschiedliche Verwendungszwecke für den gewonnenen Strom auf. Welche Variante zum Zug kommt, hängt auch vom energiepolitischen Umfeld im jeweiligen Land ab. Vetropack kann ab jetzt Erfahrungen mit beiden Möglichkeiten sammeln.

Für die Umwelt ist das Ergebnis gleich positiv. Ob der CO₂-neutrale Strom direkt im Werk eingesetzt oder in das allgemeine Stromnetz geht und an anderer Stelle verbraucht wird: Wichtig ist, dass er umweltbelastende Formen der Energiegewinnung ersetzt. Auch für die Vetropack-Gruppe ist die Bilanz positiv, und es werden weitere Projekte zur nachhaltigen Energienutzung folgen. Projektleiter Mario Berc ist zuversichtlich: «Ich glaube, dass dies erst der Anfang ist. Erneuerbare Energien werden in naher Zukunft zu einem festen Bestandteil der gesamten Vetropack-Gruppe werden.»



Sonderproduktion bei
Vetropack Slowakei

75 Tage blau

Bei der Herstellung von Flaschen sind flexible Produktionsverfahren gefragt. Schnelle und unkomplizierte Wechsel von Form und Farbe sind bei kleinen und mittleren Chargengrößen wichtig für eine wirtschaftliche Produktion. Wenn das bestellte Kontingent richtig gross ist, sieht die Sache anders aus. Das Vetropack-Werk in Nemšová hat demonstriert, wie es geht – und 75 Tage nur «blau gemacht».

Besondere Farben bekommt Glas bei der Produktion von Flaschen und anderen Glasverpackungen meistens erst im letzten Vorbereitungsschritt, bevor es geformt wird. Im sogenannten Feeder, der die Glasmasse aus der grossen Schmelzwanne noch einmal aufarbeitet, werden die farbgebenden Komponenten zudosiert und in die Masse eingearbeitet, bevor die Tropfen für die Glasmaschine portioniert werden. So kann die Farbe sehr schnell gewechselt werden, denn es wird ja immer nur ein sehr kleiner Teil der Masse eingefärbt. Ausserdem können aus einer Glaswanne mehrere Produktionslinien mit unterschiedlichen Glasfarben versorgt werden.



Umfärbung einer Wanne

Blau ist für Verpackungsglas eine besondere Farbe, auf die sich Vetropack schon lange versteht. Zum Beispiel die kroatische Niederlassung in Hum na Sutli, die im Feeder-Verfahren schon seit mehr als zehn Jahren blaue Flaschen für verschiedene Kunden produziert. Die Aufgabe, vor die sich das Produktionswerk im slowakischen Nemšová 2019 gestellt sah, war um einiges ambitionierter. Es sollte die Produktion der blauen Flaschen in grossem Massstab übernehmen, im Rahmen einer Kampagne für verschiedene internationale Kunden aus der Region.

Tonnen von blauem Glas, immense Stückzahlen: Das geht auch im Feeder-Verfahren. Veränderte Randbedingungen sorgen allerdings dafür, dass die Kalkulation sich anders darstellt. Was für kleine und immer wieder wechselnde Chargen eine wirtschaftlich gute Lösung ist, ist für einen grossen Durchsatz, der über lange Zeit gehalten werden soll, nicht ideal. Schnell war also eine technische Alternative in der Diskussion. Wenn die Farbe nicht wechseln sollte, warum dann nicht gleich die gesamte Fertigung für einen gewissen Zeitraum auf einen Farbton auslegen?

Für die Blauglas-Kampagne wurde eine Weissglaswanne vollständig auf die Produktion von blauem Glas umgestellt. Die Wanne war erst ein Jahr zuvor überholt und die Glasmachines auf das Enghals-Press-Blasverfahren für die Herstellung von Flaschen umgerüstet worden. Gute Voraussetzungen also, und doch ist so eine Umstellung technisch nicht banal und nur mit einer detaillierten Zeitplanung umsetzbar.

Gebündeltes Know-how und Engagement

Niemand weiss das besser als Robert Bestro, der das Projekt koordiniert und die Projektleitung entscheidend unterstützt hat. Eigentlich Verkaufsleiter für Weithalsgläser und Flaschen in Nemšová, liefern bei ihm die Fäden zusammen. Bestro kennt die gesamte Kette von Technologie und Herstellungsverfahren bis zu Qualitätssicherung, Verpackung und Logistik.

«Bei dem engen Zeitplan bin ich mehr als einmal ins Schwitzen geraten», sagt Bestro, der im ganzen Werk bald nur noch als «the Blue Man» bekannt war. «Aber zum Glück haben alle Beteiligten ausgesprochen engagiert mitgearbeitet und sehr viele Ideen beigetragen. Für so ein Projekt braucht es einfach viele Köpfe und viele Hände, und die haben wir hier in Nemšová.»

Tatsächlich waren alle Abteilungen des slowakischen Werks an der Vorbereitung beteiligt, während parallel die normale Arbeit weiterlief. Es gibt entscheidende Unterschiede in den Produktionsverfahren, wenn die Färbung der Glasmasse in der Schmelzwanne statt im Feeder erfolgt, so dass vieles durchdacht werden musste. Eine exakte Prozessführung ist ausschlaggebend für die Qualität, und für genau diese Überwachung und Steuerung der Vorgänge in der Schmelze gab es für die Farbe Blau noch keine Erfahrungswerte. Schon die chemische Zusammensetzung der Glasmasse und der farbgebenden Zusatzstoffe ist eine andere als bei der Färbung im Feeder. Abweichungen im Feeder sind leichter zu überwachen und bedeuten kleine Verluste an Zeit und Material, Abweichungen in der grossen Schmelzwanne sind weit schwieriger in den Griff zu bekommen. Es hängt also viel davon ab, technisch mit sehr engen Toleranzen zu arbeiten.



Gruppenübergreifendes Projekt

Wie gut das Projekt letztlich vorbereitet war, zeigte sich in der hervorragenden Qualität, die das slowakische Werk praktisch aus dem Stand und dann über die geplanten 75 Tage Dauerbetrieb liefern konnte. Die Qualitätssicherung wurde sehr engmaschig und mit einem täglichen Austausch der Mitarbeitenden in der Produktion und der Technik organisiert, so dass kleinere Probleme ohne Zeitverzögerung gelöst wurden.

Im Projektverlauf zeigten sich dann auch die Vorteile der Umstellung auf das neue Verfahren. Zum Beispiel konnten die sonst alle drei bis vier Tage fälligen Jobwechsel entfallen. Bei einem Jobwechsel werden unter anderem die Formen der Glasmaschinen gewechselt, die Qualitätskontrollen auf den neuen Produktionslauf angepasst und die Abläufe bei der Palettierung und Zwischenlagerung umgestellt. Grosse Serien und Stückzahlen bedeuten also unter dem Strich signifikante Einsparungen an Aufwand und Arbeitszeit.

Dass das slowakische Werk von Vetropack sich ganz auf die Farbe Blau konzentrieren konnte, legt aber auch einen anderen Synergieeffekt offen: Die Zusammenarbeit in der Vetropack-Gruppe funktioniert reibungslos. Das kroatische Schwesterwerk kann nach wie vor im Feeder-Verfahren Aufträge für blaue Flaschen und Gläser übernehmen, wenn es erforderlich ist. Auf der anderen Seite konnte Nemšová während der Blauglas-Kampagne keine Weithalsgläser und Glasflaschen in Weiss produzieren, die Produktion wurde verlagert.

Das Fazit von Robert Bestro ist positiv: «Es war eine fruchtbare Zusammenarbeit aller Mitarbeitenden, die mit Freude und Elan dabei waren. Jeder dachte mit, wie man die Dinge besser, einfacher und effizienter machen kann.» Die «75 Tage blau» sind für Vetropack eine Erfolgsgeschichte. Nicht nur für Nemšová, sondern für die gesamte Gruppe.

Informationen aus erster Hand



Anfang 2019 fanden wiederum die CEO Talks an allen Vetropack-Standorten statt: in Bülach, St-Prex, Kremsmünster, Pöchlarn, Kyjov, Hum na Sutli, Nemšová, Gostomel und Trezzano sul Naviglio. Die Informationen aus erster Hand stiessen bei den Mitarbeitenden auf grossen Anklang und sie erschienen zahlreich zu den einzelnen Veranstaltungen.

An den CEO Talks der Vetropack-Gruppe erhalten die Mitarbeitenden von Johann Reiter, CEO, hautnah einen Einblick in die Projekte und Themen der Vetropack. Die Veranstaltungen geben einen Rückblick auf das vergangene Jahr sowie einen Ausblick auf die Haupt-Prioritäten für die kommenden Monate. Im Anschluss an die Präsentation konnten Mitarbeitende ihre Fragen stellen. Auch während des kleinen Umtrunks am Ende wurde eifrig weiter diskutiert.

Im Schweizer Vetropack-Werk wurde zum ersten Mal eine simultane Übersetzung via App über die Mobiltelefone getestet – mit grossem Erfolg. Ziemlich sicher wird diese Variante künftig auch in den anderen Vetropack-Werken zum Einsatz kommen.



Glas im digitalen Wohnzimmer

Manche Dinge sind so alltäglich, dass sie unsichtbar zu werden scheinen. So ist es mit dem Glas. Zeit, es einmal wieder ins Licht zu rücken, dachte man sich bei Vetropack und entwarf im Namen von «Friends of Glass» eine Entdeckungsreise für alle Sinne, die gern Übersehenes zum Funkeln brachte. Auf die Reise machten sich Bloggerinnen und Blogger in sechs europäischen Ländern.

Schon beim ersten Event der Reihe war klar, hier gibt es wirklich etwas Besonderes zu erleben. Eine Reise der Sinne durch die Welt des Verpackungsglases sollte es werden. Verpackungsglas als sinnliches Erlebnis? Wirklich?



An diesem Tag im Oktober 2019 hatte Vetropack nach Wien eingeladen. Es kamen Menschen, die sich Gedanken über Alltägliches und nicht Alltägliches machen, die darüber schreiben und ihre An- und Einsichten zu den Themengebieten Lifestyle und Nachhaltigkeit, Food, Family und Wellness in einem Blog im Internet veröffentlichen. Interessierte und bewusst lebende Menschen also, die sich nicht von Werbeveranstaltungen beeindruckt lassen.

Friends of Glass

Rückblende in das Jahr 2008. Einige grosse und kleine Hersteller von Glasverpackungen aus ganz Europa tun sich zusammen und starten «Friends of Glass», eine Aktionsplattform, die die Vorteile von Glasverpackungen sichtbar machen möchte. Und zwar da, wo es am wichtigsten ist: bei den Endverbrauchern.

Initiator ist die Fédération Européenne du Verre d'Emballage (FEVE), eine Non-Profit-Organisation, die in den letzten Jahren mit «Friends of Glass» darauf hingewiesen hat, dass man durch den Einsatz von Glasverpackungen die Verschmutzung der Gewässer und Meere vermeiden kann. Glas erzeugt keine Mikropartikel, die in die Umwelt und in die Nahrungskette gelangen können – nur einer der Vorteile von Glas, aber ein sehr aktueller. In der Diskussion über die Folgen von zu viel Verpackungen in den Warenströmen des täglichen Bedarfs wird zu oft übersehen, dass es für Vieles längst eine hervorragende Lösung mit guter Umweltbilanz gibt – nämlich Glas.

Als Gastgeber des Events «The Taste of Glass» traten Vetropack und Friends of Glass gemeinsam auf, und sie hatten für das erste Event einen besonderen Ort ausgesucht.

Stationen für alle Sinne

Das Thirty Five in den myhive Twin Towers am höchsten Ort Wiens trägt seinen Namen nicht ohne Grund. Es befindet sich im 35. Stock und bietet einen unvergleichlichen Ausblick über die Stadt. Der stand aber nicht im Mittelpunkt des Tages, sondern die fünf Erlebnisstationen, die Vetropack vorbereitet hatte.

Jede der Stationen machte ein Thema buchstäblich mit allen Sinnen erlebbar. Den natürlichen und reinen Charakter von Glasverpackungen zeigte eine Installation, die die Welt der Meere inszenierte, mit Sand, Muscheln und Treibholz, einer Videoinstallation der Kampagne «Cheers to the Ocean», einer Geruchskomposition mit typischem Meeresgerüchen und kleinen Seafood-Snacks. Ebenso aufwändig in Szene gesetzt waren die vier anderen Themen: das Glasrecycling, dass Ressourcen schont, Enger und CO₂-Emissionen spart, passt mit einem warmen Ambiente mit Holz- und Rauchnoten, die hygienisch-gesunden Eigenschaften mit offenen, grünen Landschaften, frischen Aromen und essbaren Blumen, die ästhetische Qualität mit geprägten farbigen Flaschen und dem Duft von Olivenöl, die innovative Entwicklung von besonders leichten Flaschen mit dünnen Wandungen mit Videosequenzen zur Arbeit eines Glasdesigners und ungewöhnlichen Geschmackskombinationen kleiner Hors d'oeuvres.



Roadshow in sechs Ländern

An jeder Station wurde für alle Sinne etwas geboten. Die Inszenierung war für die Bloggerinnen und Blogger ein echtes Erlebnis. Glas wurde in einen Kontext gestellt, in dem man es im Alltag nicht sieht – und der Kontext der einzelnen Stationen machte deutlich, wo Glas in der Welt der Verpackungsmaterialien steht. Über die neu gewonnenen Eindrücke konnten sich die Gäste bei einem Essen an einer festlich gedeckten Tafel noch einmal intensiv austauschen.

Im Abstand von ein paar Tagen waren Tschechien, Slowakei, Kroatien, Italien und die Schweiz die nächsten Stationen der Roadshow, ausgerichtet von den Vetropack-Niederlassungen vor Ort mit Unterstützung durch Friends of Glass. Überall war der Eindruck ausgesprochen nachhaltig.

Und das Fazit? Es stimmt: Die Sonne funkelt auch in einer Flasche. Man muss nur hinsehen und erkennen, wie gut Glas in eine moderne, nachhaltige Welt passt. Die Gäste waren sichtlich davon beeindruckt. Man kann es inzwischen in vielen ihrer Blogs nachlesen.



| Impressum

Vetropack Holding AG, Bülach

Beratung integrierte Berichterstattung:
Sustainserv, Zürich

Konzeption und Design, System und Programmierung:
NeidhartSchön AG, Zürich

Fotos:

Emanuel Ammon, Luzern

Béatrice Devènes, Bern

Daniel Meyer, Luzern

Arnold & Braun, Luzern

Thomas Lienhard, Littau-Luzern