



*Nachhaltigkeitsbericht  
2021*

**WASSER IST  
BEWEGUNG  
KURS AUF KLIMASCHUTZ!**

*nachhaltig #jungbleiben*

## ÜBER DEN NACHHALTIGKEITSBERICHT

Wir berichten in der vorliegenden Publikation über die Jahre 2020 und 2021. Der vorhergehende Nachhaltigkeitsbericht wurde 2020 für die Jahre 2018 und 2019 veröffentlicht – der Berichtszyklus ist zweijährig. Spezifische Kennzahlen im Umweltbereich werden nun auch rückwirkend für die vergangenen Jahre wie branchenüblich auf abgefüllte Flaschen bezogen. Der Bericht umfasst die Vöslauer Mineralwasser GmbH hinsichtlich Produktion und Vertrieb bis zum Zentrallager bzw. Verleger und abschnittsweise auch das Thermalbad Vöslau. Auf Lieferant:innenseite ist die Schnittstelle das Werk Bad Vöslau, wobei die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe mit ihrem eigentlichen CO<sub>2</sub>-Footprint Berücksichtigung finden. Im Vergleich zum vergangenen Bericht gab es keine wesentlichen Änderungen hinsichtlich Berichtsumfang und -grenzen sowie in der Organisation und der Lieferkette. Betriebsdaten für Indikatoren stammen aus präzisen Erfassungen. Daten für Footprint-Berechnungen außerhalb des Betriebs – wie etwa Daten zur CO<sub>2</sub>-Berechnung von PET – stammen von international anerkannten Datenbanken und entsprechen höchsten Standards. Der Nachhaltigkeitsbericht und die darin enthaltenen Daten wurden von einem externen unabhängigen Auditor auf die Übereinstimmung mit den internationalen Standards der Global Reporting Initiative, Option Kern, überprüft.

GRI 102-9  
GRI 102-10  
GRI 102-49  
GRI 102-50  
GRI 102-51  
GRI 102-52  
GRI 102-54  
GRI 102-56

# WAS STECKT IN EINER FLASCHE VÖSLAUER?



*nachhaltig #jungbleiben*

<sup>1</sup> Seit 2020 sind wir ein CO<sub>2</sub>-neutraler Betrieb, das bedeutet, dass verglichen mit 2005 50 % der CO<sub>2</sub>-Emissionen aus eigener Kraft reduziert und 50 % durch hochwertige Klimaschutzprojekte kompensiert wurden.



„Als Marke mit Haltung  
und beständigen Werten  
sind wir mit unseren  
Produkten und Maßnahmen  
zeitgemäß und vor allem  
nachhaltig unterwegs.“

## Liebe Leserin, lieber Leser,

wenn Sie nur fünf Minuten Zeit haben – das sind unsere Überzeugungen:

### *Fokus auf Klimaschutz: Um der Klimakrise entgegenzusteuern*

Zu den größten Gefahren, die die Menschheit bedrohen, zählen Umweltbelastungen, welche mittlerweile zu einer weltweiten Klimakrise herangewachsen sind. Die Auswirkungen sind für uns alle spürbar und es braucht ein Konzept des Aufhörens. Lernen von den Jungen heißt die Devise. Und das erfordert ein Umdenken, ein Neudenken oder besser gesagt ein „Jungdenken“. Für uns als Unternehmen bedeutet das, so ressourcenschonend wie möglich zu agieren und durch ambitionierte Ziele und Maßnahmen Umwelt- und Klimaschutz voranzutreiben.

Vieles ist uns auch schon gelungen: So konnten wir bereits eine Reihe von Vorhaben fünf Jahre früher als geplant umsetzen, wie die Umstellung des gesamten PET-Sortiments auf 100 % rePET und unsere CO<sub>2</sub>-Neutralität. Das bedeutet, dass wir verglichen mit 2005 bereits mehr als 50 % der CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Flasche aus eigener Kraft reduzieren konnten. Den Rest haben wir durch hochwertige Klimaschutzprojekte kompensiert. Jetzt geht es darum, weiterzumachen und neue Wege zu suchen, um künftig noch klüger mit natürlichen Ressourcen umzugehen.

### *Unser Beitrag: Neue Nachhaltigkeitsziele bis 2030*

Neue anspruchsvolle Ziele, die wir bis 2030 realisieren wollen, sollen dabei unterstützen. Dazu haben wir ein entsprechendes „Science Based Target“ formuliert, das sich am Pariser Klimaschutzabkommen orientiert. Es geht dabei um die Begrenzung des globalen Temperaturanstiegs auf 1,5 bis maximal 2° C. Das bedeutet für uns eine CO<sub>2</sub>-Reduktion um weitere 28 % bis 2030 (gegenüber 2019) und das ist enorm ehrgeizig. Gelingen soll uns das durch reduzierten Materialeinsatz,

erhöhten Mehrweganteil – bis 2030 wollen wir diesen von derzeit 20 % auf 40 % verdoppeln – und den Einsatz von 100 % Recyclingmaterialien. Verbesserungen bei Transport und Mobilität sowie der Einsatz alternativer Energien sind weitere wichtige Eckpfeiler: Sukzessive planen wir den kompletten Ausstieg aus fossiler Energie. Zwei Photovoltaikanlagen auf dem Dach unserer Produktion gibt es bereits, eine weitere folgt.

Aktuell sind wir mit dem Krieg in der Ukraine konfrontiert, der, abgesehen vom humanitären Leid, auch in puncto Energie negative Auswirkungen auf Mensch, Umwelt und Wirtschaft hat: Ressourcen werden rar, Kosten explodieren. Eine Tatsache, die Lösungen fordert. Bis 2030 planen wir generell 80 % unseres Erdgases durch regenerative Energie zu ersetzen.

### *Diversität: Vielfalt macht ein Team stärker*

Und weil wir Nachhaltigkeit ganzheitlich denken, stehen auch jene im Zentrum, die uns ausmachen: unsere Kolleg:innen. Diversität spielt in unseren Teams eine wichtige Rolle, deshalb starten wir mit 2022 ein umfassendes Diversitäts- & Inklusionsprojekt.

### *Marke mit Haltung: Stabilität trotz Herausforderungen*

Wir sind mit mehr als 40 % Marktanteil Marktführer in Österreich und konnten diesen trotz Pandemie sogar noch etwas ausbauen. Als Marke mit Haltung und beständigen Werten sind wir mit unseren Produkten und Maßnahmen zeitgemäß und vor allem nachhaltig unterwegs. Wir achten auf die Bedürfnisse unserer Konsument:innen und entwickeln nachhaltige Lösungen, die gut in den Alltag passen. So werden wir nicht aufhören, unsere Produkte und unseren Nachhaltigkeitsanspruch weiterzudenken, denn schließlich geht es um eine lebenswerte Zukunft für uns alle. Nachhaltig #jungbleiben

**MAG. BIRGIT AICHINGER & DI HERBERT SCHLOSSNIKL**  
GESCHÄFTSFÜHRUNG DER VÖSLAUER MINERALWASSER GMBH

**SCHREIBEN SIE UNS** \_\_\_\_\_ Teilen Sie uns mit, wie Sie unser Engagement für die Umwelt wahrnehmen und worauf wir Ihrer Meinung nach besonders achten sollten: [nachhaltigkeit@voeslauer.at](mailto:nachhaltigkeit@voeslauer.at)

<sup>1</sup> GRI 102-14, GRI 102-11

# WESENTLICHE KENNZAHLEN<sup>1</sup>

## VÖSLAUER MINERALWASSER GMBH

		2019	2020	2021
<b>UNTERNEHMENSKENNZAHLEN</b>				
Jahresumsatz	in Mio. EUR	106	88	93
Getränkavolumen inkl. Lohn- und Lizenzfüllung	in Mio. abgefüllte Liter	314	271	286
Marktanteil Mineralwasser wertmäßig	in %	41	40	41
Exportquote	in %	18	17	17
<b>NACHHALTIGKEITSKENNZAHLEN</b>				
Anteil Frauen in der Abteilungsleitung	in %	70	70	68
Mitarbeiter:innen	Jahresdurchschnitt	219 <sup>2</sup>	211	196
Meldepflichtige Unfälle (Vöslauer-Mitarbeiter:innen)	Anzahl	3	2	2
Verbrauch an Wasser aus Tiefenbohrung	Liter je abgefüllter Flasche	1,33	1,33	1,40
Recycling-Anteil bei allen PET-Flaschen bei eigenen Marken (Vöslauer-Produkte)	in %	72	98	100
CO <sub>2</sub> -Fußabdruck der Produkte	Gramm CO <sub>2</sub> -Äquivalente je abgefüllter Flasche inkl. Lohn- und Lizenzabfüllung	75	68	66
Mehrweganteil	in %	12	11	11
CO <sub>2</sub> -Emissionen Getränke (market based)	Tonnen CO <sub>2</sub> -Äquivalente	26.545	19.140	19.987
CO <sub>2</sub> -Emissionen Thermalbad (market based; Reduktion von 2019 auf 2021 durch Umstellung auf Ökostrom UZ46-Zertifizierung)	Tonnen CO <sub>2</sub> -Äquivalente	729	65	82

Seit dem Jahr 2014 ist die Vöslauer Thermalbad GmbH eine 100 %-Tochter der Vöslauer Mineralwasser GmbH. Der vorliegende Bericht und alle im Bericht behandelten Themen beziehen sich hauptsächlich auf die Getränkeproduktion von Vöslauer. Das Thermalbad wird im Bericht mit seinen Veranstaltungen und seit 2019 mit dem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck abgebildet. Um die Vergleichbarkeit mit den Daten aus den Vorjahren zu gewährleisten, wurden die CO<sub>2</sub>-Emissionen des

Thermalbades auch in diesem Bericht gesondert ausgewiesen und nicht in die Gesamtemissionen miteinberechnet. In der aktuellen Berichtsperiode wurden weitere Kennzahlen für das Thermalbad erhoben, die in die Berechnung der Nachhaltigkeitsdaten von Vöslauer mit eingeflossen sind. Das Kennzahlenmanagement soll zukünftig noch weiter ausgebaut werden.<sup>3</sup> Details zum Thermalbad finden sich online unter [www.thermalbad-voeslau.at](http://www.thermalbad-voeslau.at).

<sup>1</sup> GRI 102-7

<sup>2</sup> Abweichung gegenüber Nachhaltigkeitsbericht 2019 aufgrund einer Neuberechnung

<sup>3</sup> GRI 102-45

# WERTSCHÖPFUNGSKREISLAUF

Unser Nachhaltigkeitsansatz deckt von der Quelle bis zu den Konsument:innen die gesamte Wertschöpfungskette ab.

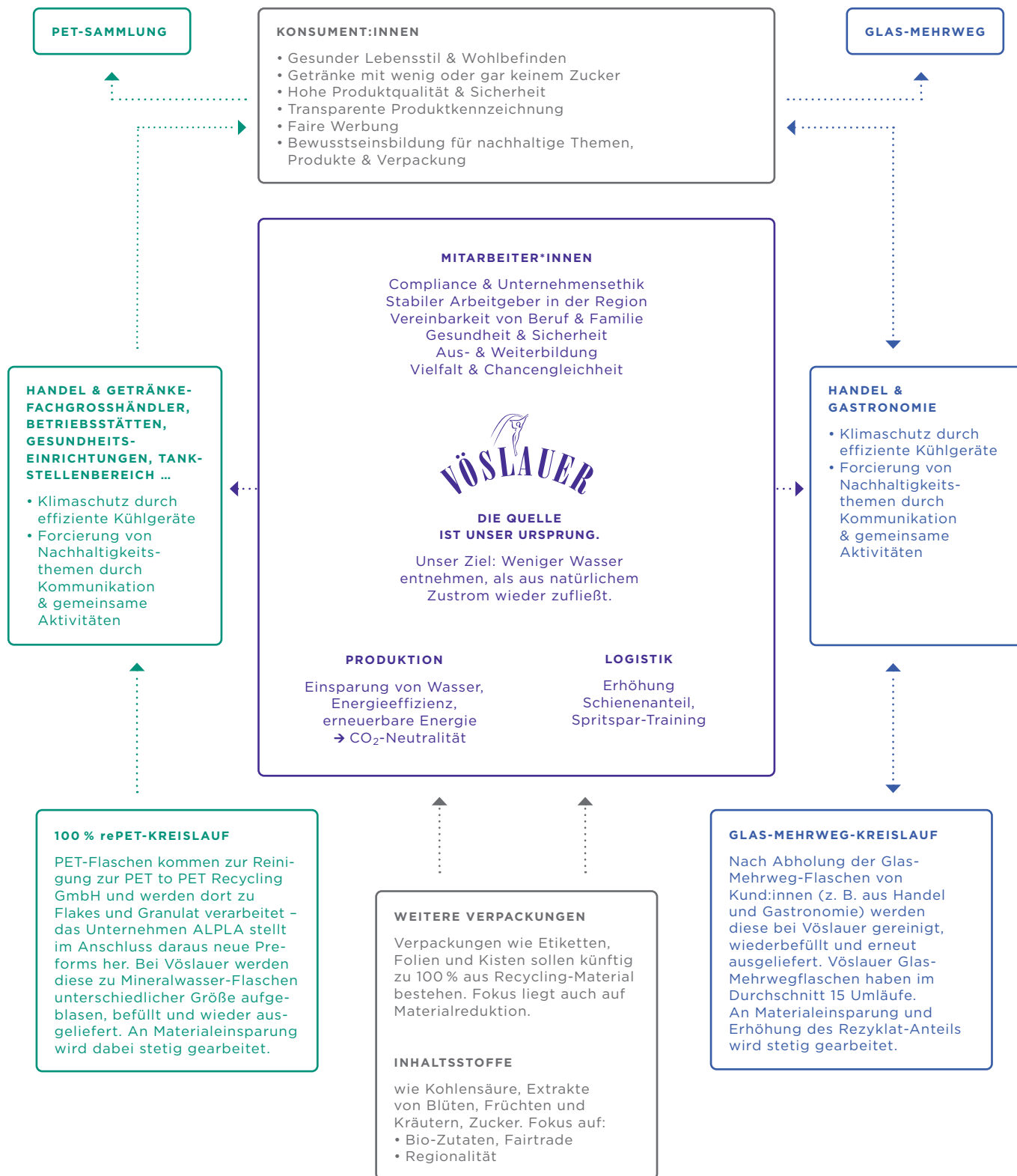


ABBILDUNG: VÖSLAUER WERTSCHÖPFUNGSKREISLAUF

# NACHHALTIGKEITSZIELE

## 2030

### ÜBERGEORDNETES ZIEL 2030

Nachhaltig erfolgreich zu wirtschaften bedeutet für uns, wirtschaftliche, ökologische und soziale Ziele miteinander zu verbinden. Wir wollen unseren Kund:innen qualitativ hochwertige und innovative Produkte bieten und wir sind davon überzeugt, dass wir einen Beitrag für bessere Umweltbedingungen und nachhaltiges Wirtschaften leisten können und müssen. Daher setzen wir uns bis 2030 neue ehrgeizige Ziele.

#### UNSER ÜBERGEORDNETES ZIEL 2030: REDUKTION UNSERER CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN UM 28 % GEGENÜBER 2019

Wir orientieren uns dabei an den sogenannten „Science Based Targets“ (SBTs), angelehnt an das Pariser Klimaschutzabkommen und dem dort formulierten Ziel einer Begrenzung der globalen Erwärmung. Damit das gelingt, konzentrieren wir uns wie bisher auf die relevanten und zukunftssträchtigen Hebel.

### ÖKOLOGISCHE ZIELE



#### 1. MATERIALREDUKTION & KREISLAUFWIRTSCHAFT: REDUCE - REUSE - RECYCLE

- ≈ *Reduce*: Je weniger wir verwenden, umso besser. Daher wollen wir unseren Materialeinsatz (Basis 2019) bis 2030 um weitere 10 % verringern. Dies gelingt durch den Einsatz neuer Technologien, die Erhöhung des Mehrweganteils und eine zielgerichtete Zusammenarbeit mit unseren Zulieferer:innen.
- ≈ *Reuse*: Wir waren und sind Vorreiter bei Mehrweg in Österreich. Im Berichtsjahr beläuft sich der Mehrweganteil auf rund 11 % und für das Jahr 2022 rechnen wir mit einer Steigerung auf etwa 20 %. Bis 2030 wollen wir diesen verdoppeln und 40 % erreichen. Damit sparen wir enorm viel Material ein und tragen zu einer aktiven Kreislaufwirtschaft bei.
- ≈ *Recycle*: Bis 2030 soll alles, was wir verarbeiten und einsetzen, zu 100 % aus Recyclingmaterial bestehen oder aus biogenem Material stammen. Das betrifft Produktionsmaterialien genauso wie Büromaterial, Promotionsartikel u.v.m.



#### 2. TRANSPORT & MOBILITÄT: MEHR SCHIENE, MEHR E-ANTRIEB

- ≈ *Transport*: Dieser Bereich ist von uns in entscheidendem Ausmaß nur indirekt beeinflussbar. Trotzdem setzen wir uns ein ehrgeiziges Ziel: Bis 2030 soll jeder durchschnittliche Transport-Kilometer um 20 % weniger CO<sub>2</sub> ver-

ursachen als im Vergleichsjahr 2019. Dazu engagieren wir uns aktiv im „Council für nachhaltige Logistik“ (CNL), um hier mitzugestalten, Know-how aufzubauen und damit kontinuierlich im Sinne unseres Ziels gemeinsam mit unseren Logistikpartner:innen die entsprechenden Schritte setzen zu können. Alternative Antriebsformen (Schiene, Wasserstoff, E-Mobilität) werden dabei eine entscheidende Rolle spielen.

- ≈ *Dienstwagen*: Ab sofort wird unsere Dienstwagen-Flotte auf E-Mobilität umgestellt. Das bedeutet, dass wir spätestens 2028 ausschließlich E-Autos in Gebrauch haben werden. Zusätzlich fördern wir die Verwendung öffentlicher Verkehrsmittel und reduzieren konsequent Dienstreisen.



#### 3. ERNEUERBARE ENERGIE: REGENERATIVE QUELLEN STATT FOSSILER ROHSTOFFE

- ≈ Bis 2030 ersetzen wir mindestens 80 % des Erdgases durch erneuerbare Energie.
- ≈ Wir bauen unsere Photovoltaikanlagen aus und erzeugen damit ab 2023 rund 10 % unseres Stromverbrauches.
- ≈ 100 % unseres Strombedarfs decken wir heute schon mit Ökostrom.



## SOZIALE & GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

Neben ökologischen Zielen übernehmen wir:

### SOZIALE & GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG



#### 1. DIVERSITÄT & INKLUSION

- ≈ In den letzten Jahren haben wir wichtige Projekte in den Bereichen Familie & Beruf, New Work und Integration von Kolleg:innen mit anerkanntem Flüchtlingsstatus umgesetzt. Wir sind glücklich ein Team zu haben, wo Unterschiede als Selbstverständlichkeit und Bereicherung gesehen werden und die Grundlage unseres gemeinsamen Erfolges darstellen.
- ≈ Trotzdem oder gerade deshalb haben wir uns vorgenommen, systematisch an einem Diversitäts- und Inklusionskonzept zu arbeiten und unser Team bewusst noch vielfältiger zu gestalten. 2022 soll ein Projekt- und Maßnahmenplan bis 2030 erstellt werden.



#### 2. UNSERE QUELLE & UNSER URSPRUNG

- ≈ Wir sehen uns unserem Herkunftsort Bad Vöslau gegenüber verpflichtet: als Betreiber und Weiterentwickler des Thermalbades, als verlässlicher Arbeitgeber und als Impulsgeber in puncto Nachhaltigkeit.
- ≈ Zum nachhaltigen Schutz der Quelle haben wir gemeinsam mit den Gemeinden Bad Vöslau und Baden den Antrag auf ein Schongebiet gestellt.
- ≈ Zum weiteren Ausbau der Sonnenenergie unterstützen wir das regionale Photovoltaik-Bürgerbeteiligungsmodell aktiv und stellen dafür Dachflächen zur Verfügung.

**INFO** \_\_\_\_\_ Details zu den Zielen und Maßnahmen siehe die jeweiligen Kapitel.

„Nachhaltig erfolgreich zu wirtschaften bedeutet für uns, wirtschaftliche, ökologische und soziale Ziele miteinander zu verbinden.“

# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS — UNSER BEITRAG

## SDGs - GLOBALE ZIELE FÜR EINE NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

2015 stellten die Vereinten Nationen mit der „Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“ die Weichen für eine nachhaltige Umgestaltung von Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt bis zum Jahr 2030. Das Kernstück bilden die 17 globalen Ziele für eine nachhaltige Entwicklung, auch Sustainable Development Goals, kurz SDGs, genannt. Der Privatsektor ist ein unerlässlicher Partner für die Erreichung der SDGs, und Unternehmen können, vor allem im Rahmen ihres Kerngeschäfts, einen Beitrag zur Realisierung der Ziele leisten.

Die Komplexität und der Ehrgeiz der SDGs erfordern neue Formen der Partnerschaft und Zusammenarbeit. Als Gründungsmitglied des klimaaktiv Pakts2020, der bereits erfolgreich abgeschlossen wurde, haben wir mit anderen Unternehmen an der Entwicklung der SDG-Roadmap für den Getränkesektor gearbeitet. 2021 konnten wir uns auch für

den klimaaktiv Pakt2030 qualifizieren und setzen so das Engagement im Sinne der nachhaltigen Entwicklungsziele fort. Unser Nachhaltigkeitsprogramm zeigt strategische Ziele und konkrete Maßnahmen auf, um für die 2030-Ziele positive Auswirkungen zu erreichen und negative Folgen zu minimieren.

Wir haben den Fokus hauptsächlich auf jene SDGs gerichtet, wo aufgrund der Unternehmenstätigkeit die meisten Anknüpfungspunkte bestehen, um einen möglichst großen Beitrag leisten zu können. Mitarbeiter:innen der Vöslauer Mineralwasser GmbH und der Ottakringer Getränke AG, Kund:innen, Konsument:innen, Lieferant:innen, NGOs, Medien, Wissenschaft und Forschung zählen zu unseren Stakeholder:innen. Auch mit Politik und Behörden stehen wir in engem Kontakt, unterstützen aber keine politischen Organisationen mit Geld- oder Warenspenden<sup>1</sup>.

SDG	SDGs IM DETAIL	UNSER BEITRAG DAZU
<b>3</b> <b>GESUNDHEIT UND WOHLBEFINDEN</b>	<p><i>Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern.</i></p> <p><i>Unterziel 3.8.: Die allgemeine Gesundheitsversorgung, einschließlich der Absicherung gegen finanzielle Risiken, den Zugang zu hochwertigen grundlegenden Gesundheitsdiensten und den Zugang zu sicheren, wirksamen, hochwertigen und bezahlbaren unentbehrlichen Arzneimitteln und Impfstoffen für alle erreichen.</i></p>	<p>Die Sicherheit und das Wohlergehen unserer Kolleg:innen haben oberste Priorität. Daher haben wir ein entsprechendes Gesundheits- und Sicherheitsmanagement etabliert, das in regelmäßigen Abständen reflektiert, überprüft und angepasst wird. Zusätzlich gibt es zahlreiche Angebote (Gesundheitsvorsorge, Ernährungsprogramme, Fitness- und Freizeitaktivitäten etc.), die einen gesunden Lebensstil unterstützen sollen.</p> <p>Nach außen gerichtet stehen wir als Unternehmen und mit unserer Marke für Wohlbefinden und nachhaltig #jungbleiben. Die Mission „Wir schaffen Wohlbefinden und löschen den Durst der Zeit“ steht für die Bedürfnisse der Konsument:innen und dafür, einen Beitrag für eine gesunde Lebensweise zu leisten. Nachhaltigkeit spielt bei allen Themen, mit denen wir uns beschäftigen, eine wesentliche Rolle.</p> <p>Generell ist Mineralwasser die natürlichste und wertvollste Art von Quellwasser und enthält wertvolle Mineralstoffe wie Spurenelemente. Unsere mineralwassernahen Produkte zeichnen sich durch natürliche Inhaltsstoffe und geringen oder keinen Zuckeranteil aus.</p>



<sup>1</sup> GRI 415-1



ABBILDUNG:  
ALLE 17 SDGs IM ÜBERBLICK

SDG	SDGs IM DETAIL	UNSER BEITRAG DAZU
<p><b>6</b> <b>SAUBERES WASSER UND SANITÄRVERSORGUNG</b></p> 	<p><i>Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten.</i></p> <p><i>Unterziel 6.2: Bis 2030 den Zugang zu angemessener und gerechter Sanitärversorgung und Hygiene für alle erreichen und der Notdurftverrichtung im Freien ein Ende setzen, unter besonderer Beachtung der Bedürfnisse von Frauen und Mädchen und von Menschen in prekären Situationen.</i></p> <p><i>Unterziel 6.b: Die Mitwirkung lokaler Gemeinwesen an der Verbesserung der Wasserbewirtschaftung und der Sanitärversorgung unterstützen und verstärken.</i></p> <p><i>Unterziel 6.4: Bis 2030 die Effizienz der Wassernutzung in allen Sektoren wesentlich steigern und eine nachhaltige Entnahme und Bereitstellung von Süßwasser gewährleisten, um der Wasserknappheit zu begegnen und die Zahl der unter Wasserknappheit leidenden Menschen erheblich zu verringern.</i></p>	<p>Sauberes Wasser ist für Menschen ein wichtiges Grundbedürfnis, doch ist es nicht in allen Teilen der Welt eine Selbstverständlichkeit. Daher unterstützen wir Wasser- und Sanitärprojekte, vom Brunnenbau bis zur erforderlichen Infrastruktur, die unter der Schirmherrschaft von beispielsweise UNICEF, dem Österreichischen Roten Kreuz und Africa Amini Alama initiiert und umgesetzt werden.</p> <p>2021 haben wir u.a. in Zusammenarbeit mit dem Roten Kreuz ein Projekt in Ruanda unterstützt. Themen waren Ernährungssicherheit und Wasserversorgung sowie Sanitäreinrichtungen und Hygiene in der Schule (Details siehe „Was uns bewegt: Soziale &amp; gesellschaftliche Verantwortung“).</p>
<p><b>8</b> <b>MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM</b></p> 	<p><i>Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern.</i></p> <p><i>Unterziel 8.2: Eine höhere wirtschaftliche Produktivität durch Diversifizierung, technologische Modernisierung und Innovation erreichen, einschließlich durch Konzentration auf mit hoher Wertschöpfung verbundene und arbeitsintensive Sektoren.</i></p> <p><i>Unterziel 8.5: Bis 2030 produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle Frauen und Männer, einschließlich junger Menschen und Menschen mit Behinderungen, sowie gleiches Entgelt für gleichwertige Arbeit erreichen.</i></p> <p><i>Unterziel 8.8: Die Arbeitsrechte schützen und sichere Arbeitsumgebungen für alle Arbeitnehmer:innen, einschließlich der Wanderarbeitnehmer:innen, insbesondere der Wanderarbeitnehmerinnen, und der Menschen in prekären Beschäftigungsverhältnissen, fördern.</i></p>	<p>Wir setzen bei unseren Produkten auf nachhaltige Innovationen und fördern die Wertschöpfung in der Region.</p> <p>Darüber hinaus haben wir für die Auswahl unserer Lieferant:innen entsprechende Nachhaltigkeitsstandards etabliert und arbeiten am Thema Lieferkettentransparenz und dessen Darstellung. Zudem produzieren wir ausschließlich in Österreich.</p> <p>Durch kontinuierliche Ressourceneffizienzsteigerung sowie Innovationen und damit einhergehender CO<sub>2</sub>-Reduktion sind wir bestrebt, die Entkoppelung von Wirtschaftswachstum und negativen Umweltauswirkungen voranzutreiben.</p> <p>Mit Lehrstellen, die sich speziell an Menschen mit Asylstatus richten, fördern wir die produktive Vollbeschäftigung junger Menschen.</p>

# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS — UNSER BEITRAG

SDG	SDGs IM DETAIL	UNSER BEITRAG DAZU
<p><b>9</b> <b>INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR</b></p> 	<p><i>Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen.</i></p> <p><i>Unterziel 9.1.: Eine hochwertige, verlässliche, nachhaltige und widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, einschließlich regionaler und grenzüberschreitender Infrastruktur, um die wirtschaftliche Entwicklung und das menschliche Wohlergehen zu unterstützen, und dabei den Schwerpunkt auf einen erschwinglichen und gleichberechtigten Zugang für alle legen.</i></p> <p><i>Unterziel 9.4.: Bis 2030 die Infrastruktur modernisieren und die Industrien nachrüsten, um sie nachhaltig zu machen, mit effizienterem Ressourceneinsatz und unter vermehrter Nutzung sauberer und umweltverträglicher Technologien und Industrieprozesse, wobei alle Länder Maßnahmen entsprechend ihren jeweiligen Kapazitäten ergreifen.</i></p>	<p>Ohne Innovation keine Weiterentwicklung – deshalb gibt es in diesem Bereich viele Überschneidungen mit dem SDG-Ziel 13.</p> <p>Innovationen zielen bei uns stets auch auf eine Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes ab und dienen somit der Erhöhung einer nachhaltigen und widerstandsfähigen Infrastruktur, in welcher ein effizienterer Ressourceneinsatz stattfindet und saubere Technologien Verwendung finden (siehe Kapitel „Nachhaltigkeitsziele 2030“ sowie SDG 13 in dieser Tabelle).</p>
<p><b>12</b> <b>NACHHALTIGER KONSUM UND NACHHALTIGE PRODUKTION</b></p> 	<p><i>Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen.</i></p> <p><i>Unterziel 12.2: Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen.</i></p> <p><i>Unterziel 12.5: Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern.</i></p>	<p>Wir setzen uns entsprechend unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen hohe Ziele im Umgang mit Ressourcen und effizienter Produktion. Durch Recycling werden aus Reststoffen wieder Rohstoffe. Das Abfallaufkommen in Form von Gewerbeabfall reduzieren wir auf ein Mindestmaß.</p> <p>Wesentlicher Hebel für die Zielerreichung der CO<sub>2</sub>-Reduktion stellen die Bereiche „Reuse – Reduce – Recycle“ dar (Details siehe Kapitel Nachhaltigkeitsziele 2030 oder voeslauer.com).</p>

SDG	SDGs IM DETAIL	UNSER BEITRAG DAZU
<p><b>13</b> <b>MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ</b></p> 	<p><i>Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen.</i></p> <p><i>Unterziel 13.3: Die Aufklärung und Sensibilisierung sowie die personellen und institutionellen Kapazitäten im Bereich der Abschwächung des Klimawandels, der Klimaanpassung, der Reduzierung der Klimaauswirkungen sowie der Frühwarnung verbessern.</i></p>	<p>Wir setzen laufend Maßnahmen, um das Klima zu schützen und Ressourcen zu schonen. So sind wir Teil der Science Based Targets-Initiative und haben uns bis 2030 vorgenommen, zusätzliche 28 % an CO<sub>2</sub> (gegenüber 2019) zu reduzieren. Um dieses Ziel zu erreichen, setzen wir zunächst auf die Themen Materialreduktion und Kreislaufwirtschaft, Ausbau von Mehrweg (2022 kommt die in Österreich aktuell einzige PET-Mehrwegflasche auf den Markt), rePET, Einsatz von 100 % Recyclingmaterialien, Transport und Mobilität sowie erneuerbare Energie. So sollen zukünftig weitere Maßnahmen, wie etwa der Umstieg auf Hackschnitzel, ein Fernwärmeprojekt sowie der Bau von zusätzlichen Photovoltaikanlagen, umgesetzt werden.</p> <p>Auch im Thermalbad werden laufend Maßnahmen zur Abschwächung des Klimawandels getroffen. So wird bereits auch dort 100 % Ökostrom bezogen (<i>Details siehe „Was uns ausmacht: Ursprungsquelle, Quellschutz &amp; Thermalbad“</i>).</p>
<p><b>17</b> <b>PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE</b></p> 	<p><i>Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung wiederbeleben.</i></p> <p><i>Unterziel 17.1: Die Mobilisierung einheimischer Ressourcen verstärken, einschließlich durch internationale Unterstützung für die Entwicklungsländer, um die nationalen Kapazitäten zur Erhebung von Steuern und anderen Abgaben zu verbessern.</i></p> <p><i>Unterziel 17.17: Die Bildung wirksamer öffentlicher, öffentlich-privater und zivilgesellschaftlicher Partnerschaften aufbauend auf den Erfahrungen und Mittelbeschaffungsstrategien bestehender Partnerschaften unterstützen und fördern.</i></p>	<p>Wir pflegen Partnerschaften auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene. Mit der Unterzeichnung des UN Global Compact im Jänner 2022 bekennen wir uns zu den Prinzipien und den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. Darüber hinaus sind wir Teil des klimaaktiv Pakts2030, der Klimaschutzinitiative des Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK). Wir halten auch Kontakte zu NGOs und anderen Institutionen, die sich mit Themen rund um Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz sowie Mobilität beschäftigen.</p> <p>Partnerschaften bestehen insbesondere auch mit Verpackungsherstellern und Recyclingunternehmen, um die Themen Materialreduktion und Recycling im Verpackungsbereich voranzutreiben. Unsere Rohstoffe beziehen wir überwiegend von langjährigen, regionalen Lieferant:innen (66 % aus Österreich). So sichern wir österreichische Arbeitsplätze in der Region und fördern die heimische Wertschöpfung. In Bezug auf Bildung forcieren wir Partnerschaften mit Fachhochschulen und Universitäten, z. B. der Fachhochschule Krems, der Technischen Fachhochschule Wien und der Wirtschaftsuniversität Wien.</p>

# WAS WIR NICHT AUF DIE LEICHTE SCHULTER NEHMEN

## KRITISCHE UND WERTGESCHÄTZTE STAKEHOLDER:INNEN-STIMMEN

Unsere Stakeholder:innen haben wesentlichen Einfluss auf unsere Nachhaltigkeitsleistung und die Art und Weise, wie wir als Unternehmen gesehen und wahrgenommen werden. Daher nützen wir Gelegenheiten zur Stakeholder-Einbindung immer dort, wo es möglich ist. Das Masterstudium „Green Marketing“ am Campus Wieselburg der Fachhochschule Wiener Neustadt vermittelt Student:innen Kompetenzen, um grüne Produkte, Marken und Unternehmen vermarkten und managen zu können. Dozentin Hon.-Prof. (FH) Gabriele Faber-Wiener ist eine der Referent:innen an der FH Wiener Neustadt sowie Gründerin des Center for Responsible Management und eine der führenden CSR- und Kommunikations-expert:innen im deutschsprachigen Raum. Im Wintersemester

2020/21 verfassten Hannah Krimmer, Julia Trampitsch und Katharina Neßler in einer Lehrveranstaltung von Dozentin Faber-Wiener eine umfangreiche Prüfungsarbeit, die sich mit unserem Nachhaltigkeitsengagement – insbesondere dem Nachhaltigkeitsbericht aus dem Jahr 2019 – befasst. Prüfungsaufgabe war die Analyse der Corporate Social Responsibility (CSR) sowie der CSR-Kommunikation eines selbstgewählten Unternehmens, gepaart mit der Erstellung eines verbesserten PR-Konzeptes.

Wir bedanken uns sehr herzlich bei Gabriele Faber-Wiener, Hannah Krimmer, Julia Trampitsch und Katharina Neßler für die konstruktiv kritische Arbeit und für das spannende und lehrreiche Feedback.

## AUSZUG ZUM FEEDBACK DER FACHARBEIT UND LEARNINGS<sup>1</sup>

In ihrer Analyse bieten die Studentinnen interessante Rückschlüsse hinsichtlich der Außenwahrnehmung unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen. Attestiert wird, dass die *„Etablierung einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie für alle Unternehmensbereiche, ihre Verankerung im Kerngeschäft seit über zehn Jahren und das große CSR-Team, dem auch die beiden Geschäftsführer beiwohnen, zeigen, dass CSR bei Vöslauer keine Modeerscheinung, sondern lange gelebter Wert ist“* (Facharbeit, Seite 4) und das Unternehmen *„eine internalisierte, proaktive Perspektive auf CSR“* (Facharbeit, Seite 7) einnimmt.

Die Studentinnen üben aber auch konstruktive Kritik bzw. bieten Anregungen und Empfehlungen zur Verbesserung unseres nachhaltigen Engagements, wie zum Beispiel:  
≈ Das Kerngeschäft selbstkritisch zu hinterfragen und mit stichhaltigen Argumenten zu legitimieren.

- ≈ Die Partizipationsmöglichkeiten für Stakeholder:innen auszubauen.
- ≈ Eine Optimierung des Datenmanagements (Umfang der Darstellung, Transparenz und Nachvollziehbarkeit) anzustreben.
- ≈ Das Nachhaltigkeitsengagement hinsichtlich Greenwashing-Kriterien zu prüfen und hinterfragen, wie beispielsweise die Verwendung von Labels, Logos und Siegel, die für Konsument:innen unübersichtlich sind und zu Missverständnissen führen könnten.
- ≈ Die Verwendung von Formulierungen wie „umweltfreundlich“, „schonend“ oder auch „nachhaltig“ exakt zu definieren.
- ≈ Die Ziele im Nachhaltigkeitsmanagement aufgrund bisheriger frühzeitiger Zielerreichung ehrgeiziger zu setzen.

UNSER LEARNING UND NÄCHSTE SCHRITTE: *Wir haben die Studentinnen im Sommer 2022*

*zu einem Austausch eingeladen, um uns über die in der Facharbeit empfohlenen*

*Anregungen und deren Möglichkeit zur Umsetzung zu besprechen.*

---

 ERGÄNZUNGEN ZU DEN UNTERNEHMENSWERTEN
 

---

„Es freut mich, wenn die Analysen meiner Studierenden – die keine Auftragsarbeit darstellten – bei Vöslauer so großen Anklang gefunden haben, dass sie auch in die Verbesserung der CSR und CSR-Kommunikation einfließen. So ist beides gelungen: Sensibilisierung und Wissenserweiterung bei den Studierenden und Weiterentwicklung des CSR-Verständnisses seitens des Unternehmens. Das ist win-win pur!“

HON.-PROF. (FH) GABRIELE FABER-WIENER

Um Nachhaltigkeit noch stärker in den Unternehmenswerten zu verankern, regten die Student:innen dazu an, unsere Ziele und Mission um folgende Bestandteile zu erweitern:

- ≈ Durch den Dialog finden wir gemeinsam unseren Weg in eine lebenswerte Zukunft.
- ≈ Wir erkennen die Verantwortung gegenüber der Umwelt, dem Ressourcen- und Energieverbrauch sowie späteren Generationen an und möchten unsere Reichweite nutzen, um unseren Stakeholder:innen und der Gesellschaft Wege hin zu mehr Nachhaltigkeit aufzuzeigen.
- ≈ Darüber hinaus wollen wir unseren Kund:innen transparente Einblicke in unser Kerngeschäft geben und sie mit objektiven Informationen rund um Nachhaltigkeit versorgen, um ihnen damit das Werkzeug in die Hand zu geben, nachhaltigere Kaufentscheidungen zu treffen.
- ≈ Wir arbeiten dialogorientiert in jedem Schritt. Wir teilen unser Wissen, wirken inspirierend auf unsere Stakeholder:innen und gehen als gutes Beispiel voran.

- ≈ Wir haben auch den Mut, auf Fehler hinzuweisen und sie klar zu kommunizieren und zu reflektieren. Wir wollen unsere Arbeitsweise kritisch hinterfragen und die Meinung unserer Stakeholder:innen erfragen. Denn jede Meinung zählt! Wir zeigen echte Transparenz und sprechen mutig über Stärken und Schwächen und kommunizieren diese auch offen.
- ≈ Wir wollen nicht länger von einer lebenswerten Zukunft träumen, wir wollen sie gestalten, und zwar gemeinsam, jetzt! Wer uns auf diesem Weg begleiten und unterstützen, bei uns oder mit uns arbeiten möchte, braucht Ehrgeiz, Neugier, Kreativität, Sorgfalt und Veränderungsbereitschaft. Und ein großes Herz. *(Details zu den Vöslauer-Werten finden sich auf Seite 30.)*

Solche Rückmeldungen unterstützen uns dabei, Erfolge, Chancen und Risiken unseres Unternehmens zu identifizieren. Das Feedback ist wertvoll und Anlass zur Weiterentwicklung und fließt direkt in unsere Maßnahmen und unser Reporting ein.



#### IHR FEEDBACK:

---

Wir bitten auch unsere Leserinnen und Leser um ihre Meinung, Kritik, Verbesserungsvorschläge, Fragen und sonstige Anmerkungen mitzuteilen: [nachhaltigkeit@voeslauer.at](mailto:nachhaltigkeit@voeslauer.at)

<sup>1</sup> Die hier dargestellten Inhalte stellen nur einen Auszug der studentischen Analyse dar, haben uns aber zur weiteren inhaltlichen Auseinandersetzung angeregt. Die gesamte Facharbeit findet sich unter folgendem QR-Code zur Nachlese.



*Facharbeit online lesen*

# KRITISCHE FRAGEN UNSERER KONSUMENT:INNEN



## ZUM ÖKOLOGISCHEN UND SOZIALEN GEWISSEN DES UNTERNEHMENS

Das Bewusstsein der Konsument:innen in Bezug auf Nachhaltigkeit nimmt zu: Immer mehr Verbraucher:innen lassen auch ihr ökologisches und soziales Gewissen über den Kauf eines Produkts entscheiden. Wir positionieren uns klar und setzen auf Innovationen, um zur nachhaltigen Veränderung von Konsum- und Produktionsstrukturen beizutragen – aus der Überzeugung heraus, damit Zukunftsfähigkeit sicherzustellen. Daher setzen wir uns intensiv mit den Fragen und der konstruktiven Kritik unserer Konsument:innen auseinander. Hier ein Auszug der meist gestellten Fragen:

### WARUM NICHT NUR LEITUNGSWASSER TRINKEN?

Grundsätzlich spricht nichts dagegen, Leitungswasser zu konsumieren. Hierzulande kann man es glücklicherweise in der Regel auch bedenkenlos trinken. Trotzdem ist Leitungswasser nicht überall von gleicher Qualität und es variiert im Geschmack. Zudem wird es auch behandelt – entweder mit Ozon oder mit Chlor und der Weg zum Konsumenten führt durch unterschiedliche Leitungssysteme. Unser Mineralwasser kommt aus einer Tiefe von 660 Metern und ist so vor Umwelteinflüssen geschützt. Es ist natürlich rein, ausgewogen mineralisiert und auch als Heilwasser anerkannt. Darüber hinaus ist Mineralwasser in rePET-Flaschen für bestimmte Anlässe, speziell beim Sport oder auch bei Veranstaltungen, die praktischere und insbesondere für Kinder auch eine bruchstichere Variante des Durstlöschens. In der Gastronomie wird Mineralwasser gerne in optisch ansprechenden Glas-Mehrwegflaschen getrunken. Generell haben aber sowohl Leitungs- als auch Mineralwasser, angepasst an die jeweilige Situation und in unterschiedlichen Rahmenbedingungen, ihre Berechtigung.

### WASSERKNAPPHEIT IST MITTLERWEILE AUCH IN EUROPA, ALSO AUCH IN DEUTSCHLAND UND ÖSTERREICH, ZU EINEM THEMA GEWORDEN. SIND DIE VÖSLAUER-QUELLEN GEFÄHRDET?

Wir sind in der erfreulichen Lage, dass unsere Quelle immerwährend sprudelt. Das liegt daran, dass sie aufgrund ihrer Tiefe (660 m) von Umwelteinflüssen geschützt ist. Zudem hat Vöslauer Mineralwasser seinen „Ursprung“ im Gebiet des Schneebergs – es handelt sich also um ein sehr großes Einzugsgebiet. Durch kontrollierte Wasserentnahme können wir weiters garantieren, dass unser wertvolles Mineralwasser

auch für nachfolgende Generationen verfügbar sein wird, denn es wird mehr Wasser auf natürlichem Weg nachgespeist, als der Konsens zur Entnahme zulässt. Trotzdem wollen wir mit dieser wertvollen Ressource besonders sorgsam umgehen und sparen daher Wasser, wo immer es möglich ist. So achten wir nicht nur bei der Entnahme unseres Wassers auf den Verbrauch, sondern auch auf einen effizienten Umgang entlang der Wertschöpfungskette und bei allen Prozessen.

### WANN KOMMT EINWEG-PFAND?

Ab 1. Jänner 2025 wird es Pfand für Einweggetränkeverpackungen aus Kunststoff oder Metall geben. Aus unserer Sicht ein wichtiger Schritt, um Littering zu reduzieren und auch um die Sammelquote wertvoller Rohstoffe weiter zu verbessern. Wir stehen für nachhaltige und innovative Lösungen und ein klares Bekenntnis zur Kreislaufwirtschaft: So sind alle unsere Produkte nicht nur recyclingfähig, sondern bestehen entweder aus 100 % rePET oder sind Glas- oder PET-Mehrwegprodukte. Das ist keine Neuheit in unserem Haus, sondern seit vielen Jahren kontinuierliche und konsequente Pionierarbeit im Sinne immer besserer umweltgerechterer Lösungen.

### WARUM MACHT IHR ÜBERHAUPT NOCH PLASTIKFLASCHEN UND WAS IST rePET?

Unsere Plastikflaschen bestehen aus PET, das als sogenanntes Monomaterial zu 100 % recyclingfähig ist und eine hohe Sammelquote verzeichnet. Alle unsere Flaschen werden aus 100 % recyceltem PET-Material gemacht (rePET), d.h. wir verwenden damit Material aus alten Flaschen und vermeiden damit in großem Maße die Produktion von neuem Plastikmaterial. Noch mehr Material sparen wir mit unserer neuen PET-Mehrweg-Flasche. In diesem Fall wird eine PET-Flasche in einer Kiste ausgeliefert, kommt nach dem Konsum zurück, wird ausgewaschen und wieder befüllt. Mindestens 15-mal. Das spart wieder Plastik. Auch wenn PET – teilweise zu Recht – in den vergangenen Jahren sehr in Kritik geraten ist, hat es – richtig eingesetzt – auch Vorteile: Bruchstichere ist eine davon und in einigen Einsatzgebieten sogar unabdingbar. Aber auch punkto CO<sub>2</sub>-Bilanz ist PET Glas-Mehrweg aufgrund des geringen Transportgewichtes und der guten Recyclingeigenschaften oft ebenbürtig. Wir haben es uns zur Aufgabe gesetzt, dass jedes Produkt nachhaltiger sein muss als sein Vorgänger und daher arbeiten wir intensiv an der Ver-



besserung aller Verpackungslösungen im Hinblick auf einen besseren CO<sub>2</sub>-Abdruck, Litteringvermeidung, bei gleichzeitig bester Eignung für die jeweilige Konsumsituation.

#### **WARUM SIND DIE FLASCHEN SO DÜNN?**

Neben dem Recyclinganteil spielt für uns beim verantwortungsvollen Umgang mit der Ressource auch ein reduzierter Materialeinsatz eine wichtige Rolle. Es ist uns gelungen, nicht nur einen gleichbleibend geringen Materialeinsatz sicherzustellen, sondern auch die Materialqualität der Flaschen gleich hoch zu halten. Durch den 100 % rePET-Anteil und Gewichtseinsparungen konnte der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck über die letzten Jahre verringert werden.

#### **WARUM KOMMT BEI VÖSLAUER NICHT NUR GLAS ZUM EINSATZ?**

Wir mögen unsere Glas-Mehrwegflaschen sehr. Jedoch sind sie nicht für jeden Konsumanlass gleichermaßen geeignet. Beim Sport, bei Veranstaltungen oder in der Schultasche werden beispielsweise unsere rePET-Produkte bevorzugt gekauft, weil dieses Gebinde leichter und zudem bruchsicher ist. Für den Durst unterwegs haben wir zusätzlich eine 0,5 Liter Glas-Mehrwegflasche auf den Markt gebracht – hier hoffen wir auf steigende Akzeptanz der Konsument:innen.

#### **WARUM MACHT VÖSLAUER NICHT NUR MEHRWEG?**

Wir achten auf die Bedürfnisse unserer Konsument:innen und diese sind je nach Alltags- und Lebenssituation unterschiedlich. Das spiegelt sich auch in der Nachfrage von Mehrwegprodukten wider. Die Offenheit in Richtung Mehrwegflaschen wächst aber aus unserer Sicht und das unterstützen wir. Denn Mehrweg ist für uns ein generell wichtiges Thema, daher haben wir uns bis 2030 die Verdoppelung unserer Mehrweg-Quote vorgenommen. Das heißt, wir werden sowohl Glas- als auch PET-Mehrweg künftig weiter ausbauen.

#### **WARUM TRANSPORTIERT VÖSLAUER NICHT ALLES AUF DER SCHIENE?**

Wir haben keinen eigenen Fuhrpark, sondern arbeiten mit Frächtern im Rahmen mittelfristiger Verträge. Im kombinierten Verkehr sind wir an die Bahninfrastruktur gebunden. Ziel ist es jedoch, mehr auf die Schiene zu bringen: Etwa 20,2 % unserer Lieferungen wurden 2021 innerhalb Österreich und Deutschland mit Zügen bewegt. Die größte Herausforderung bei der Bahn-Logistik ist es, die Spitzen im Rahmen der Vorlaufzeiten des Handels abzudecken.

#### **WARUM ÜBERHAUPT ZUCKER IN VÖSLAUER-GETRÄNKEN?**

Auch hier spielen Nachfrage und Angebot eine wichtige Rolle.

Die Menschen mögen neben kalorienarmen Getränken auch mal süß schmeckende Erfrischungen. Unsere Herausforderung dabei ist, wohlschmeckende Produkte zu entwickeln, die auch dem Körper guttun. Daher verwenden wir weder Süßungsmittel noch Konservierungsstoffe und der Zucker, der zum Einsatz kommt, ist möglichst gering dosiert. Alle unsere Produkte sind daher kalorienlos oder kalorienarm, unsere Limonaden eingeschlossen. Ein Produkt, das in den letzten Jahren enorm viele Fans gewonnen hat, ist Vöslauer Flavours, also Mineralwasser mit Geschmack, aber ohne Zucker.

#### **MAN HÖRT IMMER WIEDER VON VERSCHIEDENEN INHALTSSTOFFEN IN PET-FLASCHEN. WAS IST DA DRAN?**

Was in Österreich in den Handel kommt, hat strengen Anforderungen zu entsprechen – und das gilt besonders für natürliches Mineralwasser in PET-Getränkeverpackungen. Alle unsere Produkte werden hinsichtlich ihrer Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen geprüft. Mineralwasser ist eines der am strengsten kontrollierten Lebensmittel in Österreich. Überdies hat Mineralwasser in PET-Flaschen höchsten Auflagen zu entsprechen und ist laut Österreichischem Lebensmittelcodex sicher. Zusätzlich werden alle Foodgrade-Rezyklate von der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) geprüft und zugelassen. Somit sind unsere Produkte in rePET-Gebinden völlig unbedenklich und entsprechen sämtlichen Vorgaben der Behörden.

#### **WELCHE MASSNAHMEN SETZT VÖSLAUER, UM LITTERING ENTGEGENZUWIRKEN?**

Littering ist ein ernsthaftes Problem und auch wir finden es nicht gut, wenn man PET-Flaschen in der Natur findet – das ist weder gut für die Umwelt noch für uns als Unternehmen. Daher beschäftigen wir uns auch mit nachhaltigen Innovationen wie PET-Mehrweg, um im Rahmen unserer Möglichkeiten einen Beitrag zu leisten. Zudem bauen wir auch unser Glas-Mehrwegsortiment weiter aus. Im Frühjahr 2021 haben wir bereits eine EU-Richtlinie umgesetzt, die erst ab 2024 verpflichtend sein wird: Die „Tethered Caps“, das sind jene Verschlusskappen bei PET-Flaschen, die mit der Flasche selbst verbunden sind, um nicht unnötigerweise in der Natur zu landen. Aus dem Gedanken heraus, Bewusstseinsarbeit leisten zu wollen, entstand auch die Initiative „Artists for Tomorrow“. Dabei bieten wir Künstler:innen, die sich mit Themen wie Umweltschutz und Nachhaltigkeit beschäftigen, eine Plattform für ihre Kunstwerke und vor allem ihre Message. Aber ja, es muss noch mehr getan werden, um künftig weniger Plastik in der Natur vorzufinden. Die für 2025 geplante Einwegpfand-Richtlinie wird zusätzlich dazu beitragen, dass Littering zu großen Teilen vermindert wird.

## INHALT

---

<b>1</b>	<b>WORAUF UNSER DENKEN BERUHT: NACHHALTIGE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG</b>	<b>20</b>
1.1	Über Vöslauer	22
1.2	Wesentlichkeitsanalyse & Impact-Analyse	22
1.3	Stakeholder:innen – Impulsgeber der Region	26
1.4	Corporate Governance & Nachhaltigkeit	26
1.5	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie & unser Nachhaltigkeitsmanagement	26
1.6	Unsere Vision. Unsere Werte. Unsere Ziele	30
1.7	Compliance & Unternehmensethik	31
1.8	Externe Initiativen & Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	31
<b>2</b>	<b>WOFÜR WIR UNS EINSETZEN: KLIMA- &amp; UMWELTSCHUTZ</b>	<b>34</b>
2.1	Engagement für Klimaschutz	40
2.2	Klimaschutz entlang der gesamten Wertschöpfungskette	42
2.3	Einweg, Zweiweg & Mehrweg	43
2.4	Rezyklat-Anteil bei Vöslauer-Produkten	45
2.5	Auf Kreislaufwirtschaft setzen	46
2.6	Einsparung von Verpackungsmaterial	47
2.7	Energieeffizienz & erneuerbare Energie	47
2.8	E-Volution: Logistik & Mobilität	48
<b>3</b>	<b>WAS UNS AUSMACHT: URSPRUNGSQUELLE, QUELLSCHUTZ &amp; THERMALBAD</b>	<b>50</b>
3.1	Ursprungsquelle Thermalbad Vöslau – unsere regionale Verantwortung	55
3.2	Keinen Tropfen zu viel	57
3.3	Gelebter Quellschutz	58
<b>4</b>	<b>WORAUF WIR ACHTEN: VERANTWORTUNGSVOLLES WIRTSCHAFTEN ENTLANG DER LIEFERKETTE</b>	<b>60</b>
4.1	Nachhaltiger Lieferant:innendialog	62
4.2	Qualitätsmanagement & Produktverantwortung	63
4.3	Faires, nachhaltiges & verantwortungsbewusstes Marketing	63

## INHALT

---

<b>5</b>	<b>WER ZUM ERFOLG BEITRÄGT: UNSERE KOLLEG:INNEN ALS MARKEN- &amp; NACHHALTIGKEITS-BOTSCHAFTER:INNEN</b>	<b>64</b>
5.1	Diversity, Inklusion & Chancengleichheit	67
5.2	Vereinbarkeit von Beruf & Familie	68
5.3	Aus- & Weiterbildung	68
5.4	Sicherheit am Arbeitsplatz	70
<b>6</b>	<b>WAS WIR UNTERSTÜTZEN: GESUNDHEIT &amp; WOHLBEFINDEN</b>	<b>72</b>
6.1	Gesundheit für alle	77
6.2	Getränke für einen nachhaltigen Lebensstil	79
6.3	Getränke mit keinem oder geringem Kaloriengehalt	80
6.4	Bio & Fairtrade: natürliche Inhaltsstoffe mit Herkunftsbezug	81
<b>7</b>	<b>WAS UNS BEWEGT: SOZIALE &amp; GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG</b>	<b>82</b>
7.1	Bewusstseinsbildung für Nachhaltigkeit	86
7.2	Auszeichnungen & Zertifizierungen	89
7.3	Soziales Engagement – Spenden & Sponsoring	90
<b>8</b>	<b>ANHANG</b>	<b>92</b>
8.1	Prüftestat	94
8.2	Nachhaltigkeitsprogramm	95
8.3	GRI-Inhalts-Index	101
8.4	Daten zur Nachhaltigkeit	107
	Impressum	116

**WORAUF UNSER  
DENKEN BERUHT:**

  
**VÖSLAUER**

# NACHHALTIGE UNTERNEHMENS- ENTWICKLUNG

## 1.1 ÜBER VÖSLAUER

Die Vöslauer Mineralwasser GmbH<sup>1</sup> ist Österreichs führender Mineralwasserhersteller mit einem klaren Bewusstsein für regionale Wertschöpfung, einem gewissenhaften Umgang mit den Ressourcen der Umwelt und unserer gesellschaftlichen Verantwortung. Wir sind Teil der börsennotierten österreichischen Unternehmensgruppe Ottakringer Getränke AG<sup>2</sup> und sind Lohnabfüller für die Almdudler Limonade A. & S. Klein GmbH & Co KG. Der Unternehmenssitz befindet sich an der 660 Meter tiefen Quelle in Bad Vöslau in Niederösterreich.<sup>3</sup> Hier ist auch das historische Thermalbad beheimatet, das seit 2014 eine 100 %-Tochter von uns, der Vöslauer Mineralwasser GmbH, ist. Mit einem Marktanteil von rund 41 % sind wir die klare Nummer 1 am österreichischen Mineralwassermarkt. Ein weiteres wachsendes Geschäftsfeld bilden die Near Water-Getränke. Der Jahresumsatz 2021 beträgt rund 93 Millionen Euro und wir beschäftigen aktuell 196 Mitarbeiter:innen.

Im Jahr 2021 wurden rund 286 Millionen Liter Getränke abgefüllt. Davon entfielen rund 80 % auf unsere eigenen Marken „Vöslauer Mineralwasser“, „Balance“, „Flavours“ sowie „Bio-Limonade“ und rund 20 % auf die Marken Almdudler und Pepsi-Cola. Die Exportquote bei den Vöslauer-Produkten betrug rund 17 % und es wurden vor allem der Lebensmitteleinzelhandel sowie Gastronom:innen in Deutschland, Ungarn und der Slowakei beliefert.<sup>4</sup>

Schon heute bestehen alle PET-Einwegflaschen zu 100 % aus rePET und wir sind als Unternehmen und mit unseren Produkten seit Anfang 2020 CO<sub>2</sub>-neutral. Das bedeutet, dass verglichen mit 2005 rund 50 % der CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Flasche aus eigener Kraft reduziert und 50 % kompensiert wurden.

Um bis 2030 die CO<sub>2</sub>-Emissionen um weitere 28 % gegenüber 2019 reduzieren zu können, engagieren wir uns im Forschungsprojekt „Wege in die 1,5°-Wirtschaft“. Die beteiligten Unternehmen definieren ein wissenschaftsbasiertes Klimaziel – ein sogenanntes Science Based Target (SBT). Dazu wird der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck entlang der gesamten Wertschöpfungskette analysiert und es werden konkrete Projekte und Maßnahmen abgeleitet, die es ermöglichen, die Erderwärmung auf 1,5° C bzw. auf 2° C zu begrenzen. Gemeinsam mit Partnern (UN Global Compact, World Resources Institute, WWF) unterstützt die Science Based Target-Initiative Unternehmen dabei, diese Klimaziele zu realisieren. Darüber hinaus engagieren wir uns, das Mehrwegsortiment weiter auszubauen. Entsprechend sind wir der erste Mineralwasser-Anbieter in Österreich, der eine 0,5 Liter Glas-Mehrwegflasche im Handel anbietet und 2022 die bisher einzige PET-Mehrwegflasche auf den österreichischen Markt gebracht hat. Alle Mehrwegflaschen sind mit Etiketten aus Recyclingmaterial ausgestattet und tragen das Österreichische Umweltzeichen.

## 1.2 WESENTLICHKEITSANALYSE & IMPACT-ANALYSE<sup>5</sup>

In der Berichtsperiode wurde die Wesentlichkeitsanalyse auf Basis einer Corporate Value Score-Umfrage aktualisiert, die sowohl qualitativ – in direktem Dialog mit den Stakeholder:innen – und quantitativ umgesetzt wurde (siehe Seite 27). Unser Ziel war darüber hinaus die Identifizierung der wesentlichen „Nachhaltigkeits-Impacts“, das heißt jener Themen, die mit den höchsten Erwartungen der Anspruchsgruppen, also mit den größten Impacts verbunden sind. Von Juni bis Juli 2022 wurden mittels einer Stakeholder-Umfrage (Kund:innen, Lieferant:innen, Mitarbeiter:innen und sogenannte „gesellschaftliche Treiber“) ausgewählte Themen zu ökologischen und sozialen Auswirkungen hinterfragt. Bei der Erstellung der Analyse hat ein externes Berater:innen-Team mitgewirkt.

### DIE STAKEHOLDER:INNEN WURDEN ZUR WICHTIGKEIT FOLGENDER ELF THEMEN BEFRAGT:

**KREISLAUFWIRTSCHAFT:** Management von Wertstoffen (PET, Glas) und Energie, aber auch Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen, insbesondere bei Verpackungen und Produktionsabläufen.

**NACHHALTIGKEITSBEWUSSTSEIN:** „Nachhaltigkeitsbewusstsein“ und „Partnerschaften“ sind Querschnittsmaterien im Unternehmen, die als Grundprinzipien das Nachhaltigkeitsmanagement prägen und sich im gesamten Bericht wiederfinden.

<sup>1</sup> GRI 102-1

<sup>2</sup> GRI 102-5

<sup>3</sup> GRI 102-3, GRI 102-4

<sup>4</sup> GRI 102-2, GRI 102-6

<sup>5</sup> GRI 102-40, GRI 102-42, GRI 102-43, GRI 102-44, GRI 102-46, GRI 102-47, GRI 102-48

**KLIMAWANDEL:** Analysieren und Ausrichten aller Unternehmensprozesse (Produktion, Vertrieb, Transport etc.) inkl. des Thermalbads in Hinblick auf klimaschonende Effekte.

**REGIONALITÄT:** Aktives Fördern des regionalen Standorts durch Auswahl regionaler Lieferant:innen, Sichern von Arbeitsplätzen und Beleben der Gemeinde.

**LANDWIRTSCHAFTLICHE ROHSTOFFE:** Auseinandersetzung mit den Lieferant:innen hinsichtlich des CO<sub>2</sub>-Abdrucks und Energieeinsatzes; Bevorzugung regionaler landwirtschaftlicher Produkte, insbesondere Einsatz von österreichischem Zucker.

**TRANSPARENZ:** Achtsame, offene Kommunikation, Schutz der Integrität durch ein internes Compliance-Regelwerk (z. B. keine unlautere Werbung und Kommunikation sowie wettbewerbswidriges Verhalten, interne Maßnahmen gegen Diskriminierung, Korruption und Bestechung) sowie ein transparenter Umgang mit Regulierungen, die von Entscheidungsträger:innen gesetzt werden.

**MOBILITÄT & TRANSPORT:** Aktivitäten zur Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen im Bereich der Lieferung von Waren sowie der Mobilität der Mitarbeiter:innen.

**LIEFERKETTEN:** Analyse und Einwirken auf Lieferant:innen, um negative Folgen auf Umwelt und Gesellschaft zu vermeiden oder zu reduzieren.

**PARTNERSCHAFTEN:** Aufbau und Pflege von verlässlichen, langfristigen Beziehungen; gemeinsame Entwicklung nachhaltiger Lösungen mit Lieferant:innen, Geschäftspartner:innen, Mitarbeiter:innen.

**ATTRAKTIVER ARBEITGEBER:** Erhalt und Weiterentwicklung eines attraktiven Arbeitgeberangebots durch sichere Arbeitsplätze, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Weiterbildungsangebote, Förderung von New Work, von Diversität, Inklusion und Chancengleichheit.

**GESUNDHEIT, WOHLBEFINDEN & GENUSS:** Aktivitäten zur Steigerung des Wohlbefindens und eines nachhaltigen Lebensstils (Gesundheitsbewusstsein stärken, Reduktion gesundheitsschädlicher Effekte in Zusammenhang mit Zucker, flächendeckende Versorgung mit Getränken mit erhöhtem Wert an Ballaststoffen, Vitaminen und Mineralstoffen, Freizeitangebote sowie Sicherheit im Thermalbad).

Insgesamt wurde die Online-Befragung an 433 Personen versendet, von denen 103 (23,8 %) an der Umfrage teilgenommen haben. Die meisten Teilnehmer:innen kamen aus den Bereichen Mitarbeiter:innen (38) und Kund:innen (28).

**THEMEN-BEWERTUNG DER STAKEHOLDER:INNEN**

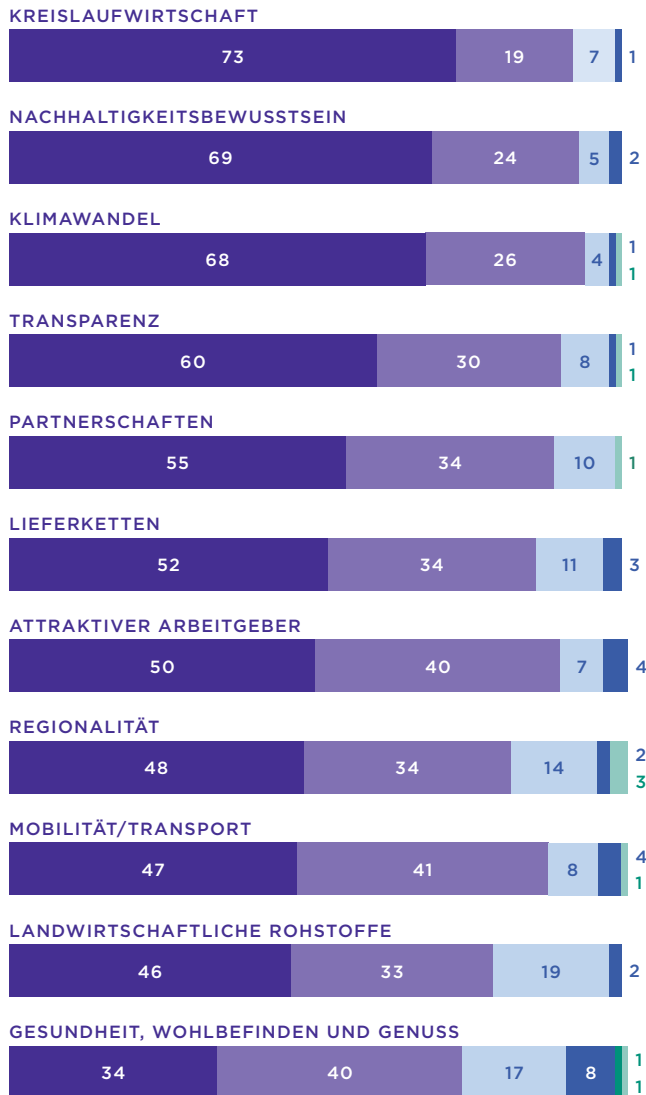


ABBILDUNG: BEWERTUNG DER EINZELNEN THEMEN AUF EINER SKALA VON 5 (= SEHR WICHTIG) BIS 0 (= GAR NICHT WICHTIG) (ANGABEN IN PROZENT)

Zur Steigerung der Differenzierung zwischen den Themen und Einschätzung der Wesentlichkeit wurden die Stakeholder:innen zudem dazu aufgerufen, die drei ihrer Meinung nach wichtigsten Themen auszuwählen. Die Ergebnisse aus den Interviews und Befragungen ermöglichen es auch, das Nachhaltigkeitsmanagement noch stärker auf die Bedürfnisse der Stakeholder:innen abzustimmen.

Wie die Abbildung auf dieser Seite zeigt, zählen Kreislaufwirtschaft, Klimawandel und Nachhaltigkeitsbewusstsein, wie auch in der letzten Berichtsperiode, zu den am wichtigsten bewerteten Themen. Themen mit einer Bewertung unter 10 % werden als nicht wesentlich angesehen.

#### AUSWIRKUNGEN DES KERNGESCHÄFTS AUF UMWELT UND KLIMA

Als produzierender Betrieb sind wir auch mit Umweltgefahren konfrontiert, die mit unserem Kerngeschäft zusammenhängen. Dazu zählen:

- ≈ Klimaerwärmung durch CO<sub>2</sub>-Ausstoß bei der Rohstoffgewinnung (Kunststoff und Glas) sowie beim Transport von Rohstoffen und Endprodukten
  - ≈ Einsatz von Energie für Transport und Herstellung
  - ≈ Verwendung von Wasser und Chemikalien für den Reinigungsprozess
  - ≈ Littering – achtloses Wegwerfen von PET-Flaschen
- Daher suchen wir nach Lösungen und versuchen durch gezielte Maßnahmen diese Gefahren künftig noch weiter zu minimieren und im besten Fall zu vermeiden.

#### WESENTLICHE THEMEN DER VÖSLAUER MINERALWASSER GMBH

Folgende Themen zählen zu den wesentlichen Themen der Vöslauer Mineralwasser GmbH:

- ≈ Kreislaufwirtschaft
- ≈ Klimawandel
- ≈ Nachhaltigkeitsbewusstsein<sup>1</sup>
- ≈ Lieferketten
- ≈ Attraktiver Arbeitgeber
- ≈ Mobilität/Transport
- ≈ Regionalität
- ≈ Transparenz
- ≈ Partnerschaften<sup>1</sup>

#### ERGEBNIS DER WESENTLICHKEITSANALYSE:

##### KREISLAUFWIRTSCHAFT

65 %

##### KLIMAWANDEL

56 %

##### NACHHALTIGKEITSBEWUSSTSEIN

44 %

##### LIEFERKETTEN

26 %

##### ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

19 %

##### MOBILITÄT/TRANSPORT

17 %

##### REGIONALITÄT

17 %

##### TRANSPARENZ

16 %

##### PARTNERSCHAFTEN

16 %

##### LANDWIRTSCHAFTLICHE ROHSTOFFE

8 %

##### GESUNDHEIT, WOHLBEFINDEN UND GENUSS

6 %

##### WEISS NICHT, KEINE ANGABE

2 %

ABBILDUNG: ERGEBNIS WESENTLICHKEITSANALYSE

<sup>1</sup> Nachhaltigkeitsbewusstsein und Partnerschaften stellen selbst gewählte Querschnittsthemen dar und werden daher nicht im GRI-Index abgebildet.





Unsere Stakeholder:innen setzen auf Kreislaufwirtschaft. Unsere Antwort: nachhaltige Verpackungen.

### 1.3 STAKEHOLDER:INNEN – IMPULSGEBER DER REGION<sup>1</sup>

Der Bezug zur Region ist uns besonders wichtig, denn die Quelle ist unser Ursprung und liefert uns unser wichtigstes Gut: reines, natürliches Mineralwasser. Mit 222 Vöslauer- und Thermalbad-Mitarbeiter:innen sind wir ein wichtiger Arbeitgeber und Investor in der Region. Nachhaltig die Nummer 1 zu sein und zu bleiben, bedeutet die Innovationsführerschaft weiter auszubauen und unsere Region wirtschaftlich zu stärken.

Regionales und gesellschaftliches Engagement sind fester Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Wir bauen bewusst Bindungen zu den Stakeholder:innen unserer Region auf, die sich durch Offenheit, Respekt und Wertschätzung auszeichnen und auf Vertrauen basieren. Unsere Kund:innen und Verbraucher:innen, unsere Geschäftspartner:innen und

Lieferant:innen, unsere Mitarbeiter:innen und Aktionär:innen der Ottakringer Getränke AG, NGOs, Medien, Wissenschaft und Forschung zählen zu unseren Stakeholder:innen. Auch mit Politik und Behörden stehen wir in engem Kontakt, unterstützen aber keine politischen Organisationen mit Geld- oder Warenspenden<sup>2</sup>.

In den Jahren 2020 und 2021 hat sich unser Team Covid-19-bedingt etwas verkleinert. Im Berichtsjahr zählte das Unternehmen 196 Vöslauer-Mitarbeiter:innen im Jahresdurchschnitt. 2021 arbeitete eine Mitarbeiterin bzw. ein Mitarbeiter im Durchschnitt rund elf Jahre bei uns. Die Fluktuationsrate liegt bei 10,68 % und ist damit in den letzten Jahren etwas angestiegen.

### 1.4 CORPORATE GOVERNANCE & NACHHALTIGKEIT<sup>3</sup>

Die Vöslauer Mineralwasser GmbH gehört zur börsennotierten österreichischen Familiengruppe Ottakringer Getränke AG mit dem Sitz in Wien. Seit 1. Juli 2018 besteht die Geschäftsführung aus Mag. Birgit Aichinger und DI Herbert Schlossnikl und es fand eine Umwandlung der Gesellschaftsform von einer AG in eine GmbH statt.

Die Mehrheitseigentümer:innen sind im Aufsichtsrat vertreten, die Kleinaktionär:innen werden mittels Quartalsbriefen

und im Rahmen der Hauptversammlung über den Geschäftsgang und die wesentlichen Ereignisse informiert.

Das Nachhaltigkeitsmanagement liegt im Verantwortungsbereich der Vöslauer-Geschäftsführung von Mag. Birgit Aichinger und DI Herbert Schlossnikl. Hinsichtlich Entscheidungen in Bezug auf ökonomische, ökologische und soziale Themen gibt es eine gemeinsame Verantwortung.

### 1.5 UNSERE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE & UNSER NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT<sup>4</sup>

Wir stehen für eine nachhaltige Geschäftspolitik und sind davon überzeugt, dass unser Nachhaltigkeitsmanagement und unsere Nachhaltigkeitsstrategie zu unseren kontinuierlich guten Geschäftsergebnissen beitragen. In unserem Unternehmen ist daher seit über 15 Jahren eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie etabliert und im Kerngeschäft verankert, die wir kontinuierlich weiterentwickeln.

Die Zuständigkeiten für Nachhaltigkeit im Unternehmen sind klar definiert: Für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele in den Geschäftsbereichen ist die Geschäftsführung verantwortlich. Sie wird dabei von Projektverantwortlichen unterstützt. Um unsere Nachhaltigkeitsschwerpunkte und -ziele zu schärfen, wurde eine Wesentlichkeitsanalyse unter Einbindung relevanter Stakeholdergruppen durchgeführt. Die Nachhaltig-

<sup>1</sup> GRI 102-40

<sup>2</sup> GRI 415-1

<sup>3</sup> GRI 102-5, GRI 102-18

<sup>4</sup> GRI 206-1, GRI 102-16

keitsfortschritte dokumentieren wir im regelmäßig erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht nach den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI). Der Fokus liegt auf ökologischen und sozialen Aspekten sowie Maßnahmen in den Handlungsfeldern: Mitarbeiter:innen, Region, Umwelt, Produkte sowie soziales und gesellschaftliches Engagement.

#### **WICHTIGE GRUNDLAGEN FÜR DIE ERSTELLUNG UNSERER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE BILDEN:**

- ≈ die Unternehmensstrategie, Mission, Vision, Werte und das Leitbild
- ≈ die Ergebnisse unserer Stakeholder:innen-Dialoge
- ≈ die Prinzipien des UN Global Compact
- ≈ die Sustainable Development Goals
- ≈ das Leitbild von respACT – austrian council for sustainable development
- ≈ Chancen und Risiken aus globalen Entwicklungen für unser Unternehmen
- ≈ Kooperationen, die uns in der Umsetzung unserer Ziele unterstützen sowie
- ≈ eine transparente Kommunikation mit unseren Mitarbeiter:innen und externen Stakeholder:innen

#### **NEUE KENNZAHL: CORPORATE VALUE SCORE**

Als Pionier werden wir uns ab dem Geschäftsjahr 2022 mit der Entwicklung einer Corporate Value Score-Kennzahl beschäftigen, die sowohl die materielle als auch die immaterielle Wertschöpfung des Unternehmens berücksichtigt. Die Entwicklung des Value Scores im Zeitverlauf wird Auskunft geben über die Wertentwicklung und aufzeigen, welche Werte wir künftig für unsere Stakeholder:innen schaffen können. Die Analyse der Detailkennzahlen unterstützt die laufende Strategieentwicklung und bietet Grundlagen sowohl für die Optimierung des Outputs, etwa durch neue oder veränderte Maßnahmen, als auch des Outcomes, z. B. durch verstärkte Ausrichtung auf Stakeholder-Gruppen mit übereinstimmenden Werten und Erwartungshaltungen. Wesentlicher Teil dabei sind auch die relevanten Nachhaltigkeitsthemen aus Sicht der Stakeholder:innen. Aus den Ergebnissen der zur Erstellung der neuen Kennzahl erforderlichen Interviews und Befragungen erwarten wir uns auch ein auf die Bedürfnisse der Stakeholder:innen abgestimmtes verbessertes Nachhaltigkeitsmanagement.

#### **DANK DEM NACHHALTIGKEITSTEAM**

An dieser Stelle bedanken wir uns sehr herzlich bei allen, die uns über die Jahre hinweg die Treue halten und uns bei

unserem Vorhaben unterstützen, zukunftsfähige, nachhaltige Impulse zu setzen. Wir sind auch dankbar für konstruktiv-kritische Anregungen unserer Kolleg:innen, Konsument:innen und generell unserer Stakeholder:innen. Der dadurch gewonnene Perspektivenwechsel unterstützt uns in der Weiterentwicklung unseres nachhaltigen Engagements.

#### **KERNTTEAM**

- ≈ Herbert Schlossnikl, Geschäftsführung
- ≈ Birgit Aichinger, Geschäftsführung
- ≈ Mirjam Ernst, Leitung Corporate PR & Nachhaltigkeit
- ≈ Brigitte Mc Auley, Assistentin Geschäftsführung, Abfallbeauftragte Stv.
- ≈ Alexandra Langeder, Michael Ackerbauer, HR-Services

#### **UMWELT- UND ENERGIEMANAGEMENT**

- ≈ Maria Flechl, Stv. Leitung Supply Chain Management, Umweltbeauftragte und Abfallbeauftragte
- ≈ Walter Goisser, Leitung Technik, Energiebeauftragter und Sicherheitsfachkraft
- ≈ Pia Bachschwöll, Assistenz Technik und Instandhaltung
- ≈ Selim Buran, Schichtführer Blasanlage (Produktion), Energieteam
- ≈ Christian Craiciu, Schichtführer (Produktion), Energieteam
- ≈ Jan Englert, KVP-Manager und Abfallbeauftragter
- ≈ Denic Frcic, Schichtführer, Energieteam
- ≈ Markus Kohl, Technik, Energieteam
- ≈ Daniela Kornberger, Leitung Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung
- ≈ Viktor Melnik, Technik, Energieteam
- ≈ Gernot Pichler, Leitung Produktion, Brandschutzbeauftragter
- ≈ Günter Seitz, Sirupmeister (Produktion), Energieteam
- ≈ Eva Wenk, Labor und Abfallbeauftragte

#### **CONTROLLING**

- ≈ Manfred Radakovics, Produktionscontrolling

**VÖSLAUER NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT -  
AUFBAU- UND ORGANISATIONSSTRUKTUR  
(SIEHE FOLGESEITE)**



**VÖSLAUER-NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT**

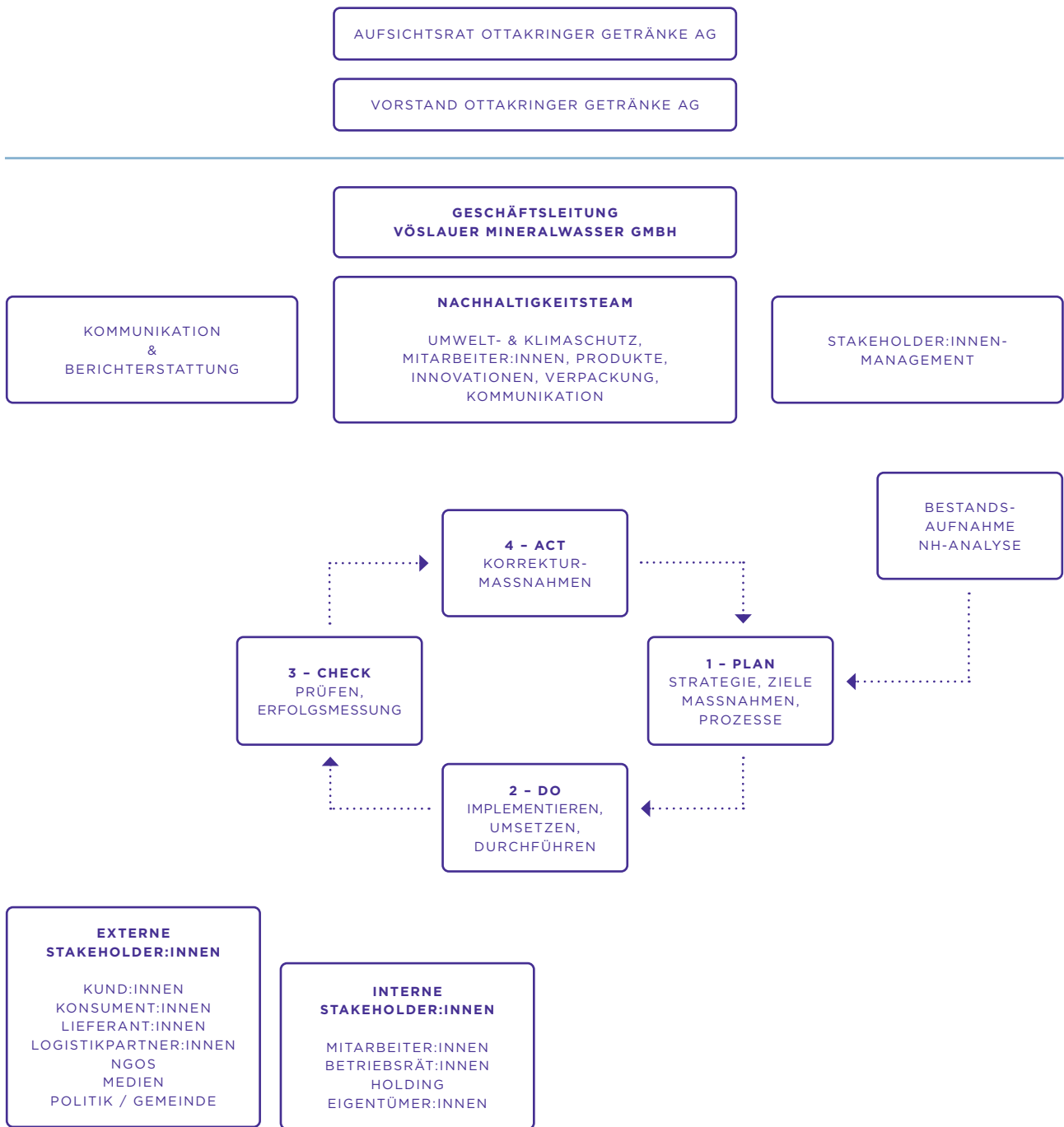


ABBILDUNG: UNSER NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT - AUFBAU- UND ORGANISATIONSSTRUKTUR



Ein Denken  
in Generationen.  
Für Menschen  
und Umwelt.

## 1.6 UNSERE VISION. UNSERE WERTE. UNSERE ZIELE

Die Quelle ist unser Ursprung. Wir schaffen Wohlbefinden und löschen den Durst der Zeit.

### **WIR SIND GERNE DIE NR. 1 UND DAS NACHHALTIG.**

Wir mögen Erfolg und streben nach immer neuen Zielen. Langfristig, strategisch und nachhaltig. Nur das garantiert auf Dauer den wirtschaftlichen Erfolg und sichert Arbeitsplätze. Wir handeln wie Unternehmer:innen und sind uns unserer Verantwortung bewusst. Besonders auch unserer Verantwortung gegenüber der Umwelt, dem Ressourcen- und Energieverbrauch sowie späteren Generationen.

### **WIR SIND VÖSLAUER:INNEN. BAD VÖSLAUER:INNEN.**

Die Quelle ist unser Ursprung. 660 m tief und 15.000 Jahre jung. Sie ist Tradition, Lebensader, Naturschatz und Grundlage aller Produkte und Konzepte. Sie ist unser Vorbild für sprudelnde Ideen und Ermahnung, sich täglich zu erneuern. Bad Vöslau ist unser Unternehmenssitz und ein wichtiger Teil unserer Geschichte. Hier tragen wir Verantwortung nicht nur für das wertvolle Wasser, sondern auch als wichtiger Arbeitgeber und mit dem Thermalbad als lebendiger Mittelpunkt des Ortes.

### **WIR WERDEN VON UNSEREN KUND:INNEN BEZAHLT.**

Und die haben hohe Ansprüche. Top-Qualität auf allen Ebenen ist Grundbedingung, kontinuierliche Verbesserung ein Muss. Darüber hinaus ist es unsere Aufgabe, sie zu begeistern, zu überraschen und ihnen jeden Tag viele gute Gründe zu geben, uns zu kaufen. Ein niedriger Preis darf es nie sein.

### **WIR SIND VERANTWORTLICH.**

Wir übernehmen Verantwortung für die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter:innen und Kund:innen. Eine entsprechende Lebensmittelsicherheitskultur gewährleistet einwandfreie und hochwertige Produkte. Unsere Ansprüche und Regeln gehen in vielen Bereichen über die gesetzlichen Vorschriften hinaus.

### **WIR VEREINEN FAMILIE & BERUF.**

Frauen wie Männer wollen Familie und Beruf bestmöglich vereinen. Gleiche Bedingungen für Männer und Frauen sind für uns eine Selbstverständlichkeit und wir setzen viele Maßnahmen, diese beiden Lebensbereiche in Einklang zu bringen.

Gleiche Bezahlung für gleiche Arbeitsleistung ist dabei für uns genauso selbstverständlich wie Väterkarenz.

### **WIR ARBEITEN ZUSAMMEN.**

Engstirniges Denken und „Dienst nach Vorschrift“ haben bei uns keinen Platz. Und ob jemand alt oder jung, homo oder hetero, weiblich oder männlich ist, spielt genauso wenig eine Rolle wie Vorurteile gegenüber Kolleg:innen mit Behinderungen, anderer Herkunft oder Religion. Wir legen Wert auf die Mitsprache und Beteiligung unserer Mitarbeiter:innen. Wir glauben an die Stärke von Teams, deren Mitglieder sich gegenseitig unterstützen, vertrauen, fordern und weiterentwickeln.

### **WIR REDEN KLARTEXT.**

Wir glauben an ehrliche und offene Kommunikation: intern wie extern. Wir setzen uns ehrgeizige operative Ziele: Wenn wir sie erreichen, freuen wir uns. Wenn nicht, suchen wir nach Verbesserungen. Wir akzeptieren Fehler, die auf der Suche nach Neuem einfach vorkommen. Hoffentlich nur einmal. Wir haben auch den Mut, auf Fehler hinzuweisen.

### **DU FÄNGST AN, ÜBER DIE ZEIT ZU SCHIMPFEN, WENN DEINE VORBEI IST. (KARL LAGERFELD)**

Unsere Zeit hat gerade erst begonnen. Veränderungen sind für uns selbstverständlich und Weiterentwicklung ein Muss. Wer bei uns oder für uns arbeitet, braucht Ehrgeiz, Neugier, Kreativität, Sorgfalt und Veränderungsbereitschaft. Und ein großes Herz.

„Vöslauer ist eine starke Marke mit beständigen Werten, die wir auch leben. Das verleiht wirtschaftliche Stabilität und hat sich besonders in Krisenzeiten bewährt.“

## 1.7 COMPLIANCE & UNTERNEHMENSETHIK

2020 und 2021 wurden keine Strafzahlungen bezüglich des Wettbewerbsrechts geleistet.<sup>1</sup> 2013 haben wir uns entschieden, ein Compliance-Management-System aufzubauen, das uns nach wie vor bei der Einhaltung aller Gesetze unterstützt. Als Mitglied des UN Global Compact bekennen wir uns auch zu höchsten Standards der Unternehmensethik. Wir tolerieren weder korruptes Verhalten innerhalb unseres Betriebes noch im Umgang mit unseren Geschäftspartner:innen.

Wir verfügen über ein Vier-Augen-Prinzip bei allen Rechnungen (bei höheren Beträgen bereichsübergreifend), klare Regeln im Bestellwesen (Einkaufshandbuch) sowie Richtlinien für den Umgang mit Geschenken und Einladungen für alle Mitarbeiter:innen. Verstöße oder Strafzahlungen bezüglich Korruption, Umweltrecht oder Produkte gab es 2020 und 2021 keine.<sup>2</sup> Durch den Einsatz von Legal Care (Com-

pliance Management Software Module) haben wir einen genauen Überblick über alle behördlichen und gesetzlichen Auflagen. Alle daraus resultierenden Auflagen werden in dieses System eingetragen und als „Aufgabe“ an die verantwortlichen Mitarbeiter:innen weitergeleitet. Durch die externe Rechtsberatung ConPlusUltra werden Gesetze und Verordnungen sowie rechtliche Änderungen in unser System eingespielt. Einmal im Quartal findet eine Abstimmung zwischen der Geschäftsführung und den Verantwortlichen zu „Rechten und Pflichten“ statt und einmal im Jahr halten wir einen Workshop zu den Neuerungen bei Gesetzen und Verordnungen ab. Des Weiteren führen wir alle fünf Jahre eine § 82b Gewerbeordnung-Überprüfung durch. Die Ottakringer Getränke AG verfügt zusätzlich noch über eine Vertragsarchiv-Software, mit der unsere Verträge verwaltet und geprüft werden. Diese Aufgabe wird von der Rechtsabteilung wahrgenommen.

## 1.8 EXTERNE INITIATIVEN & MITGLIEDSCHAFTEN IN VERBÄNDEN & INTERESSEGRUPPEN

Unser Dialog mit den gesellschaftlichen Gruppen – unseren Stakeholder:innen – ist ein entscheidendes Element unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir suchen und pflegen kontinuierlich den Meinungs austausch mit den relevanten Anspruchsgruppen in den für das Unternehmen wichtigen Initiativen und Verbänden.<sup>3</sup> Wir sind in politischen Arbeitsgruppen und in führenden Positionen in Wirtschaftsverbänden auf nationaler und europäischer Ebene aktiv.<sup>4</sup>

### MITGLIEDSCHAFTEN BEI EXTERNEN INITIATIVEN:

#### FORUM REZYKLAT

Wir sind Mitglied dieser Initiative aus Deutschland, die vom Rat für Nachhaltige Entwicklung als „Projekt Nachhaltigkeit 2019“ ausgezeichnet wurde. Ihr gehören Händler:innen, Konsumgüterhersteller:innen und Verpackungs- und Entsorgungsunternehmen an. Gemeinsam setzen sich die Mitglieder dafür ein, die Verbraucher:innen für das Thema Kreislaufwirtschaft und die Trennung von Wertstoffen zu sensibilisieren. Wesentliche Ziele sind die Reduzierung von Kunststoffabfällen, die

Erhöhung des Rezyklat-Anteils in Verpackungen und Produkten sowie die Verbesserung der Recyclingquote.  
[www.forum-rezyklat.de](http://www.forum-rezyklat.de)

#### KLIMAAKTIV PAKT2030

Wir waren Gründungsmitglied des klimaaktiv Pakts2020, der Klimaschutzinitiative des Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK). #mission2030 ist eine Ausweitung des klimaaktiv Pakts auf das Jahr 2030, und beitretende Unternehmen – unser Beitritt erfolgte im Jahr 2021 – verpflichten sich zur Reduktion der Treibhausgase. Damit einher geht das klare Bekenntnis der Paktpartner:innen, das nationale Klimaschutzziel nicht nur zu unterstützen, sondern zu übertreffen. Wir haben uns freiwillig das ambitionierte Ziel gesetzt, bis 2030 die CO<sub>2</sub>-Emissionen um weitere 28 % im Vergleich zu 2019 zu reduzieren. Die Fortschritte aller Paktpartner:innen werden jedes Jahr durch die österreichische Energieagentur und das Umweltbundesamt geprüft.  
[www.klimaaktiv.at](http://www.klimaaktiv.at)

<sup>1</sup> GRI 206-1, GRI 102-16

<sup>2</sup> GRI 205-3, GRI 307-1, GRI 416-2, GRI 417-2, GRI 417-3, GRI 419-1

<sup>3</sup> GRI 102-40, GRI 102-43

<sup>4</sup> GRI 102-12, GRI 102-13

#### **RESPACT (AUSTRIAN BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT)**

respACT steht für „responsible action“ und beschreibt das gesellschaftlich verantwortliche Handeln von Unternehmen. Dieses Handeln betrifft die Bereiche Führung und Gestaltung, Markt, Mitarbeiter:innen sowie Umwelt und Gesellschaft im unmittelbaren Handlungsumfeld des Unternehmens. respACT hat es sich zur Aufgabe gemacht, Mitgliedsunternehmen zu unterstützen, ökologische und soziale Ziele ökonomisch und eigenverantwortlich zu erreichen. Geschäftsführer DI Herbert Schlossnikl ist u.a. Vizepräsident bei respACT.

[www.respect.at](http://www.respect.at)

#### **UN GLOBAL COMPACT NETWORK**

Mit der Unterzeichnung des UN Global Compact im Jänner 2022 bekennen wir uns zu den zehn universellen Prinzipien und den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. Auch die 17 Ziele nachhaltiger Entwicklung (SDGs) spielen in der Nachhaltigkeitsstrategie eine wichtige Rolle. [www.globalcompact.at](http://www.globalcompact.at)

#### **WWF CLIMATE GROUP**

Gemeinsam mit der Umweltschutzorganisation WWF Österreich bauen wir unser Engagement noch weiter aus und haben dies im Jänner 2020 mit dem Beitritt zur WWF CLIMATE GROUP und einer Kooperationsvereinbarung schriftlich besiegelt. Die Zusammenarbeit mit dem WWF unterstützt die Anliegen des Unternehmens für mehr Umweltschutz und zur Förderung der Kreislaufwirtschaft. Mit dem Beitritt zur WWF CLIMATE GROUP sind wir Mitglied eines Unternehmensnetzwerks, das sich aktiv für wirksamen Klimaschutz einsetzt. <https://www.wwf.at/de/voeslauer-mineralwasser-gmbh/>

#### **MITGLIEDSCHAFT BEI VERBÄNDEN UND INTERESSEGRUPPEN:**

##### **ARGE NACHHALTIGKEITSAGENDA FÜR GETRÄNKEVERPACKUNGEN**

Die Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen wurde gegründet, um die Umsetzung der Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen zu unterstützen. Getragen wird die Arbeitsgemeinschaft von Unternehmen und Fachverbänden der vertretenen Branchen sowie der Wirtschaftskammer Österreich.

#### **COUNCIL FÜR NACHHALTIGE LOGISTIK (CNL)**

Der CNL stellt eine europaweit einzigartige Initiative dar: Knapp zwanzig österreichische Unternehmen aus den Bereichen Handel, Logistikdienstleister und Produktion setzen gemeinsame Schritte für eine nachhaltige Logistik. Emissionsfreie Antriebe, Transportverpackungen hinsichtlich Einsparpotenziale und Innovationen sowie das Thema Citylogistik sind die Hauptthemen, die die Mitglieder des Councils beschäftigen. Stefan Wolf, Geschäftsführer der Trinkservice GmbH VGV, vertritt die Familiengruppe im CNL.

#### **MINERALWASSERVERBAND / FORUM NATÜRLICHES MINERALWASSER**

Das Forum Natürliches Mineralwasser vereint 16 führende österreichische Mineralwassermarken. Als Kommunikationsplattform vertritt das Forum die Positionen der Mineralwasserabfüller und berücksichtigt die Besonderheiten der einzelnen Quellen. DI Herbert Schlossnikl ist Obmann des Mineralwasserverbandes und hat die Funktion des Sprechers des Forums inne.

#### **NATURAL MINERAL WATERS EUROPE (NMWE)**

Der NMWE setzt sich bei den EU-Institutionen und internationalen Organisationen für die einzigartigen Qualitäten von natürlichem Mineral- und Quellwasser ein. Der NMWE ist ein eingetragener internationaler Verband ohne Erwerbszweck mit einer Mitgliederbasis aus nationalen Handelsverbänden und Direktmitgliedern. Die NMWE vertritt rund 550 Hersteller von natürlichem Mineral- und Quellwasser in Europa. <https://www.watersommelier-union.com/efbw-becomes-natural-mineral-waters-europe/>

#### **ÖSTERREICHISCHER GETRÄNKEVERBAND**

Der Österreichische Getränkeverband befasst sich mit der Förderung der wirtschaftlichen Interessen der Getränkewirtschaft und der mit ihr verbundenen Zulieferindustrie.



# GREAT GREEN THINKING



Die Welt neu denken

01



**FRANK SCHÄTZING, WAS, WENN WIR EINFACH DIE WELT RETTEN? HANDELN IN DER KLIMAKRISE, KIEPENHEUER & WITSCH, 2021**  
Während der Pandemie wurde dem Klimaschutz vorübergehend unsere Aufmerksamkeit entzogen. Was nichts daran ändert, dass der Klimawandel die wohl größte Bedrohung unserer Geschichte darstellt. Zeit, so der Autor, zurück ins Handeln zu finden. Die Leser:innen lernen die Protagonisten und Antagonisten kennen, Verantwortliche aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, begegnen Aktivisten, Leugnern und Verschwörungstheoretikern, bevor der Autor Wege aufzeigt, wie wir der Klimafalle entkommen können.

02



**SARA SCHURMANN, KLARTEXT KLIMA!, ZUSAMMENHÄNGE VERSTEHEN, LOSLEGEN UND EFFEKTIV HANDELN, BRANDSTÄTTER VERLAG, 2022**

Das Buch hat den Anspruch aufzurütteln und zu motivieren. Es versucht unsere Situation zu erklären und zu analysieren, warum bisher nicht ausreichend gehandelt wurde. Außerdem will es aufzeigen, welche Lösungen realistisch und wirkungsvoll sind und Ideen liefern, wie sich jeder Einzelne von uns effektiv für einen echten Wandel einsetzen kann. Denn – so die Autorin: Wer die Zusammenhänge versteht, wird handeln.



03

**CHRISTIANA FIGUERES, TOM RIVETT-CARNAC, DIE ZUKUNFT IN UNSERER HAND. WIE WIR DIE KLIMAKRISE ÜBERLEBEN, C.H. BECK, 2021**

Christiana Figueres und Tom Rivett-Carnac, die beiden Architekten des Pariser Klimaabkommens, beantworten in diesem Buch die wichtigste Frage unserer Zeit: Was können wir tun, um den Klimawandel zu begrenzen? Konkret schlagen sie zehn Maßnahmen vor, die jede:r von uns sofort ergreifen kann, um eine Zukunft für alle Bewohner:innen des Planeten Erde zu schaffen. Wir brauchen dringend Veränderungen in dem Tempo, das die Wissenschaft verlangt, und in einer Weise, die mit Demokratie vereinbar ist. Klimapolitik muss alltagstauglich werden.

# WOFÜR WIR UNS EINSETZEN:



NACHHALTIGE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

**KLIMA- & UMWELTSCHUTZ**

URSPRUNGSQUELLE & THERMALBAD

VERANTWORTUNG & WIRTSCHAFT

MARKEN- & NACHHALTIGKEITSBOTSCHAFTER:INNEN

GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN

SOZIALES & GESELLSCHAFT

KAPITEL 2

02

# KLIMA- & UMWELTSCHUTZ

	AKTUELLE ZIELE	FORTSCHRITT
ZIEL 1	<p><b>Reduktion der gesamten CO<sub>2</sub>-Emissionen um weitere 28 % (in Tonnen)</b></p> <p><i>Das übergeordnete Ziel ist die Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen um weitere 28 % gegenüber 2019 (26.544 t/CO<sub>2</sub>). Im Vergleich: Der gesamte CO<sub>2</sub>-Ausstoß unserer Getränke lag im Jahr 2021 in Summe bei 19.987 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente.</i></p> <p><i>Wir haben uns den sogenannten Science Based Targets (SBTs) verpflichtet und entwickelten in Kooperation mit dem WWF ein wissenschaftsbasiertes Klimaschutzziel (SBT). Dieses wird durch die Science Based Target-Initiative einer unabhängigen Überprüfung und Genehmigung unterzogen (siehe Kapitel 2).</i></p>	<p>Durch zahlreiche Maßnahmen im Zeitraum von 2005 bis 2018 konnten wir die CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Flasche um mehr als die Hälfte verringern.</p> <p>So wurde etwa der CO<sub>2</sub>-Rucksack der Vöslauer-Produkte von 197 Gramm auf 66 Gramm pro abgefüllte Flasche reduziert. Unser Ziel, bis 2025 unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß je abgefüllter Flasche auf 70 Gramm zu reduzieren, wurde damit bereits erreicht.</p> <p>Seit Anfang 2020 sind wir ein CO<sub>2</sub>-neutraler Betrieb nach Scope 3: Das bedeutet, dass verglichen mit 2005 bereits mehr als 50 % der CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Flasche aus eigener Kraft reduziert und 50 % kompensiert wurden.</p> <p>Gemeinsam mit der Umweltschutzorganisation WWF Österreich bauen wir unser Engagement noch weiter aus und haben dies mit dem Beitritt zur WWF CLIMATE GROUP im Jänner 2020 und einer Kooperationsvereinbarung schriftlich besiegelt.</p>
ZIEL 2	<p><b>Reduktion des Materialeinsatzes um weitere 10 %</b></p> <p><i>Die Reduktion des Materialeinsatzes um weitere 10 % im Vergleich zu 2019 soll durch den Einsatz neuer Technologien, den Ausbau des Mehrwegsartiments und zielgerichtete Zusammenarbeit mit Zulieferer:innen erreicht werden (siehe Kapitel 5).</i></p>	<p>Die Reduktion erfolgt mittels Erhöhung des Mehrweganteils, wie beispielsweise durch die bereits erfolgte Einführung der 0,5 Liter Glas-Mehrwegflasche (siehe Ziel 3).</p> <p>Seit 2014 wird das Material gebrauchter Flaschenverschlüsse in Getränkeboxen eingearbeitet. Dabei wird Verschlussmahlgut granuliert und dem HDPE-Neumaterial oder weiterem Regranulat beigemischt.</p> <p>Die 8 x 1 Liter Splitkiste besteht zu 10 bis 20 % aus Recycling-Material. Bei den violetten Kisten besteht die 8 x 0,5 Liter Kiste aus 100 % Recycling-Material.</p>
ZIEL 3	<p><b>Signifikante Erhöhung des Mehrweganteils auf 40 %, Stärkung der Kreislaufwirtschaft und Minimierung von Littering durch Mehrweg-Produkte</b></p> <p><i>Wir waren und sind Vorreiter bei Mehrweg. Im aktuellen Berichtsjahr beläuft sich der Mehrweganteil auf rund 11 % und für das Jahr 2022 rechnen wir mit einer Steigerung auf etwa 20 %. Weil Mehrweg für uns eine echte Herzensangelegenheit ist und wir es als Teil unserer Verantwortung sehen, ressourcenschonende Produkte zu entwickeln, haben wir uns vorgenommen, unseren Mehrweganteil bis 2030 auf 40 % gegenüber 2022 zu verdoppeln (siehe Kapitel 2.3).</i></p>	<p>Bis 2030 soll der Mehrweganteil weiter ausgebaut werden, um weiteres Material einzusparen und die Kreislaufwirtschaft zu stärken.</p> <p>Dazu investierten wir u.a. in die aktuell einzige PET-Mehrweganlage Österreichs inklusive Gebinde.</p>
ZIEL 4	<p><b>Alle Materialien bestehen zu 100 % aus Recyclingmaterial</b></p> <p><i>Bis 2025 bestehen die PET-Flaschen unserer eigenen Marken zu 100 % aus rePET und unsere Folien und Etiketten aus 100 % Recycling-Material.</i></p> <p><i>Jede Getränkebox oder Glas-Mehrwegflasche, die wir ausscheiden, soll zu 100 % in einen Recycling-Kreislauf kommen.</i></p>	<p>2018 gelang es uns als erstem Unternehmen in Österreich eine PET-Flasche aus 100 % rePET herzustellen.</p> <p>Mehr als die Hälfte unserer PET-Flaschen wurden 2019 auf 100 % rePET umgestellt. Der durchschnittliche Recyclinganteil bei allen Vöslauer-Gebinden betrug 72 %. 2019 wurden alle Produkte am deutschen Markt auf 100 % rePET umgestellt: 100 % Vöslauer aus 100 % rePET-Flaschen. Unsere rePET-Gebinde in Deutschland kommen, verglichen mit anderen Flaschen aus Rezyklat, mit bis zu einem Viertel weniger Material aus.</p>

	AKTUELLE ZIELE	FORTSCHRITT
ZIEL 4	<p><i>Alle Verpackungsmaterialien, von Kisten, über Flaschen, Folien und Etiketten, sollen aus 100 % Recyclingmaterial bestehen oder aus biogenem Material stammen. Wie auch alle anderen Materialien, die wir verarbeiten und einsetzen (siehe Kapitel 2.4).</i></p>	<p>Seit Anfang 2020 bestehen 100 % der Vöslauer-Flaschen aus 100 % rePET.</p> <p>Seit Jahresbeginn 2021 tragen alle Flaschen des Glas-Mehrwegsortiments im Handel und in der Gastronomie Etiketten aus Recyclingmaterial (100 % recycelten Fasern aus Prä-Verbraucherabfällen und Produktionsabfällen aus der Papierherstellung), sowohl am österreichischen als auch am deutschen Markt.</p> <p>Auch die Folien konnten wir auf 50 % Postconsumer-Material umstellen und diese sind mittlerweile auf dem gesamten Sortiment der 1,5 Liter 100 % rePET-Flaschen zu finden.</p> <p>Im Frühjahr 2021 präsentierten wir eine Innovation im Verpackungsbereich: den Bleibt-Dran-Verschluss (Tethered Cap) für die 4 x 1 Liter Gebinde (siehe Kap. 2.3).</p>
ZIEL 5	<p><i>Markteinführung einer PET-Mehrwegflasche</i></p> <p><i>Anfang 2022 bringen wir die erste moderne PET-Mehrwegflasche auf den Markt (siehe Kapitel 2.3).</i></p>	<p>2003 wurde die erste und einzige PET-Zweiweg-Pfandflasche eingeführt, die zu rund 97 % wieder zu uns ins Unternehmen zurückkam. Die Flaschen wurden geschreddert und es wurden daraus wieder neue 100 % rePET-Zweiweg-Flaschen erzeugt. 2022 wird diese Pfandflasche durch die neue PET-Mehrwegflasche ersetzt.</p> <p>Wir haben insgesamt 7 Millionen Euro in Anlagen und Gebinde für PET-Mehrweg investiert.</p> <p>Mit dem Umstieg auf PET-Mehrweg werden wir künftig rund 400 Tonnen – das sind rund 80 % – pro Jahr an Material einsparen, das sind rund 420 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente.</p>
ZIEL 6	<p><b>Ziel 6:</b> <i>Erhöhung des Glas-Mehrweganteils im Handel um mehr als 10 %</i></p> <p><i>Wir testen intensiv alternative Verpackungslösungen und setzen auch in Zukunft stark auf innovative Glas-Mehrweg-Produkte (siehe Kapitel 2.3).</i></p>	<p>Als erstes uns bisher einziges Mineralwasserunternehmen in Österreich haben wir 2019 eine 0,5 Liter Glas-Mehrwegflasche für den Handel auf den Markt gebracht.</p> <p>Um unsere Ambition gepaart mit unserer Marktstellung zu unterstreichen, haben wir 2019 rund 9 Millionen Euro in die neue Glasanlage mit dem Fokus auf Glas-Mehrweg investiert. Mit der neuen Abfüllanlage erhöhte sich die Abfüllkapazität um rund 40 % im Vergleich zur Alt-Anlage.</p> <p>Mit einem Anteil von 31 % sind wir führend bei Glas-Mehrweg im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel.<sup>1</sup></p> <p>Alle Glas-Mehrwegflaschen tragen Etiketten aus Recyclingmaterial und das Österreichische Umweltzeichen.</p>

<sup>1</sup> Quelle: NielsenIQ, LEH exkl. H/L, Mineralwasser exkl. NW, Pfand + Glas MW, Umsatz, MAT KW 20 2022

	AKTUELLE ZIELE	FORTSCHRITT
ZIEL 7	<p><i>Jeder Transport-Kilometer soll um 20 % weniger CO<sub>2</sub> verursachen</i></p> <p><i>Auch in den Bereichen Transport und Mobilität werden wir zielstrebig weitere CO<sub>2</sub>-Einsparungen verfolgen und setzen dabei auf alternative Antriebsformen (Schiene, Wasserstoff, E-Mobilität). Bis 2030 soll jeder durchschnittliche Transport-Kilometer um 20 % weniger CO<sub>2</sub> verursachen als im Vergleichsjahr 2019 (siehe Kapitel 2.8).</i></p>	<p>2020 fiel der Startschuss für den Bau des neuen Hochregallagers. Durch die Bündelung der Produktionsprozesse in der Quellenstraße werden rund 7.500 LKW-Transporte pro Jahr (davon allein 6.000 in Bad Vöslau) eingespart, das bedeutet auch deutlich weniger LKW-Verkehr im Ortskern von Bad Vöslau.</p> <p>Wir engagieren uns aktiv im „Council für nachhaltige Logistik“ (CNL), um hier mitzugestalten, Know-how aufzubauen und damit kontinuierlich im Sinne unseres Ziels gemeinsam mit unseren Logistikpartner:innen die entsprechenden Schritte setzen zu können.</p>
ZIEL 8	<p><i>Umstellen der Dienstwagenflotte auf 100 % E-Mobilität bis 2028</i></p> <p><i>Durch eine unternehmenseigene Dienstwagenregelung fördern wir gezielt den Einsatz von Elektrofahrzeugen (siehe Kapitel 2.8).</i></p>	<p>2021 besteht unsere Dienstwagenflotte zu 14 % aus E-Autos.</p> <p>Zehn weitere E-Autos wurden bestellt.</p> <p>Zusätzlich fördern wir die Verwendung öffentlicher Verkehrsmittel und reduzieren konsequent Dienstreisen.</p> <p>Mit der Förderung des KlimaTickets schaffen wir Bewusstsein für die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel.</p>
ZIEL 9	<p><i>Steigerung des Schienenanteils auf 30 %</i></p> <p><i>Eine Herausforderung bei der Bahn-Logistik ist es, die Spitzen im Rahmen der Vorlaufzeiten des Handels abzudecken. Dennoch halten wir auch in Zukunft an unserem Ziel fest, 30 % Schienenanteil zu erreichen (siehe Kapitel 2.8).</i></p>	<p>2019 lag der Anteil bei 21,8 % für Österreich und Deutschland. Wird Österreich allein betrachtet, dann liegt der Schienenanteil bei 25,4 %.</p> <p>Aufgrund der verstärkten Auslieferung nach Deutschland wurde die Systemgrenze erweitert und umfasst ab dem Jahr 2019 auch Lieferungen nach Deutschland – der Schienenanteil (inklusive Deutschland) betrug 2021 20,2 %.</p>
ZIEL 10	<p><i>Ausbau der erneuerbaren Energie, um 10 % des jährlichen Bedarfs decken zu können</i></p> <p><i>Wir arbeiten intensiv daran, nachhaltigen und sauberen Strom von regenerativen Quellen zu beziehen, anstatt auf fossile Rohstoffe zu setzen.</i></p> <p><i>Bis 2030 soll 80 % des Erdgases durch erneuerbare Energie ersetzt werden (siehe Kapitel 2.7).</i></p>	<p>Wir bauen unsere Photovoltaikanlagen aus und können damit ab 2023 rund 10 % unseres jährlichen Stromverbrauches decken.</p> <p>Wir fühlen uns der Region und den Menschen, die hier leben, eng verbunden, daraus entstand die Idee, ein Bürgerbeteiligungsmodell für eine weitere Photovoltaikanlage ins Leben zu rufen und die eigenen Dachflächen dafür zur Verfügung zu stellen. Insgesamt wird es drei Photovoltaikanlagen geben – zwei am Dach der Produktion und eine am Dach des neuen Hochregallagers.</p> <p>100 % unseres Strombedarfs decken wir heute schon mit Ökostrom.</p> <p>Zum Abtausch von 80 % des Erdgasverbrauches beschäftigen wir uns mit einer Hackschnitzelanlage und verhandeln mit der EVN betreffend Fernwärme.</p>



Jeder Tropfen zählt.  
Aktiver Klimaschutz  
entlang der gesamten  
Wertschöpfungskette.

## 2.1 ENGAGEMENT FÜR KLIMASCHUTZ

Wir engagieren uns für Klimaschutz auf mehreren Ebenen und scheuen nicht davor zurück, in der Öffentlichkeit für unsere Überzeugungen in puncto Nachhaltigkeit und Klimaschutz Position zu beziehen: Im Juni 2020 unterzeichneten wir das Klimavolksbegehren und riefen gemeinsam mit anderen Unternehmen in einem offenen Brief zur Unterstützung

des Volksbegehrens auf. Als eines von 84 österreichischen Unternehmen unterstützten wir 2020 auch den Appell „Zukunftsfähigkeit“ – eine Initiative von respACT in Zusammenarbeit mit dem Global Compact Netzwerk Österreich –, dessen fünf Forderungen auf eine nachhaltige Entwicklung und Förderung der Wirtschaft abzielen. Einerseits, um

SCOPE 1: FOSSILE ENERGIETRÄGER

SCOPE 2: STROM (UZ46 ZERTIFIZIERT)

SCOPE 3: VERPACKUNG, ANTEIL GAS UND STROM, INHALTSSTOFFE USW.

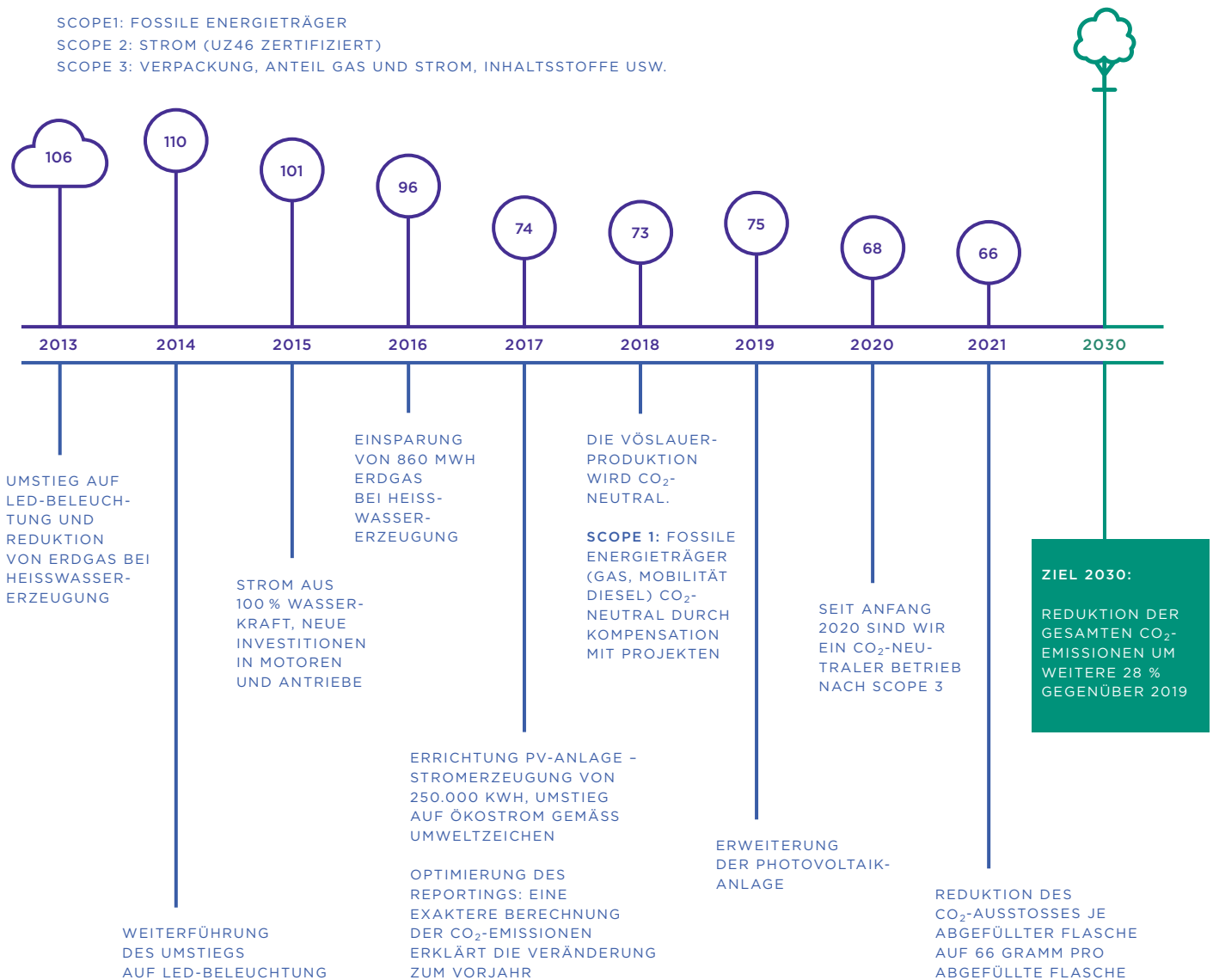


ABBILDUNG: CO<sub>2</sub>-FUSSABDRUCK DER PRODUKTE (GRAMM CO<sub>2</sub>-ÄQUIVALENTE JE ABGEFÜLLTER FLASCHE INKL. LOHN- UND LIZENZABFÜLLUNG)



negative Auswirkungen auf soziale Gerechtigkeit und damit auf die Gesellschaft im gleichen Ausmaß zu minimieren, wie der Schutz unserer Gesundheit hochgehalten werden muss. Andererseits, um die Zielsetzungen, wie sie im Paris Agreement, der Agenda 2030 und dem EU Green Deal festgehalten wurden, umzusetzen.

Weiters haben wir mit 245 österreichischen Unternehmen im Mai 2021 einen Appell für einen österreichischen Green Deal veröffentlicht. Auf Initiative der Umweltschutzorganisationen WWF Österreich und GLOBAL 2000 fordern die Unternehmen von der Regierung den Weg aus der Coronakrise auf allen Ebenen klima- und naturverträglich zu gestalten, damit Österreich langfristig krisensicher ist.

Im Frühjahr 2022 haben wir neben Glas-Mehrweg zusätzlich eine PET-Mehrwegflasche auf den Markt gebracht, welche den bisher geringsten CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unter allen Gebinden aufweist. Damit sind wir erneut Vorreiter und das bisher einzige Unternehmen in Österreich, das ein Produkt dieser Art anbietet. Zusätzlich unterstützten wir mit diesen Lösungen auch die EU-Ziele im Sinne der Single Use Plastics Directive, mit der die EU einen neuen Rechtsrahmen für Kunststoffprodukte vorgibt, und damit eine optimierte Kreislaufwirtschaft.

Seit 2020 arbeiten wir CO<sub>2</sub>-neutral, das bedeutet, der Ausstoß an Treibhausgasen wurde so weit wie möglich aus eigener Kraft reduziert und die verbleibenden Emissionen durch die Unterstützung ausgewählter Klimaschutzprojekte kompensiert.

#### KLIMASCHUTZPROJEKTE IM ÜBERBLICK

Das Projekt „Sichere Wasserversorgung in lokalen Gemeinschaften in Ruanda“, „Borehole Project, Rwanda“, nach Gold Standard® zertifiziert, restauriert, repariert und hält bestehende Bohrlöcher in Stand, um ruandische Gemeinden mit sauberem Trinkwasser zu versorgen.

Das Projekt „Cemel Hydro Bundle“, ebenfalls nach Gold Standard® zertifiziert, nutzt den natürlichen Höhenunterschied und erzeugt ohne Staudämme Strom aus Wasserkraft mit geringstmöglichen Eingriffen in die natürliche Umgebung.

Das Projekt „Musi River Hydro“, „Musi Laufwasserkraft, Indonesien“, nach VCS (Verified Carbon Standard) und Social Carbon® zertifiziert, nutzt einen natürlichen Höhenunterschied und erzeugt ohne Staudamm für die Insel Sumatra Strom aus Wasserkraft mit geringstmöglichen Eingriffen in die natürliche Umgebung. *(Details zu den Klimaschutz-Zertifikaten: <https://www.zukunftswerk.org/co2-50707.html>)*

#### CO<sub>2</sub>-FUSSABDRUCK DER VÖSLAUER MINERALWASSER GMBH

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
INHALTSSTOFFE	27,0	29,3	25,7	22,7	21,9	20,5	19,4	14,2	13,5
GEBINDE	60,2	62,7	57,4	54,7	36,4	35,9	35,7	33,3	33,6
STROM & GAS	4,1	3,8	4,5	4,7	4,8	4,7	4,7	5,1	4,7
MOBILITÄT & BÜRO	1,2	1,1	0,8	0,9	0,7	1,0	0,9	0,8	0,8
CHEMIKALIEN & KÜHLMITTEL	3,7	4,0	3,6	3,4	0,9	0,9	0,9	1,0	0,9
AUSLIEFERUNG	9,2	9,3	9,1	9,7	9,3	10,1	13,7	13,9	12,1
<b>SUMME</b>	<b>106</b>	<b>110</b>	<b>101</b>	<b>96</b>	<b>74</b>	<b>73</b>	<b>75</b>	<b>68</b>	<b>66</b>

ABBILDUNG: CO<sub>2</sub>-FUSSABDRUCK DER VÖSLAUER MINERALWASSER GMBH  
(GRAMM CO<sub>2</sub>-ÄQUIVALENTE JE ABGEFÜLLTER FLASCHE INKL. LOHN- UND LIZENZABFÜLLUNG)

## 2.2 KLIMASCHUTZ ENTLANG DER GESAMTEN WERTSCHÖPFUNGSKETTE

„Generell ist unser wichtigstes Nachhaltigkeitsziel, so viele CO<sub>2</sub>-Emissionen wie möglich aus eigener Kraft zu reduzieren, weniger zu kompensieren und unsere CO<sub>2</sub>-Neutralität zu erhalten.“

Jeder unserer Produktionsschritte hinterlässt einen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck<sup>1</sup>, den sogenannten Carbon Footprint. Der gesamte CO<sub>2</sub>-Verbrauch je Flasche errechnet sich aus den verschiedenen Teilbereichen, wie Inhaltsstoffe, Verpackung, Transport, Kühlmittel sowie Strom- und Energieverbrauch bei der Produktion. Der größte Teil des CO<sub>2</sub>-Aufkommens unserer Getränke liegt außerhalb der eigenen Werkstore, insbesondere die Verpackung stellt einen wesentlichen Faktor bei der Entstehung von CO<sub>2</sub>-Emissionen dar. Durch die Erhöhung des rePET-Anteils und Gewichtseinsparungen konnte der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck sukzessive verringert werden. Auch ein konstanter Schienenanteil bei der Auslieferung trug dazu bei, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß auf niedrigem Niveau zu halten. Insgesamt gelang es uns im langjährigen Vergleich in fast jedem Teilbereich unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz zu verringern.

Für unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck haben wir in den Jahren 2020 und 2021 keine Anpassungen in der Berechnung vorgenommen. Lediglich wurden die Umrechnungsfaktoren aktualisiert. Unser Ziel für 2020 war eine Senkung auf 93,9 Gramm CO<sub>2</sub> je abgefüllter Flasche. Im Berichtsjahr 2021 liegt unser Fußabdruck mit 66 Gramm CO<sub>2</sub> je abgefüllter Flasche deutlich unter dem gesetzten Zielwert.<sup>2</sup>

Um unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz weiter zu verbessern, wurden auch 2020 und 2021 weitere Maßnahmen umgesetzt. So konnten wir z. B. durch Wärmerückgewinnung, die Umstellung auf Kältemittel mit einem günstigeren GWP-Wert oder durch die Nutzung alternativer Heizsysteme mit erneuerbaren Brennstoffen den Stromverbrauch und somit unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck reduzieren.<sup>3</sup> Bereits 2018 wurden die verbliebenen

Emissionen aus der Produktion CO<sub>2</sub>-neutral gesetzt, indem wir Klimaschutzprojekte unterstützten und damit die verbliebenen CO<sub>2</sub>-Emissionen kompensierten.

Betrachtet man den gesamten CO<sub>2</sub>-Ausstoß unserer Getränke, so betrug dieser 2021 in Summe 19.987 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente. Dieser Wert berücksichtigt die gesamte Wertschöpfungskette (Scope 1, 2 und 3). 2020 machten die Gesamtemissionen unserer Produkte von den Materialien bis zur Auslieferung rund 19.140 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente aus. Diese Steigerung von 2020 auf 2021 resultiert neben der Covid-19-Pandemie aus den verringerten Transportmöglichkeiten im Güterverkehr.

Um das gesamte Unternehmen abzubilden, haben wir erstmals den CO<sub>2</sub>-Ausstoß des Thermalbades als 100 %-Tochter mitberücksichtigt. Das Thermalbad weist einen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von 82 Tonnen für das Jahr 2021 aus. Diese beachtliche Reduktion gegenüber dem Jahr 2019 ist insbesondere auf den Umstieg auf Ökostrom UZ 46 – zertifiziert mit dem Österreichischen Umweltzeichen – zurückzuführen.

Ziel ist es, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unserer Produkte weiter zu reduzieren. Dafür haben wir zahlreiche Maßnahmen im Bereich Energieeffizienz unserer Produktion geplant. Mehr dazu ist im Nachhaltigkeitsprogramm im Anhang des vorliegenden Berichts festgehalten. Mit besonderem Ehrgeiz wollen wir auch künftig unsere Ziele im Bereich Verpackung verfolgen: Der geplante Umstieg auf 100 % Recycling-Material für alle Verpackungsmaterialien wird eine deutliche Verringerung unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks bewirken.

<sup>1</sup> Für die Vöslauer-Footprint-Berechnung wurden sämtliche Treibhausgasemissionen berücksichtigt, das heißt nicht nur jene, die vom „Greenhouse Gas Protocol“ verlangt sind, sondern auch jene, die unter „optional“ gelistet werden.

<sup>2</sup> GRI 305-5, GRI 305-4

<sup>3</sup> GRI 305-5

## 2.3 EINWEG, ZWEIWEG & MEHRWEG

Seit Jahren arbeiten wir erfolgreich an einem schonenden und umweltfreundlichen Umgang mit Ressourcen. Parallel wurde intensiv in die Entwicklung nachhaltiger Verpackungslösungen aus PET investiert – durch Materialreduktion, den Einsatz von 100 % Rezyklat und ein eigenes Zweiweg-System mit Pfand. Unser Anliegen ist es, für alle Bedürfnisse und Lebensgewohnheiten unserer Konsument:innen die richtigen Produkte anzubieten; dabei beobachten wir, dass gesunde Ernährung und nachhaltige Verpackungen immer mehr an Bedeutung gewinnen. So optimieren wir alle Systeme von der Herstellung bis zur Entsorgung – gleich ob es sich um PET-Einweg, PET-Zweiweg oder Glas-Mehrweg handelt.

### PET-EINWEG

Die Entsorgung der PET-Einwegflasche erfolgt über die Kunststoffsammlung. Das gesammelte Material wird zu rePET verarbeitet, so werden aus unseren Flaschen wieder Flaschen. Wir sind zu 20 % an der PET to PET Recycling Österreich GmbH beteiligt. Damit tragen wir wesentlich dazu bei, dass hochwertiges PET-Recycling-Material am österreichischen Markt erhältlich ist. Für 2021 meldete das Unternehmen mehr als 27.300 Tonnen PET-Material, die den Recycling-Kreislauf durchliefen, das entspricht einer Menge von 1,1 Milliarden PET-Flaschen, aus denen wertvoller Sekundärrohstoff für die Herstellung neuer PET-Gebinde gewonnen wurde.<sup>4</sup>

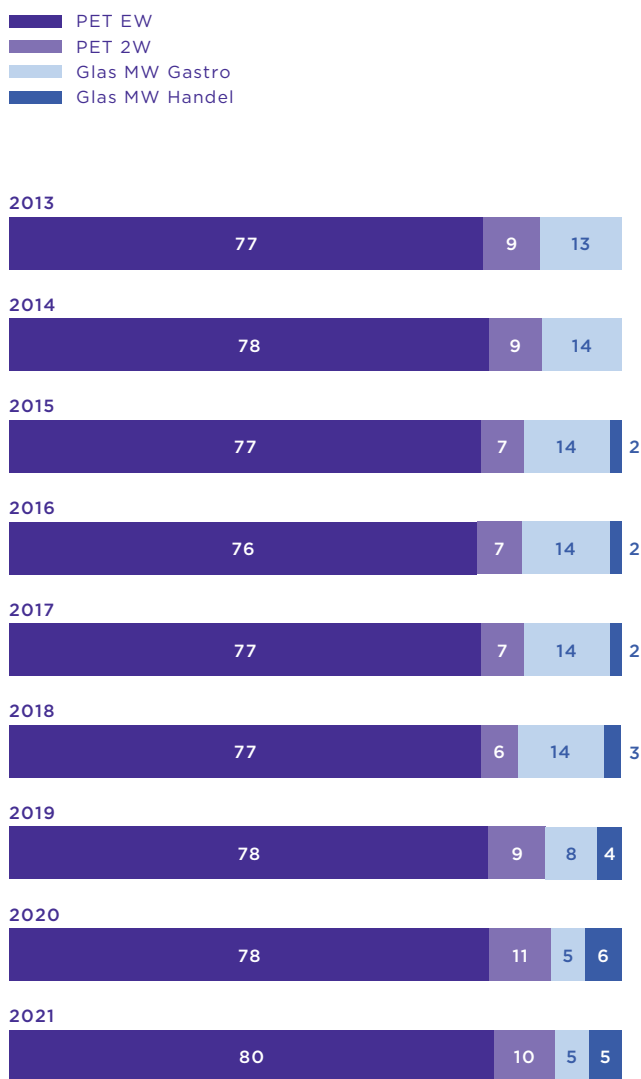
### PET-ZWEIWEG

Die Zweiwegflasche oder PET-Pfandflasche wird von den Konsument:innen nach dem Gebrauch wieder in den Handel zurückgebracht. Von dort kommt sie wieder zu uns zurück und anschließend zur PET to PET Recycling Österreich GmbH. Die Rücklaufquote ist sehr hoch und beträgt etwa 97 %. Der Vorteil des Vöslauer-Zweiweg-Systems: Das sortenreine Material wird zur Gänze dem Recycling zugeführt. Im Frühjahr 2022 wurde die PET-Zweiweg-Pfandflasche durch die neue PET-Mehrwegflasche ersetzt.

### AUSWEITUNG DES GLAS-MEHRWEGSORTIMENTS – 0,5 LITER GLASFLASCHE

Seit 2014 gibt es Vöslauer Mineralwasser in Glas-Mehrwegflaschen auch für den Handel. Der Anteil von Glas-Mehrwegprodukten an der Gesamtabfüllung für Handel und

Gastronomie lag im Jahr 2021 bei rund 11 %. Insgesamt ist der Glas-Mehrweganteil in den letzten Jahren stetig gestiegen; nur in der Gastronomie verzeichneten wir seit 2019 aufgrund des Einsatzes von PET-Einweg in der Systemgastronomie und vor allem auch pandemiebedingt einen Rückgang des Glas-Mehrweganteils.



<sup>4</sup> GRI 203-2

ABBILDUNG: ANTEIL EINWEG – ZWEIWEG – MEHRWEG (IN PROZENT) BEZOGEN AUF PRODUKTE DER VÖSLAUER MINERALWASSER GMBH (AUFGRUND DER RUNDUNGEN KÖNNEN DIE SUMMEN DER PROZENTWERTE VON 100 ABWEICHEN).

Um das Sortiment der Glas-Mehrwegprodukte weiter auszubauen, investierten wir neun Millionen Euro in eine neue Glasproduktion und eröffnete im Juni 2019 Teil 1 der neuen Glasproduktionsanlage in Bad Vöslau, im Folgejahr wurde die Anlage vervollständigt. Mit der neuen Abfüllanlage gibt es erstmals eine Alternative zu rePET, nämlich 0,5 Liter Glasflaschen für den Handel, die mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet sind. Transportiert werden die nachhaltigen Flaschen in der neuen 8 x 0,5 Liter Kiste, die zu 100 % aus Recycling-Material hergestellt wird. Aktuell sind wir mit 31 % österreichischer Marktführer im Glas-Mehrwegsortiment und mit 50 % Marktführer bei Pfandprodukten.<sup>1</sup>

Auch in Zukunft soll der Glas-Mehrweg-Anteil auch im Handel weiter ausgebaut werden. Ziel der neuen Anlage ist die Sicherung der bestehenden Glas-Produktionsmengen und das Ausschöpfen der künftigen Potenziale im Glas-Segment. Die Abfüllkapazität erhöhte sich um rund 40 % im Vergleich zur Alt-Anlage. Pro Stunde können 30.000 Flaschen befüllt werden. Im Jahr 2021 wurden rund 275.500 Hektoliter in Glasflaschen abgefüllt. Die Vöslauer Glasflaschen werden nach ihrer gründlichen Reinigung wieder neu befüllt und ausgegeben. Unsere Qualitätsansprüche technischer und optischer Natur lassen durchschnittlich 15 Umläufe unserer Glasflaschen zu. Damit sind wir ökologisch und ressourcenschonend betrachtet in einem zufriedenstellenden Bereich, ist die Anforderung des Umweltzeichens doch mit >12 Umläufen festgelegt und das mit gutem Grund. Die grüne Vöslauer Glasflasche hat einen Scherben-Anteil von 68 % und in der zartblauen Glasflasche beläuft sich dieser auf 24 %.

#### **MODERNE PET-MEHRWEGFLASCHE ALS BEITRAG ZUR KREISLAUFWIRTSCHAFT & ABFALLVERMEIDUNG**

Die neue PET-Mehrweglösung ersetzt mit Frühjahr 2022 gänzlich die 9 x 1 Liter – rePET Zweiweg-Pfandflasche. Damit bringen wir als bisher einziges Unternehmen in Österreich wieder eine PET-Mehrwegflasche auf den Markt und zeigen uns damit erneut als Vorreiter und Pionier. Der rePET-Anteil der PET-Mehrwegflasche wird sich zu Beginn auf 30 % belaufen. Das ist der aktuell höchste technisch umsetzbare Wert. Das eingesetzte PET-Monomaterial ist zu 100 % recycelbar und die Etiketten bestehen aus 100 % Recyclingmaterial.

Die neue PET-Mehrwegflasche wiegt 55 Gramm und ist damit etwa 90 % leichter als unsere Glas-Mehrwegflasche, sie ist daher das „Leichtgeweicht“ im Mehrwegsortiment. Die PET-

Mehrwegflaschen schaffen mindestens zwölf Umläufe und sparen damit rund 80 % an Material ein. Das bedeutet, dass eine Flasche voraussichtlich rund drei bis vier Jahre verwendet werden kann. Das sind künftig etwa 400 Tonnen an Material pro Jahr, das eingespart wird und rund 420 Tonnen CO<sub>2</sub>, die weniger emittiert werden. Die Mehrwegkisten schaffen mindestens 50 Umläufe.

#### **PROBLEMATIK MIKROPLASTIK**

Wir nehmen das Problem Mikroplastik, das nicht nur PET-Flaschen, sondern auch Glasflaschen und Leitungswasser betrifft, sehr ernst. Kunststoffe sind heutzutage nahezu überall im Umfeld des Menschen präsent. Ganz allgemein gerät das meiste Mikroplastik u.a. durch Reifenabrieb oder beim Waschen von synthetischer Kleidung mit der Waschmaschine ins Ökosystem. Die Vöslauer-Quellen zählen zu den tiefsten und damit geschüttesten Quellen in Europa und wir arbeiten mit modernsten Abfüllmethoden. Unsere Waschmaschine für die PET-Mehrwegflaschen verfügt über ein Filtersystem, um Mikropartikel aus der Lauge zu entfernen.

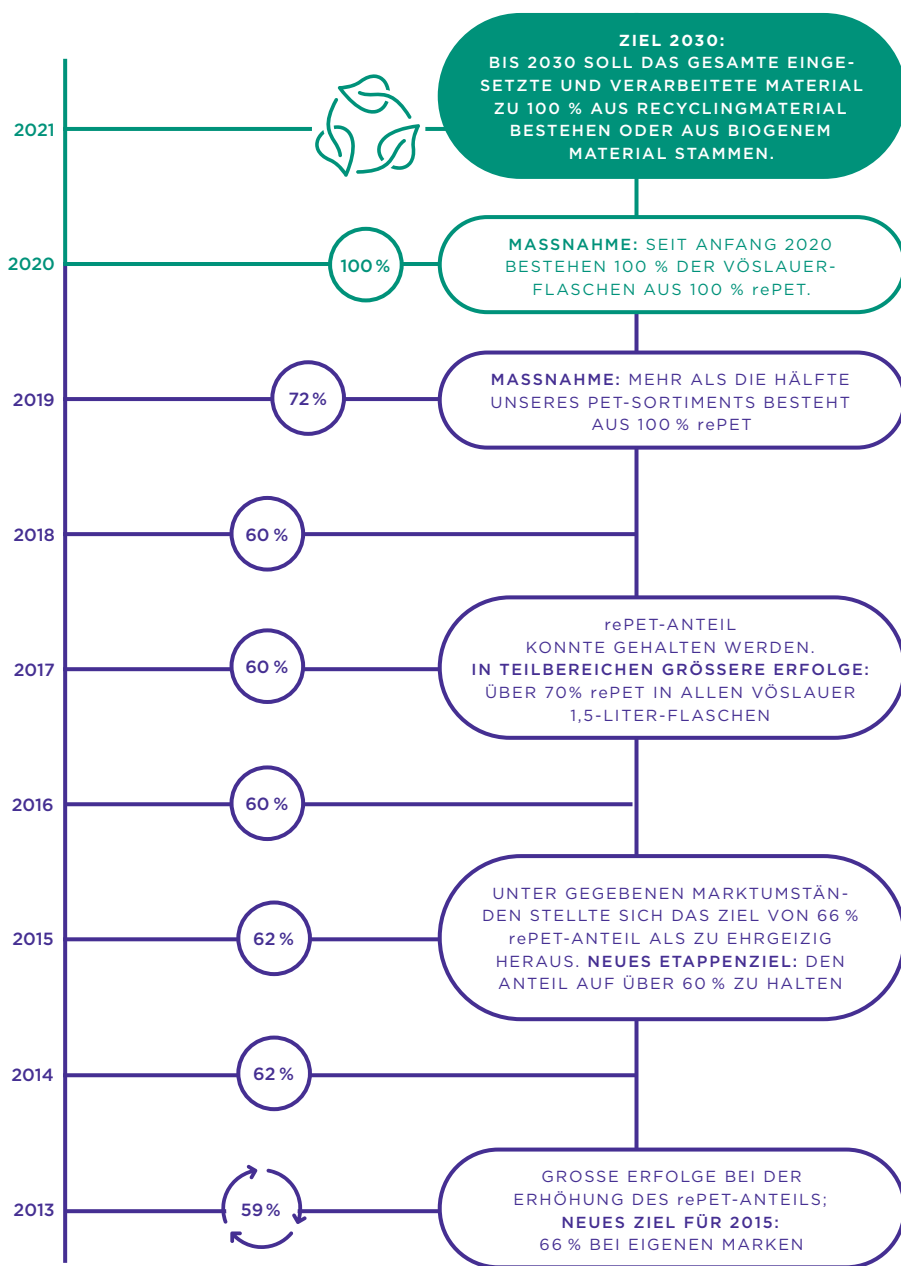
#### **BLEIBT-DRAN-VERSCHLUSS: INNOVATION ZUR VERMEIDUNG VON LITTERING**

Ab 3. Juli 2024 müssen Verschlüsse und Deckel von Getränkeverpackungen mit bis zu drei Litern Fassungsvermögen direkt an der Flasche befestigt sein. Das geht aus der Einwegplastik-Richtlinie (Single-Use Plastics Directive) der EU hervor, welche die Verringerung der Verschmutzung durch Einwegplastik zum Ziel hat. Als erstes Unternehmen im deutschsprachigen Raum setzten wir im Frühjahr 2021 diesen Passus aus der Richtlinie um und präsentierten eine Innovation im Verpackungsbereich – sowohl in Österreich als auch in Deutschland: einen Tethered Cap, den sogenannten Bleibt-Dran-Verschluss, für die 4 x 1 Liter Gebinde.

Mit dieser Neuerung ist ein weiterer wichtiger Schritt in Richtung bewusstem Umgang mit der wertvollen Ressource Kunststoff gelungen – und das mehr als drei Jahre früher als verordnet. Gestartet wurde mit dem Bleibt-Dran-Verschluss auf allen Sorten des Mineralwassers in den 4 x 1 Liter Flaschen in Österreich und Deutschland und wird in weiterer Folge auf alle Gebinde ausgerollt. Littering, also das achtlose Wegwerfen von Abfällen im öffentlichen Raum, stellt ein großes Problem für die Umwelt dar. Mit dem Verschluss, der direkt an der Flasche befestigt ist, sollen vermeidbare Plastikabfälle verhindert und Littering entgegengewirkt werden.

<sup>1</sup> Quelle: NielsenIQ, LEH exkl. H/L, Mineralwasser exkl. NW, Pfand + Glas MW, Umsatz, MAT KW 20 2022

2.4 REZYKLAT-ANTEIL BEI VÖSLAUER-PRODUKTEN



RECYCLING-ANTEILE IN UNSEREN VERPACKUNGEN

Seit Anfang 2020 beträgt der rePET-Anteil unserer Produkte stolze 100 %. Diese beachtliche Steigerung gelang uns mittels mehrerer Produktinnovationen. Als erster und einziger heimischer Getränkehersteller präsentierten wir 2018 eine 0,5 Liter Flasche, die zu 100 % aus rePET – also recyceltem PET – besteht. Diese Innovation hat sich am Markt bewährt und ist inzwischen fest am heimischen Lebensmittelmarkt etabliert.

Auch wenn Flaschen den Großteil unserer Verpackung ausmachen – wir optimieren auch unsere Kisten, Folien und Etiketten. Unser Ziel: Bis 2030 soll unsere gesamte Verpackung aus 100 % Recycling-Material bestehen oder aus biogenem Ursprung stammen.

FOLIEN & KISTEN

Auch die zum Einsatz kommenden Folien bestehen inzwischen bereits zu 50 % aus Postconsumer-Material. Die nachhaltigen Folien sind mittlerweile auf dem gesamten Sortiment unserer 1,5 Liter 100 % rePET-Flaschen zu finden. Auch für die Wickelfolie verwenden wir erstmalig 20 % Recyclingmaterial.

ABBILDUNG: REZYKLAT-ANTEIL BEI ALLEN VÖSLAUER-GEBINDEN BEI EIGENEN MARKEN (VÖSLAUER-PRODUKTE)<sup>2</sup>

<sup>2</sup> GRI 301-3

Gebrauchte Kisten werden gemahlen und zu neuen Kisten verarbeitet. Seit 2014 arbeiten wir auch das Material gebrauchter Flaschenverschlüsse in unsere Getränkeboxen ein. Fast alle unsere violetten Kisten bestehen mehrheitlich aus 100 % Recycling-Material.

### ETIKETTEN

Zu Jahresbeginn 2021 stellten wir eine weitere Innovation vor. Alle Flaschen des Glas-Mehrwegsortiments im Handel und in der Gastronomie – 1 Liter Retro, 8 x 1 Liter, 0,5 Liter, 0,75 Liter, 0,33 Liter, 0,25 Liter Glas-Mehrwegflaschen – werden künftig Etiketten aus Recyclingmaterial tragen, sowohl am österreichischen als auch am deutschen Markt. Nach zahlreichen Testungen und Recherchen haben wir nun das

passende Papier gefunden, welches zu 100 % aus recycelten Fasern besteht und zudem vegan ist. Es handelt sich dabei um Prä-Verbraucherabfälle sowie Produktionsabfälle aus der Papierherstellung, die Herstellung erfolgt somit ganz ohne Verwendung von frischen Zellstofffasern. Recyclingpapier zeichnet sich allgemein durch eine CO<sub>2</sub>- und wassersparende Herstellung aus (ca. 21 % CO<sub>2</sub>-Einsparung und ca. 40 % Wassereinsparung pro 1 Tonne Papier) und Papierfasern lassen sich bis zu sieben Mal wiederverwenden.<sup>1</sup>

Darüber hinaus suchen wir nachhaltige Lösungen für alle anderen Materialien, die produziert, entwickelt und verwendet werden. Unseren Beitrag zum Umweltschutz leisten wir im Zusammenhang mit der Rezyklat-Verwendung auch in Zeiten, in denen Rezyklat wesentlich teurer als PET-Neuware ist.

## 2.5 AUF KREISLAUFWIRTSCHAFT SETZEN

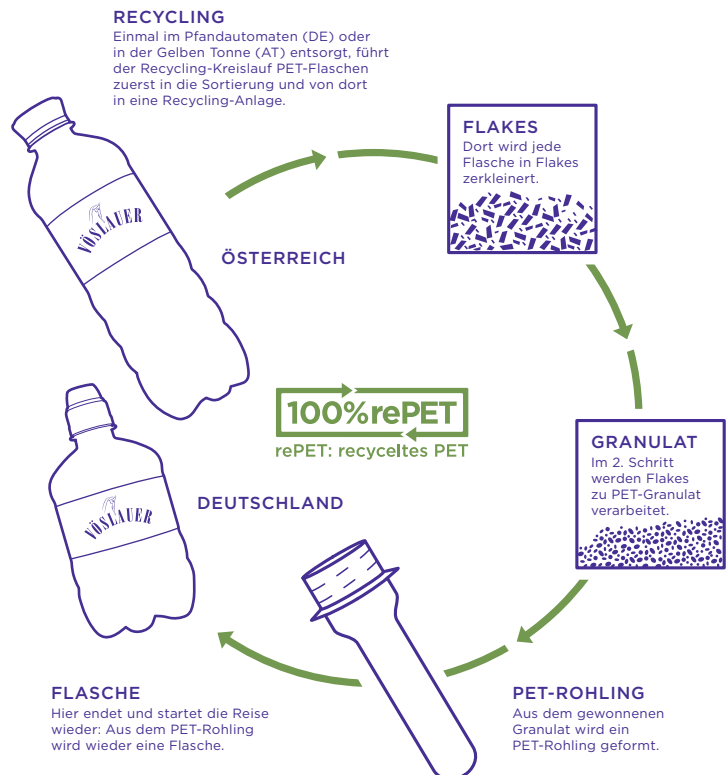
### WIEDERVERWERTUNG WERTVOLLER ROHSTOFFE

Die Wiederverwertung wertvoller Rohstoffe hat oberste Priorität. In der Kreislaufwirtschaft spielt nicht nur die Menge an eingesetztem Recyclingmaterial, sondern auch die Recyclingfähigkeit eine wesentliche Rolle. Deshalb setzen wir auf „design to recycle“, das heißt, bei der Entwicklung wird die Wiederverwertung bereits mitgedacht. Ziel ist es, dass alle produzierten Flaschen in einen Recyclingkreislauf zurückkommen. Eine wichtige Voraussetzung dafür ist das richtige Trennen und Sammeln der Flaschen. Dass das Bewusstsein, PET-Flaschen richtig zu entsorgen, gestiegen ist, zeigen auch die Zahlen der PET to PET Recycling GmbH im burgenländischen Müllendorf (siehe Kapitel 2.2 sowie 7.1 Bewusstseinsbildung für Nachhaltigkeit). [www.repet.com](http://www.repet.com)

**INFO** — Die Verschlüsse werden recycelt, können aber nicht wieder für Verschlüsse verwendet werden, da die dafür erforderliche Zulassung noch nicht gewährt wurde.

### ABBILDUNG: DER VÖSLAUER PET to PET-KREISLAUF IN ÖSTERREICH UND DER VÖSLAUER rePET-KREISLAUF IN DEUTSCHLAND

### MIT rePET SCHLIESSEN WIR DEN KREISLAUF



<sup>1</sup> Diese Zahlen basieren auf Angaben aus dem allgemeinen Recyclingpapierbereich. Eine spezifische Ausarbeitung auf den Etikettenpapierbereich ist derzeit nicht vorhanden.

## 2.6 EINSPARUNG VON VERPACKUNGSMATERIAL

Mit der 1 Liter Glas-Mehrwegflasche in der 8 x 1 Liter Splitkiste brachten wir eine praktische Antwort auf die schweren Glasflaschen auf den Markt – rund 10 % leichter als herkömmliche Glasflaschen. Bei all unseren PET-Gebinden konnten wir seit 2011 durchschnittlich 14 % Material einsparen. Mit jedem weiteren Gramm Gewichtseinsparung wird

es herausfordernder, noch zusätzlich Material zu reduzieren – insbesondere, wenn wir keine Kompromisse bei Qualität, Ästhetik und Funktionalität eingehen wollen. Trotzdem werden wir an unserem Ziel der konsequenten Reduktion von Verpackungsmaterial und -gewicht über alle Gebinde weiterhin festhalten.

### MATERIALEFFIZIENZ BEI HÖCHSTER FUNKTIONALITÄT - JEDES GRAMM ZÄHLT - EINSPARUNG VON VERPACKUNGSMATERIAL<sup>1</sup>

THEMA	EINHEIT	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
DURCHSCHNITTLICHES VERPACKUNGS-GEWICHT PRO PET-ARTIKEL	G (FLASCHE/VERSCHLUSS/FOLIE) PRO GEBINDE	25,82	27,39	26,02	26,54	25,18	25,03	25,13	24,26	24,85

ABBILDUNG: MATERIALEINSATZ IN GRAMM BEI PET PRO ARTIKEL

## 2.7 ENERGIEEFFIZIENZ & ERNEUERBARE ENERGIE<sup>2</sup>

### ENERGIEVERBRAUCH TROTZ STEIGENDER PRODUKTION REDUZIERT

Seit 2010 gelang es uns, trotz einer Erhöhung der Abfüllmengen den Energieverbrauch zu reduzieren und die Energieeffizienz trotz pandemiebedingten Rückgangs der Produktionsmengen im Vergleich zu 2006 in der aktuellen Berichtsperiode um rund 22 % zu verbessern. In diesem Zeitraum sank der Erdgasverbrauch von rund 6.100 auf 4.494 MWh (Megawattstunde), der Stromverbrauch von rund 14.100 auf 12.319 MWh. Entsprechend verminderte sich auch unser spezifischer Energieverbrauch. Bezogen auf eine abgefüllte Flasche hatten wir 2021 die niedrigsten Verbrauchswerte – sowohl bei Strom als auch bei Erdgas. Als Partner des klimaaktiv Pakts2030 verpflichten wir uns, die Energieeffizienz bis 2030 um mindestens 60 % zu steigern. Trotz unserer bisherigen Erfolge sind dafür weitere Effizienzsteigerungen notwendig. Auch wenn uns die Zielerreichung vor Herausforderungen stellt, verfolgen wir diese mit Engagement weiter. Im Fokus stehen diverse Aktivitäten in den Bereichen Energie und Umwelt sowie die Sensibilisierung von Mitarbeiter:innen und Kund:innen. Auch

hier konzentrieren wir uns auf die relevanten und zukunfts-trächtigen Hebel.

Mit der Erhöhung der Kapazität der bestehenden Photovoltaikanlage auf 275 kWp (Kilowatt peak) soll die jährliche Stromerzeugung auf 275.000 kWh (Kilowattstunde) gesteigert werden. Darüber hinaus beziehen wir 100 % Grünstrom nach Österreichischem Umweltzeichen und produzieren unseren erneuerbaren Strom auf dem Dach des Lagergebäudes: 2021 produzierte die Photovoltaikanlage dort 284.000 kWh grünen Strom. Das entspricht in etwa dem durchschnittlichen Verbrauch von 65 Haushalten. Bis 2025 planen wir, beim Neubau des Hochregallagers eine weitere Photovoltaikanlage zu errichten. 2019 setzten wir darüber hinaus die ersten Schritte zur Optimierung der Kälteanlagen; dieser Prozess wird auch in den kommenden Jahren fortgesetzt. Generell wurde für die Zukunft ein „Energiebündel“ geschnürt, um die Energieeffizienz und damit verbundene Energiesparmaßnahmen zu fördern: Weitere LED-Umstellung, eine Neuerung bei Kompressoren, Wärmerückgewinnung und weitere Maßnah-

<sup>1</sup> GRI 301-1

<sup>2</sup> GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 302-4

men wie die Nutzung effizienterer Maschinen in der Flaschenproduktion werden unseren Energieverbrauch senken. Details zu den geplanten sowie getätigten Effizienzmaßnahmen finden sich im Nachhaltigkeitsprogramm im Anhang des vorliegenden Berichtes (siehe Kap. 8.2).

#### ENERGIEVERBRAUCH IN GASTRONOMIE & HANDEL

Wir bieten unseren Kund:innen in Gastronomie und Handel effiziente Kühlgeräte an, die den höchsten Standard hinsichtlich Energieeffizienz erfüllen. Neben dem Energieverbrauch berücksichtigen wir bei der Auswahl auch Lebensdauer sowie Handhabung der mit dem umweltfreundlichen Kältemittel R600a ausgestatteten Geräte. Bei Getränkeautomaten wird bei Neugeräten von Kältemittel R404 auf die Kältemittel R744 und R290 umgestellt. Da diese Kältemittel deutlich klimaschonender sind, werden wir diese Initiative sukzessive in den nächsten Jahren weiterverfolgen. Zur Reduzierung des Energieverbrauchs im Convenience-Bereich – bei offenen Kühlgeräten – werden diese Geräte mit einer Nachtdeckung bzw. einem Nachrollo angeboten. Unser Ziel ist es, schrittweise auf Kältemittel mit einem geringeren GWP-Wert (Global Warming Potential – Treibhausgaspotenzial) umzusteigen.

	STROM	GAS	SUMME
2013	4,64	1,83	6,47
2014	4,53	1,71	6,24
2015	4,30	1,60	5,90
2016	4,23	1,66	5,89
2017	4,05	1,53	5,58
2018	4,08	1,47	5,55
2019	3,81	1,51	5,32
2020	4,26	1,62	5,88
2021	4,05	1,48	5,53

ABBILDUNG: STROM- UND GASVERBRAUCH IN KWH JE 100 ABGEFÜLLTER FLASCHEN (INKL. LOHN- UND LIZENZABFÜLLUNGEN)

## 2.8 E-VOLUTION: LOGISTIK & MOBILITÄT

Im Bereich Transport und Mobilität verfolgen wir eine konsequente Verringerung der Umweltbelastungen. Wir beziehen unsere Vorprodukte bevorzugt aus Österreich und stimmen die Logistik unserer Waren bis ins Detail ab. Dadurch konnten wir trotz Produktionssteigerung die Menge unserer Transportkilometer so niedrig wie möglich halten.

#### LIEFERUNG ZU 25 % AUF SCHIENE

Bereits ein Viertel der Transportwege wird österreichweit mit der Bahn zurückgelegt. Ziel ist es, den Schienenanteil in den nächsten Jahren auf 30 % zu erhöhen. Aber auch mit innerbetrieblichen Maßnahmen wie Spritspar-Trainings und dem Umrüsten der Pkw-Flotte konnten Verbesserungen im Mobilitätsbereich erzielt werden. Durch eine unternehmenseigene Dienstwagenregelung fördern wir gezielt den Einsatz von Elektrofahrzeugen. Bereits vor der Corona-Krise hatten Mitarbeiter:innen die Möglichkeit im Home-Office zu arbeiten. Auch das trägt zur Einsparung von CO<sub>2</sub>-Emissionen bei.

Der Schienenanteil in Österreich beträgt 2021 24,7 %. Aufgrund der verstärkten Auslieferung nach Deutschland wurde die Systemgrenze erweitert und umfasst ab dem Jahr 2019 auch Lieferungen nach Deutschland – der Schienenanteil (inklusive Deutschland) betrug 2021 20,2 %. Die Ursache für die bislang nicht gelungene Umsetzung der angestrebten 30 % war vor allem der steigende Export, bei dem ein Transport auf der Schiene noch nicht im ausreichenden Umfang möglich war. Ein limitierender Faktor im Bahnkombiverkehr ist die bestehende Infrastruktur mit einer begrenzten Anzahl an Kranverladestellen. Eine weitere Herausforderung bei der Bahn-Logistik ist es, die Spitzen im Rahmen der Vorlaufzeiten des Handels abzudecken. Trotz der intensiven Bemühungen den Bahnanteil zu steigern, ist dies bedingt durch Kapazitätslimitierungen beim „Orange Combi Cargo“ und auf Grund der aktuellen Kundenstruktur nicht gelungen. An dem Bestreben, das Ziel von 30 % Schienenanteil zu erreichen, wird jedoch festgehalten.

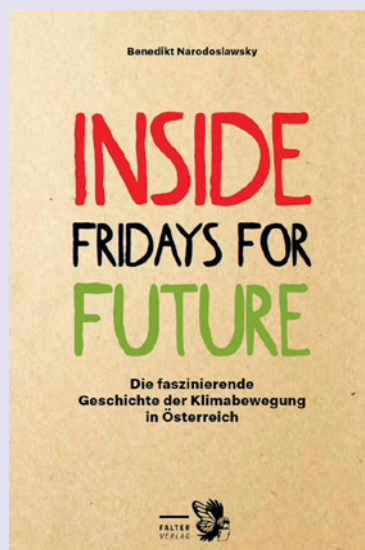


# KLARTEXT KLIMAKRISE



Lesen für Umdenken, Neudenken, Jungdenken

01



**BENEDIKT NARODOSLAWSKY, INSIDE FRIDAYS FOR FUTURE, FALTER-VERLAG, 2020**

Der Autor schildert in seinem Buch Inside Fridays for Future die gesamte, wenn auch nicht allzu lange Geschichte der Organisation. Von den Anfängen der Greta Thunberg, über die europaweite Euphoriewelle bis hin zum Höhepunkt des ersten weltweiten Klimastreiks.

02



**DAS KLIMA-BUCH VON GRETA THUNBERG, DER AKTUELLSTE STAND DER WISSENSCHAFT UNTER MITARBEIT DER WELTWEIT FÜHRENDEN EXPERT:INNEN, S. FISCHER VERLAGE, 2022**

Greta Thunberg hat die Welt aufgerüttelt. Ihr Klima-Buch hat sie in Zusammenarbeit mit über hundert Wissenschaftler:innen zusammengestellt, die versuchen ein tieferes Verständnis für die Krisen zu entwickeln, mit denen wir konfrontiert sind. Außerdem erzählt die Autorin von ihren eigenen Erfahrungen. In der heutigen Zeit zu leben, bedeutet, eine große Verantwortung zu tragen. Das „Klima Buch“ zeigt, dass gemeinsam das scheinbar Unmögliche zu schaffen ist.



03

**GERNOT WAGNER, STADT, LAND, KLIMA, WARUM WIR NUR MIT EINEM URBANEN LEBEN DIE ERDE RETTEN, BRANDSTÄTTER VERLAG, 2021**

Wir haben die Wahl: Wie wir wohnen, essen und reisen, wie wir unseren Alltag gestalten und welche Politik wir wählen, darin liegt der Schlüssel für eine zukunftstaugliche Welt. Der renommierte Klimaökonom liefert anschauliche Beispiele aus seinem Leben und spricht über Fragen, die sich ihm und vielen von uns stellen. Sein Befund: Ausgerechnet in den oft als naturfeindlich verschrienen Städten steckt die Lösung. Zwischen modernster Technologie und Fahrrad, Kreativität und Bodenständigkeit, Effizienz und Resilienz können wir ein neues Klimakapitel aufschlagen. Er fordert ein Umdenken im großen Stil, um politische Weichen neu zu stellen, Anreize zu schaffen und Wirtschaftsströme umzulenken.

# WAS UNS AUSMACHT:



NACHHALTIGE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

KLIMA- & UMWELTSCHUTZ

URSPRUNGSQUELLE & THERMALBAD

KAPITEL 3

VERANTWORTUNG & WIRTSCHAFT

MARKEN- & NACHHALTIGKEITSBOTSCHAFTER:INNEN

GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN

SOZIALES & GESELLSCHAFT

03

# URSPRUNGSQUELLE, QUELLSCHUTZ & THERMALBAD





AKTUELLE ZIELE	FORTSCHRITT
<p><b>Regionale Verbundenheit:</b>  <i>Wir sehen uns unserem Herkunftsort Bad Vöslau gegenüber verpflichtet. Als Betreiber und Weiterentwickler des Thermalbades, als verlässlicher Arbeitgeber und als Impulsgeber in puncto Nachhaltigkeit.</i></p>	<p>Trotz Corona-Pandemie und der eingeschränkten Betriebs-tätigkeit des Thermalbades konnte die Mitarbeiter:innenanzahl gehalten werden.</p> <p>Durch entsprechende Angebote, wie beispielsweise das E-Fahrradleasing, wird das Engagement für Nachhaltigkeit auch an die Mitarbeiter:innen weitergegeben.</p>
<p><b>Quellschutz:</b>  <i>Wir setzen auf Effizienz in der Wassernutzung, um unseren Wasserverbrauch zu reduzieren.</i></p>	<p>Wir haben uns vorgenommen – ausgehend vom Basisjahr 2012 –, 100.000 Kubikmeter an Wasser einzusparen.</p>
<p><b>Antrag auf Schongebiet:</b>  <i>Zum nachhaltigen Schutz der Quelle haben wir gemeinsam mit den Gemeinden Bad Vöslau und Baden den Antrag auf ein Schongebiet gestellt.</i></p>	<p>Das Schongebiet wurde vom Amt der NÖ Landesregierung definiert und die betroffenen Parteien wurden informiert. Aufgrund einer Eingabe der WKO wurde das Schongebiet noch nicht erlassen.</p>
<p><b>Förderung der Sicherheit unserer Badegäste:</b>  <i>Im Thermalbad hat die Sicherheit der Badegäste höchste Priorität.</i></p>	<p>Aufgrund des sich in ständiger Weiterentwicklung befindlichen Sicherheitskonzeptes kam es in der Berichtsperiode zu keinen Badeunfällen.</p> <p>2020 und 2021 hat das Thermalbad ein Covid-19 Präventionskonzept erarbeitet und umgesetzt, das einerseits die Aufrechterhaltung eines geregelten Badebetriebs ermöglichte und andererseits die Durchführung von Kulturveranstaltungen im Thermalbad erlaubte. Die gesetzten Maßnahmen zur Minimierung des Infektionsrisikos waren erfolgreich, sodass alle Veranstaltungen wie geplant abgehalten werden konnten.</p>
<p><b>Forcierung biologischer Reinigungsmittel:</b>  <i>Verminderung des Einsatzes von Chemikalien durch erhöhten Anteil an biologischen Reinigungsmitteln: Als Thermalbad legen wir hohen Wert auf Hygiene. Bei der Auswahl unserer Reinigungsmittel achten wir besonders auf die verwendeten Chemikalien, da sich diese negativ auf Flora und Fauna auswirken können.</i></p>	<p>Es ist uns bereits gelungen, 90 % unserer Reinigungsmittel auf ökologische Reinigungsmittel umzustellen. Somit verringern wir nicht nur die Menge an schädlichen Chemikalien, die durch den Abfluss in die Natur gelangen, sondern fördern auch den Gesundheitsschutz unserer Reinigungskräfte.</p>
<p><b>Green-Event-Zertifizierung für 2023</b></p>	<p>Mit der Zertifizierung als „Green Event-Location“ möchte das Thermalbad sein Engagement für erhöhte Energieeffizienz und Abfallvermeidung unterstreichen. Zentrale Aspekte sind auch regionale Wertschöpfung und soziale Verantwortung.</p>

### 3.1 URSPRUNGSQUELLE THERMALBAD VÖSLAU – UNSERE REGIONALE VERANTWORTUNG<sup>1</sup>

„Unser Wasser hat seinen ‚Ursprung‘ im Gebiet Schneeberg. Klar, rein und unverfälscht – natürliches Mineralwasser ist ein echter Naturschatz. Ganz besonders, wenn es wie das Vöslauer Mineralwasser aus einer der ältesten und tiefsten Quellen Europas kommt.“

Bad Vöslau ist der Sitz unseres Unternehmens und der Ursprung unserer Quelle. Das Thermalbad Vöslau ist wesentlich für die Belebung der gesamten Region, denn durch seine Lage vor den Toren Wiens ist es Anziehungspunkt für erholungssuchende Freizeitgäste. Dank seinem besonderen Flair und der historischen Architektur gilt es als Synonym für die klassische Sommerfrische. Das Wasser der Ursprungsquelle gilt als Thermalwasser und ist auch als Heilwasser anerkannt.

#### KULTUR IM THERMALBAD – SCHWIMMENDER SALON, EVENTS & KULINARIK

2021 wurde neben dem zehnjährigen Bestehen des Thermalbad-Restaurants „Kabane 21“ auch das zehnjährige Jubiläum des Kulturfestivals „Der Schwimmende Salon“ gefeiert. Das Festival konnte auch in den Corona-Jahren 2020 und 2021 erfolgreich stattfinden, indem es in seiner neunten Saison samt Covid-Sicherheitskonzept von der Insel auf die Liegewiese verlegt wurde. Der neue und größere Standort wurde auch 2021 beibehalten. Das Literaturfestival ist zu einer begehrten Festivalinstitution geworden, die Vorstellungen 2021 waren allesamt ausverkauft und boten rund 1.600 Gästen literarische wie szenische Highlights.

Ebenso ausverkauft waren die beiden Pop-up-Dinner mit Mochi on Tour und Maka Ramen sowie das Yoga-Event mit Kathi Wallner.

2021 fand im Thermalbad erstmalig eine Rätselrallye für Kinder sowie ein Badenachmittag für „weiblich gelesene

Personen“ in Kooperation mit der Influencerin Dariadaria statt. Nachhaltigkeit spiegelt sich auch im kulinarischen Angebot des Thermalbades wider. Neben dem Angebot an veganer sowie laktose- und glutenfreier Kost wird auch großer Wert auf Regionalität gelegt.

#### WEITERENTWICKLUNG DES THERMALBADES & DES STANDORTES BAD VÖSLAU

Über den kulturellen Beitrag hinaus setzt das Thermalbad Vöslau verschiedene weitere Impulse für Nachhaltigkeit. Insbesondere Verbesserungen im Bereich Umwelt- und Klimaschutz werden bei Neuerungen im Areal des Thermalbades mitbedacht. Durch die Adaptierung von PKW-Parkplätzen zu insgesamt 40 Fahrradstellplätzen wird den Besucher:innen ermöglicht, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck im Zuge der An- und Abreise zu minimieren. Eine besonders hohe Priorität hat das Sicherheitskonzept für Badeunfälle, das unter anderem regelmäßige Rundgänge und Erste-Hilfe-Weiterbildungen beinhaltet. Auf Basis der strengen Einhaltung kam es in der Berichtsperiode zu keinen Badeunfällen. Weitere Maßnahmen betreffen eine sorgfältige Mülltrennung, das Angebot von nachhaltiger Bademode aus Ocean Plastic, den Umstieg auf ökologische Reinigungsmittel (90 %) sowie eine jährliche Bodenanalyse und gezielte Biodüngung der Wiese. Als Arbeitgeber bietet das Thermalbad, ergänzend zu den Vöslauer Aktivitäten, eine Vielzahl an Programmen und Initiativen an, wie beispielsweise ein E-Fahrradleasing sowie Kooperationen mit dem Hilfswerk, einem gemeinnützigen Anbieter gesundheitlicher, sozialer und familiärer Dienste in Österreich. Trotz Pandemie konnte die Mitarbeiter:innenanzahl gehalten werden.

Seit 2019 wird das Thermalbad verstärkt in die Nachhaltigkeitsstrategie des Gesamtunternehmens miteinbezogen. Für die Zukunft ist geplant, die vorhandenen Maßnahmen in ein ganzheitliches Nachhaltigkeitskonzept zu integrieren und durch weitere Initiativen im Bereich Naturschutz, nachhaltige Mobilität sowie Gesundheit und Sicherheit abzurunden. Auch Klimaziele sollen für das Thermalbad erarbeitet werden. So wurde das Thermalbad im Jahr 2021 auf „Grünen Strom“ mit Österreichischem Umweltzeichen (UZ 46) umgestellt. Auch eine Green Event-Zertifizierung ist für die Zukunft angedacht.

[www.thermalbad-voeslau.at](http://www.thermalbad-voeslau.at)

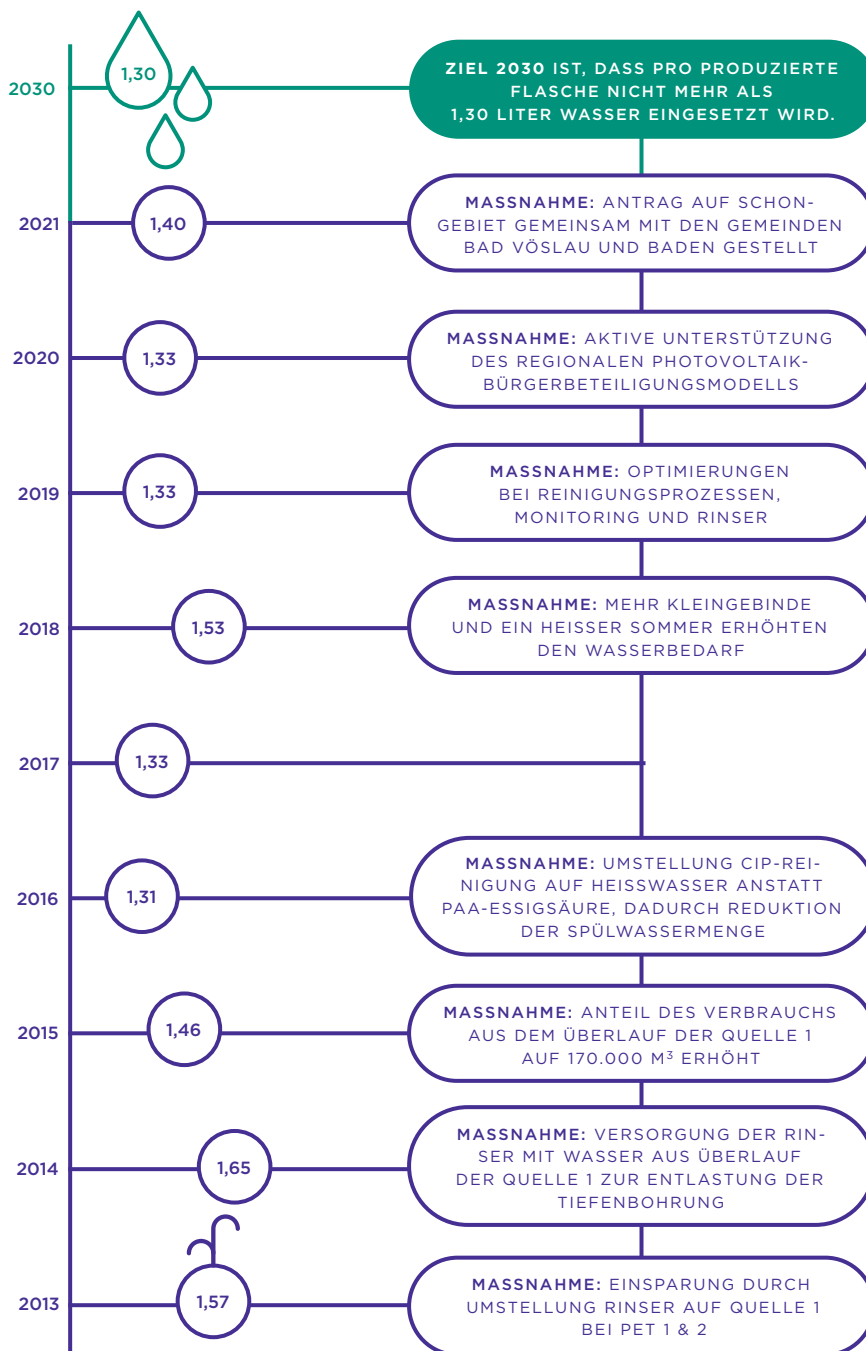
<sup>1</sup> GRI 203-2



Unsere Ursprungsquelle  
sprudelt artesisch –  
aus eigener Kraft –  
im Thermalbad Vöslau.



### 3.2 KEINEN TROPFEN ZU VIEL



#### EWIGE QUELLE - WENIGER WASSER ENTNEHMEN, ALS DURCH DEN NATÜRLICHEN ZUSTROM WIEDER ZUFLIESST

Die Quelle ist unser Ursprung. Sie ist Tradition, Lebensader, Naturschatz und Grundlage aller Produkte und Konzepte. Unser Wasser kommt aus 660 Meter tief gelegenen Quellen, dadurch ist es perfekt geschützt von allen Umwelteinflüssen und völlig natürlich. Es ist klar und rein, frei von Schadstoffen und mit wertvollen Mineralien angereichert. Vöslauer Mineralwasser wird komplett unbehandelt direkt aus der Quelle in die Flasche abgefüllt und hat aufgrund der ausgewogenen Mineralisierung einen gleichmäßig neutralen Geschmack. Generell ist Mineralwasser ein streng kontrolliertes Lebensmittel und hat eine Reihe von Anforderungen zu erfüllen, bevor es abgefüllt und verkauft werden darf.

ABBILDUNG: VERBRAUCH AN WASSER (LITER) AUS DEN TIEFENBOHRUNGEN JE ABGEFÜLLTER FLASCHE (INKL. LIZENZ- UND LOHNABFÜLLUNG)

Oft werden wir nach einem Vergleich mit Leitungswasser gefragt – wir haben in Österreich glücklicherweise Leitungswasser, das man bedenkenlos trinken kann. Trotzdem ist es nicht überall von gleicher Qualität und es variiert im Geschmack. Zudem wird Leitungswasser auch behandelt – entweder mit Ozon oder mit Chlor und der Weg zum Konsumenten führt durch unterschiedliche Leitungssysteme. Wasser aus Flaschen ist für viele geschmacklich ansprechender. Darüber hinaus ist Mineralwasser in rePET-Flaschen für bestimmte Anlässe, speziell beim Sport oder auch bei Veranstaltungen, die praktischere und insbesondere für Kinder auch eine sichere Variante des Durstlöschens. Sowohl Leitungswasser als auch Mineralwasser haben angepasst an die jeweilige

Situation und in unterschiedlichen Rahmenbedingungen ihre Berechtigung.

Durch die kontrollierte Wasserentnahme können wir garantieren, dass unser wertvolles Mineralwasser auch für nachfolgende Generationen verfügbar sein wird. Wir sparen Wasser, wo immer es möglich ist. Deswegen achten wir nicht nur bei der Entnahme unseres Wassers auf den Verbrauch, sondern auch auf einen effizienten Umgang entlang der Wertschöpfungskette und bei allen Prozessen. Um Wasser effizient zu nutzen, wurden entsprechende Maßnahmen umgesetzt. Aktuell haben wir die Rinserdüsen erneuert, um Wasser einzusparen und setzen auf weitere Kreislaufsysteme.

### 3.3 GELEBTER QUELLSCHUTZ

Aufgrund der geringen Entnahmemengen bleibt das Alter unseres Wassers der Tiefenbohrungen konstant bei über 15.000 Jahren. Wir haben unser Ziel, je abgefüllter Flasche nicht mehr als 1,4 Liter Wasser aus der Tiefenbohrung einzusetzen, in den letzten Jahren erreicht. Daher haben wir uns ein neues ambitioniertes Ziel von 1,3 Liter gesetzt. Im Jahr 2020 ist der Wert auf 1,33 Liter Wasser gesunken. Das konnten wir durch Verbesserungen an den Kühltürmen und den Einsatz verbrauchsoptimierter Düsen am Rinser der PET2PET-Anlage erreichen. 2021 ist der Wert wieder gestiegen und lag bei 1,4 Liter Wasser. Gründe dafür waren zusätzliche Verbräuche im Bereich Kistenwascher und Waschmaschine. Wir arbeiten daran, den Verbrauch zukünftig wieder zu reduzieren.

#### QUELLSCHUTZ & SCHONGEBIET RUND UM BAD VÖSLAU<sup>1</sup>

Das Wasser für die Vöslauer-Quellen stammt aus dem Voralpengebiet (v.a. Rax und Schneeberg), sinkt auf über 2.000 Meter ab, erwärmt sich und löst dabei zahlreiche Mineralien aus dem Gestein. Entlang der tektonischen Bruchlinien steigt es bei Bad Vöslau wieder auf und tritt artesisch zu Tage. Dieser Prozess dauert mehr als 15.000 Jahre und trägt so zur natürlichen Reinheit des Wassers bei. Quellschutz im klassischen Sinn ist somit nicht notwendig.

Dennoch ist es wichtig, jedes Risiko von Einträgen von Oberflächenwasser zu eliminieren. Gemeinsam mit den

„Unsere Quelle wird noch ewig sprudeln, weil sie aufgrund ihrer Tiefe von jeglichen Umwelteinflüssen geschützt ist. Zudem können wir durch die kontrollierte Wasserentnahme garantieren, dass unser wertvolles Mineralwasser auch für nachfolgende Generationen verfügbar sein wird.“

Gemeinden Bad Vöslau und Baden setzen wir uns daher für ein Schongebiet rund um unsere Quellen ein. Das Schongebiet wurde vom Amt der NÖ Landesregierung bereits definiert und die betroffenen Parteien wurden informiert. Aufgrund einer Eingabe der WKO wurde das Schongebiet noch nicht erlassen.

#### DIE VÖSLAUER-QUELLEN

Für die Vöslauer-Getränke sind von den insgesamt sieben Quellen die beiden Tiefenbohrungen 6 (660 Meter Tiefe) und 7 (470 Meter Tiefe) relevant, die für die Abfüllung von Vöslauer Mineralwasser verwendet werden. Quelle 1, unsere Ursprungsquelle, ist eine artesische Quelle, die im Thermalbad Vöslau entspringt. Unter anderem wird sie wie die übrigen Quellen beispielsweise für das Thermalbad und für das Saunabecken verwendet. Das Mineralwasser der Quellen 6

und 7 ist unser wichtigstes Gut und wir reservieren es nur für unsere Kund:innen. Um diese Tiefenquellen zu schonen, haben wir in den vergangenen Jahren den Überlauf der Quelle 1 verstärkt für Spül- und Reinigungszwecke genutzt.

Die Gesamtwassermenge, die wir jährlich zur Produktion unserer Produkte entnehmen, liegt im Rahmen unseres Wasserrechtskonsenses. So haben wir 2020 371.814 Kubikmeter und 2021 425.570 Kubikmeter Wasser aus der Tiefenbohrung entnommen, womit wir unser Ziel, nicht mehr als 430.000 Kubikmeter zu entnehmen, in beiden Jahren erreicht haben. Wir haben uns zudem vorgenommen – ausgehend vom Basisjahr 2012 – 100.000 Kubikmeter an Wasser einzusparen.

### KONSTANTES WASSER AUS DER TIEFENBOHRUNG<sup>2</sup>

Dass wir unser Mineralwasser nachhaltig nutzen, zeigt sich daran, dass sich an der Alterszusammensetzung des Wassers nichts ändert. Dies wird laufend durch ein unabhängiges Institut überprüft. Die Untersuchungen gemäß Radiokarbonmethode zeigen, dass es seit Jahren keine Veränderung im Alter des Wassers der Vöslauer-Quellen 6 und 7 gibt. Da es bei „natürlichem Mineralwasser“ zu keinen Schwankungen kommen darf, ist diese Beständigkeit besonders wichtig. Das Alter unseres Wassers bleibt – aufgrund der Entnahmemengen im Rahmen unseres Wasserrechtskonsenses – konstant bei über 15.000 Jahren.

### ENTNAHME VON WASSER AUS TIEFENBOHRUNGEN QUELLE 6 - QUELLE 7

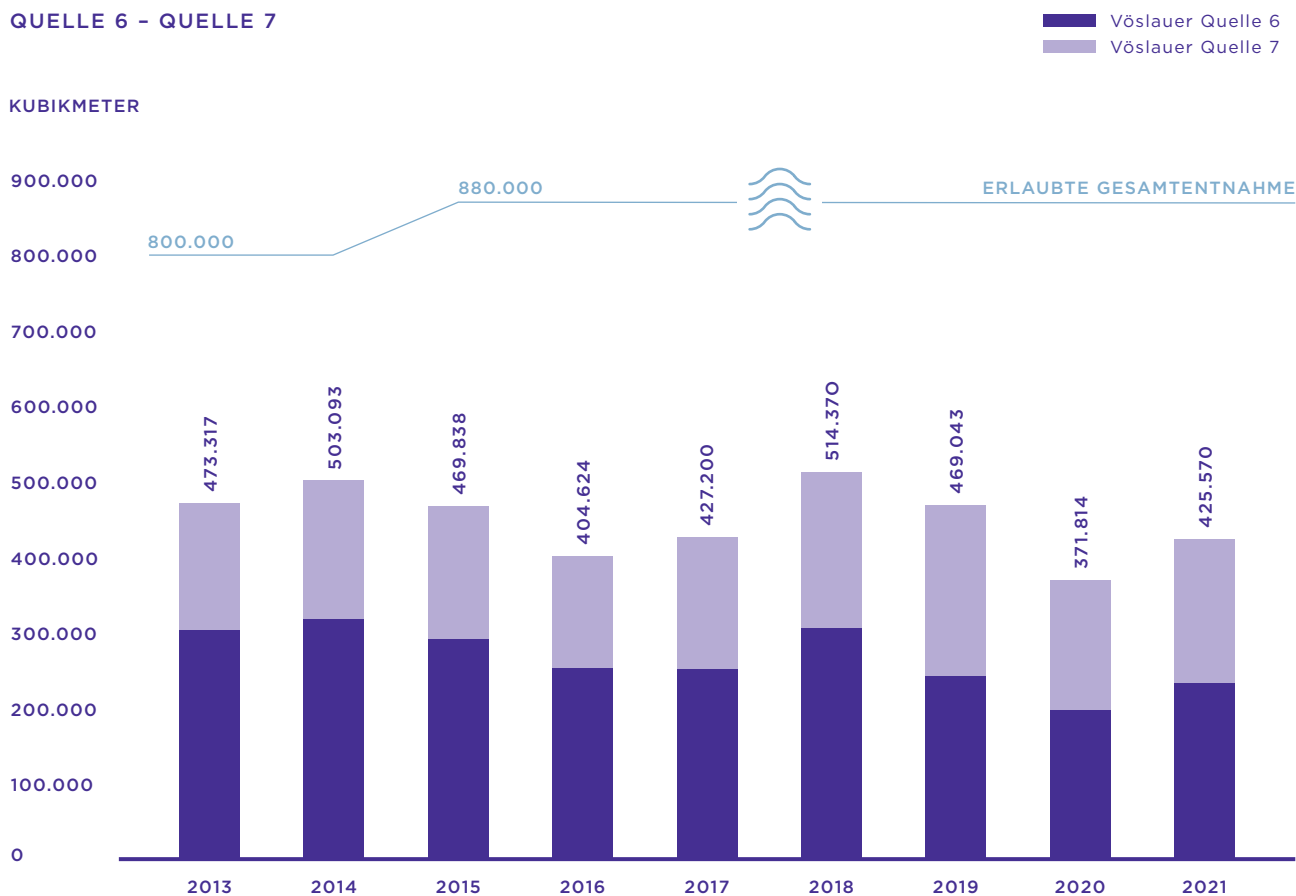


ABBILDUNG: ENTNAHME VON WASSER AUS TIEFENBOHRUNGEN (IN KUBIKMETERN)<sup>3</sup>  
ANMERKUNG: QUELLE 7.2 (150 M TIEF) IST EIN TRINKWASSERBRUNNEN.

<sup>1</sup> GRI 304-3  
<sup>2</sup> GRI 303-3  
<sup>3</sup> GRI 303-3

**WORAUF WIR  
ACHTEN:**

  
**VÖSLAUER**

# VERANTWORTUNGS- VOLLES WIRTSCHAFTEN ENTLANG DER LIEFERKETTE

AKTUELLE ZIELE	FORTSCHRITT
<p><i>Lieferant:innenbewertung aktualisieren: hinsichtlich umweltrelevanter und sozialer Themen</i></p>	<p>Ein neues Tool für eine erweiterte gruppenweite Bewertung der Lieferant:innen wurde erstellt.</p> <p>In der zentralen Einkaufsabteilung werden Abfragen hinsichtlich umweltrelevanter Themen (Recycling-Anteil, geringerer Materialeinsatz, nachwachsende Rohstoffe usw.) getätigt. Relevante Informationen werden an die Produktentwicklung weitergegeben.</p>
<p><i>Zusammenarbeit mit Lieferant:innen: in Bezug auf Umweltschutz und Nachhaltigkeit soll die Zusammenarbeit verstärkt werden</i></p>	<p>Mittels Stakeholder:innen-Umfrage werden die Erwartungen an uns abgefragt und diskutiert, um eine Verbesserung der Stakeholder:innen-Beziehungen und der gemeinsamen Wertschöpfung zu erzielen.</p> <p>Generell soll eine engmaschigere Vernetzung stattfinden, um gemeinsame CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele zu definieren und umzusetzen.</p>
<p><i>Lieferkettentransparenz: Transparenz in der eigenen Lieferkette schaffen</i></p>	<p>Bemühen um mehr Transparenz in der Lieferkette durch verschiedene Informationsangebote, wie Visualisierungen, Leitfäden und Workshops und deren Darstellung auf unterschiedlichen Kanälen, wie z. B. der Website.</p>

#### 4.1 NACHHALTIGER LIEFERANT:INNENDIALOG

Faire und respektvolle Partnerschaften mit unseren Lieferant:innen sowie klare Regeln im Umgang mit unseren Geschäftspartner:innen sind uns besonders wichtig, ebenso wie Qualität. Rund 66 % unseres Einkaufsvolumens bezogen wir 2021 (2020: 64 %) aus Österreich.<sup>1</sup> Daher bilden unsere Ethik-Richtlinien für Lieferant:innen auch die Grundlage unserer Geschäftsbeziehungen. Sie stellen sicher, dass sämtliche Vormaterialien für unsere Produkte unter menschenwürdigen Bedingungen hergestellt und die von uns verwendeten Rohstoffe so umweltschonend und natürlich wie möglich angebaut werden. Unser Einkaufshandbuch regelt transparent und nachvollziehbar die Vergabemodalitäten, Bestellvorgänge und die Anforderungen an unsere Lieferant:innen. Der Code of Conduct (Verhaltenskodex) definiert die wichtigsten Grundsätze, wie ein klares Bekenntnis zu fairer Entlohnung, das Verbot von Kinderarbeit und gerechte Arbeitsbedingungen. Detaillierte Informationen: [www.ottakringerkonzern.com/die-familiengruppe/einkaufsrichtlinien](http://www.ottakringerkonzern.com/die-familiengruppe/einkaufsrichtlinien) zu finden.

Auch wenn wir ethisch korrektes Verhalten unserer Lieferant:innen voraussetzen, wollen wir wissen, wer unsere Partner:innen sind und wie sie denken. Regionalität, Umweltbewusstsein und soziales Verantwortungsbewusstsein sind uns bei der Auswahl der Lieferant:innen besonders wichtig. Bei längerfristigen Geschäftsbeziehungen unterzeichnen unsere Partner:innen die „Ethik-Richtlinie der Ottakringer Getränke AG“. Bei einmaligen Bestellungen wird im Bestellformular explizit auf diese Richtlinien hingewiesen. Damit wollen wir im Vorfeld nicht nur die Qualität der Produktion und der Vorprodukte sicherstellen, sondern auch unseren Anspruch auf soziale und ökologische Nachhaltigkeit. Als neues Ziel haben wir uns vorgenommen, unsere Lieferant:innenbewertung bis 2025 zu verfeinern. Ebenso wollen wir die Zusammenarbeit mit Lieferant:innen forcieren, um gemeinsam umweltrelevante Themen voranzutreiben.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> GRI 204-1

<sup>2</sup> GRI 308-1, GRI 414-1

## 4.2 QUALITÄTSMANAGEMENT & PRODUKTVERANTWORTUNG<sup>3</sup>

Als Premium-Marke haben wir den Anspruch, höchste Qualität bei unseren Produkten zu bieten und für Nachhaltigkeit in der Entwicklung und Verpackung zu sorgen. Was in Österreich in den Handel kommt, hat den strengen Anforderungen des österreichischen Lebensmittelrechts sowie der EU-Gesetzgebung zu entsprechen – und das gilt besonders für natürliches Mineralwasser in PET-Getränkeverpackungen. Zusätzlich werden alle Foodgrade-Rezyklate (rePET für Lebensmittelkontakt-Anwendungen) von der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) geprüft und zugelassen. Somit sind unsere Produkte in rePET-Gebinden völlig unbedenklich und entsprechen sämtlichen Vorgaben der Behörden. Unsere Mineralwasserprodukte stehen im Einklang mit aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen.

### ÜBERPRÜFUNG DER PRODUKTQUALITÄT

#### IN FESTGELEGTEN INTERVALLEN:

- ≈ regelmäßig direkt beim Abfüllen,
- ≈ monatlich direkt an der Quelle durch eine chemisch-physikalische und mikrobiologische Überprüfung nach den strengen Kriterien der Mineralwasser- und Quellwasserverordnung,
- ≈ vierteljährlich durch eine umfassende Analyse, bei der die Proben von unabhängigen und staatlich akkreditierten Einrichtungen untersucht werden und
- ≈ durch zusätzliche Altersuntersuchungen alle fünf Jahre, die die Unerschöpflichkeit der Quelle absichern.

## 4.3 FAIRES, NACHHALTIGES & VERANTWORTUNGSBEWUSSTES MARKETING

„Gravierende Ereignisse, wie eine Pandemie, beeinflussen das Werteverständnis und das hat auch Veränderungen des Kaufverhaltens zur Folge. Werte wie Vertrauen, Verlässlichkeit, Stabilität, Qualität, Gesundheit und Nachhaltigkeit sind in den Mittelpunkt gerückt.“

Wir bekennen uns zu Fairness in der Werbung: Einhaltung freiwilliger Werbekodizes, respektvolle Darstellung von Personen, Verzicht auf sexistische Inhalte und auf Werbung, die sich direkt an Kinder richtet. Werbeinhalte enthalten keine irreführende Information und die transportierten Fakten können wir jederzeit belegen. Es gab keine Verstöße gegenüber gesetzlichen oder freiwilligen Werberegulungen, so auch nicht 2020 und 2021.<sup>4</sup>

Wir achten auf Transparenz hinsichtlich unserer Inhaltsstoffe, Zutaten und Ernährungsinformationen. Auch 2020 und 2021 wurden alle gesetzlichen Vorschriften zur Produktkennzeichnung eingehalten.<sup>5</sup> Freiwillig kennzeichnen wir vegane Produkte, Produkte mit Inhaltsstoffen aus biologischem Anbau sowie Produkte mit dem Österreichischen Umweltzeichen für Getränke in Mehrwegflaschen. Bei Merchandising-Produkten legen wir großen Wert auf nachhaltiges Design.

<sup>3</sup> GRI 416-1

<sup>4</sup> GRI 417-3

<sup>5</sup> GRI 417-2

WER ZUM ERFOLG  
BETRÄGT:

  
VÖSLAUER



# UNSERE KOLLEG:INNEN ALS MARKEN- & NACHHALTIGKEITS- BOTSCHAFTER:INNEN

AKTUELLE ZIELE	FORTSCHRITT
<p><i>Diversitäts- &amp; Inklusionskonzept: Erstellen eines Diversitäts- &amp; Inklusionskonzepts mit professioneller Unterstützung</i></p>	<p>2022 soll ein Projekt- und Maßnahmenplan für die Weiterentwicklung des Diversitäts- &amp; Inklusionsmanagements bis 2030 erstellt werden; die Auswahl der Beratungsagentur ist in Vorbereitung; die Geschäftsführung wird dem Diversitäts- &amp; Inklusionsteam angehören.</p> <p>Die Integration von Kolleg:innen mit anerkanntem Flüchtlingsstatus ist ein wichtiges Anliegen; 2020/2021 haben zwei Kollegen die Lehre abgeschlossen und sind seither weiter beschäftigt.</p>
<p><i>Vereinbarkeit von Beruf und Familie: Rezertifizierung des staatlichen Gütezeichens „berufundfamilie“ 2022</i></p>	<p>In den letzten Jahren wurden in den Bereichen „Familie &amp; Beruf“ und „New Work“ wichtige Projekte umgesetzt.</p> <p>Konkrete Modelle für flexibles Arbeiten wurden entwickelt; die Möglichkeit für kurzfristige Sabbaticals wurde geschaffen.</p> <p>Es findet ein gezielter Führungskräfte-Austausch bzw. eine Schulung für Führungskräfte zu Beruf und Familie-Themen statt.</p> <p>Die Rezertifizierung ist für 2022 eingeleitet und bietet die Chance, interne Prozesse noch weiterzuentwickeln und zu verbessern.</p>
<p><i>Home-Office-Kultur: Weiterentwicklung forcieren</i></p>	<p>Laufende Schulungen zur Sensibilisierung der Führungskräfte hinsichtlich der speziellen Herausforderungen der digitalen Arbeitswelt; Ziel ist die Etablierung einer „Home-Office-Kultur“ und die Erhöhung der Rechtssicherheit.</p>
<p><i>Unterstützung für Familien: sukzessive ausbauen</i></p>	<p>Der Ausbau der Vergünstigungen für Beschäftigte und deren Familien bzw. der Kooperationsangebote speziell für Familien als Unterstützungsleistung zählen zu den laufenden Maßnahmen.</p> <p>Die sukzessive Ausweitung der Ferienbetreuung zur Unterstützung von Eltern betreuungspflichtiger Kinder in Ferienzeiten befindet sich in Planung.</p> <p>Eine Mitarbeiter:innen-Umfrage zur Bedarfserhebung nach „Betriebstageseltern“ wurde durchgeführt. Ziel ist die Betreuung von Kindern zwischen 0 und 15 Jahren in den betrieblichen Räumlichkeiten durch qualifiziertes Personal.</p>

## 5.1 DIVERSITÄT, INKLUSION & CHANCENGLEICHHEIT

„Diversität und Inklusion sind fest in unseren Unternehmenswerten verankert. Familienfreundlichkeit – als eine Voraussetzung für Chancengleichheit – wird ebenfalls großgeschrieben.“

Unser Erfolg ist das Verdienst unserer Mitarbeiter:innen, die sich mit Engagement und Herz dafür einsetzen, dass Vöslauer Mineralwasser zu der Marke wurde, die sie heute ist. Veränderungen sind für uns selbstverständlich und Weiterentwicklung ein Muss. Mit engagierten Mitarbeiter:innen wollen wir die Vöslauer-Zukunft gestalten, unabhängig von Geschlecht, Alter, Herkunft oder sexueller Orientierung.

Ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem alle ihre Potenziale entfalten können, ist uns ein wichtiges Anliegen. Ob jemand alt oder jung, Teil der LGBTQIA+<sup>1</sup>-Community, weiblich oder männlich ist, spielt bei uns keine Rolle, genauso wie Vorurteile gegenüber Kolleg:innen mit Beeinträchtigungen, anderer Herkunft oder Religion bei uns keinen Platz haben. Dementsprechend werden auch unsere Inserate Diversity-konform gestaltet. Seit 1. Juli 2018 wird das Unternehmen von einer Frau und einem Mann geleitet und ist damit hinsichtlich dem Frauenanteil zu 50 % ausgeglichen. Unter den Führungskräften liegt der Frauenanteil im Jahr 2020 sogar bei 70 % und im Jahr 2021 bei rund 67 %. 2021 bilden wir außerdem erstmalig seit den letzten Jahren einen weiblichen Lehrling aus. Der Frauenanteil der Angestellten liegt 2020 bei 43,1 % und 2021 bei 36 % und ist somit im Vergleich zu den letzten Jahren gesunken. Unter den Arbeiter:innen ist der Frauenanteil erwartungsgemäß niedrig, zwei Frauen sind hier bei uns seit 2020 tätig. Die Fluktuationsrate bei den Frauen ist in den letzten Jahren kontinuierlich höher als bei den Männern.

Gleiche Bezahlung für gleiche Arbeitsleistung ist für uns selbstverständlich. Aufgrund von Dienstalter, Erfahrung und Position im Unternehmen ergeben sich dennoch Gehaltsunterschiede. Lohngerechtigkeit dokumentieren wir alle zwei Jahre im Equal Pay-Bericht und die wiederholte Teilnahme am Audit „berufundfamilie“ signalisiert unseren offenen Zugang zu diesem Thema. Alle unsere Mitarbeiter:innen werden gemäß dem geltenden Kollektivvertrag entlohnt.<sup>2</sup>

Als nächste Maßnahme planen wir, die vielfältigen Aktivitäten in einem Diversitäts- & Inklusionskonzept zu bündeln. Darin soll unser Grundverständnis zu Vielfalt und Chancengleichheit festgelegt sowie Ziele, Initiativen und eine kontinuierliche Verbesserung für Handlungsfelder wie Generationen, Kultur, Sprache, Gender und LGBTQIA+ definiert werden. Aktuell wird der Ist-Zustand unserer Diversity-Maßnahmen erhoben und der Soll-Zustand abgeleitet. Zudem wird ein internes Diversity-Team gebildet, dem die Geschäftsführung angehören wird, und eine externe Agentur zur professionellen Unterstützung ausgewählt. Unter anderem ist für nächstes Jahr im Pride-Month bereits eine NGO-Kooperation angedacht.

### ENGAGEMENT FÜR MENSCHEN MIT FLUCHTHINTERGRUND

Ein wichtiges Anliegen ist uns auch, Asylberechtigten eine Ausbildungsstelle zu bieten. Bei der Ausschreibung von Ausbildungsplätzen oder anderen offenen Stellen sollen Geflüchtete speziell berücksichtigt werden. So wollen wir Menschen aktiv bei der Integration in die Gesellschaft und Arbeitswelt unterstützen. Auch in den letzten beiden Jahren wurde angestrebt, geflüchteten Menschen einen Arbeitsplatz zur Verfügung zu stellen. 2021 hatten zwei Lehrlinge mit Asylstatus einen Arbeitsplatz im Unternehmen. Ab 2022 sollen verstärkt Kooperationen mit Vereinen stattfinden, die Menschen mit Asylstatus betreuen, um unser Engagement zu professionalisieren.

<sup>1</sup> LGBTQIA+ ist eine aus dem englischen Sprachraum kommende Abkürzung für Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer, Intersex, Asexual.

<sup>2</sup> GRI 102-41

## 5.2 VEREINBARKEIT VON BERUF & FAMILIE

2019 stellten wir uns wieder dem Audit „berufundfamilie“ und wurden erfolgreich mit dem staatlichen Gütezeichen für familienfreundliche Personalpolitik rezertifiziert. Das Audit erfasst den Ist-Zustand der bereits angebotenen Maßnahmen, die dazu beitragen, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu verbessern. Gleiche Bedingungen für Männer und Frauen in der Arbeitswelt sind für uns ein zentraler Grundpfeiler und wir setzen zahlreiche Maßnahmen, um es unseren Mitarbeiter:innen zu ermöglichen, Arbeit und Familie in Einklang zu bringen – etwa durch flexible Arbeitszeitmodelle oder individuelle Karenzlösungen für Frauen und Männer. Auch durch familienbewusstes Verhalten der Führungskräfte sowie Fortbildungs- und Fördermöglichkeiten der Beschäftigten mit Familie setzen wir klare Impulse. 2021 waren zehn Frauen in Karenz und dreizehn Frauen in Teilzeitbeschäftigung. Auch die Zahl der Männer, die in Karenz und Teilzeit sind, nahm über die Jahre zu, wenngleich bei den Anteilen der Männer und Frauen noch ein deutlicher Unterschied besteht. Für flexible und individuelle Lösungen sind wir als Arbeitgeber für alle Mitarbeiter:innen offen.<sup>1</sup>

Unser Familienbegriff orientiert sich an der Definition von „Nahen Angehörigen“ aus dem Pflegekarenzgesetz, der sehr umfassend ist. Wir legen Wert auf einen inklusiven Familienbegriff, der alle Formen des Zusammenlebens umfasst. Alle Beschäftigten sollen die gleiche Unterstützung erfahren.

### FLEXIBEL ARBEITEN UND UNTERSTÜTZUNGSLEISTUNGEN FÜR DIE FAMILIE

Im Unternehmen wird im Schichtdienst, im Außendienst oder im Büro gearbeitet. Das stellt eine Herausforderung für

die Gestaltung der Programme und Maßnahmen für mehr Work-Life-Balance dar. Flexible Arbeitszeitmodelle, Mobile Work und eine familienfreundliche Meeting-Policy waren bereits vor der Covid-19-Pandemie wichtiger Bestandteil unserer Arbeitsweise. Dadurch konnten wir den Betrieb ohne Schwierigkeiten umstellen und das Angebot an flexiblen Arbeiten wurde stark ausgedehnt. Um unseren Mitarbeiter:innen den Umstieg zu erleichtern, gab es ein großes Angebot an Home-Office-Schulungen. Aktuell befindet sich der Schnitt bei zehn Home-Office-Tagen pro Mitarbeiter:in (Produktion ausgenommen) pro Monat.

Darüber hinaus bieten wir in Kooperation mit dem Hilfswerk professionelle Kinderbetreuung in Ferienzeiten an, die im Berichtsjahr noch weiter ausgebaut wurde und im Speziellen auf die Bedürfnisse der Schichtarbeiter:innen Rücksicht nimmt. Mitarbeiter:innen haben auch die Möglichkeit, sich anonym Unterstützung für berufliche und private Themen über das „Employee Assistance Program“ zu sichern. Wir fördern und unterstützen aktiv die Väterkarenz sowie den Papamonat und anstelle des einen kollektivvertraglich festgelegten Papatages nach der Geburt gibt es insgesamt drei arbeitsfreie Tage.

Auch während der Karenz bleiben wir mit unseren Mitarbeiter:innen in Kontakt und veranstalten regelmäßige Karenzmeetings. Für die Familie da zu sein, beinhaltet aber mehr, als Beruf und Kinderbetreuung vereinbaren zu können: Neben der Ermöglichung von Pflegekarenz und Teilzeit werden die Vergünstigungen und Kooperationsangebote (z. B. Ferienbetreuung) für Beschäftigte und ihre Familien laufend ausgebaut.

## 5.3 AUS- & WEITERBILDUNG<sup>2</sup>

Weiterbildung hat im Unternehmen hohe Priorität. Die Weiterbildungstage je Mitarbeiter:in lagen 2021 bei 0,8 Tagen. Eine gute Ausbildung und regelmäßige, fachliche und persönliche Weiterbildung sind uns wichtig. Unser Ziel: Allen Mitarbeiter:innen sämtlicher Hierarchieebenen Zugang zu neuen Kompetenzen bieten. Die jährlichen Mitarbeiter:innen-

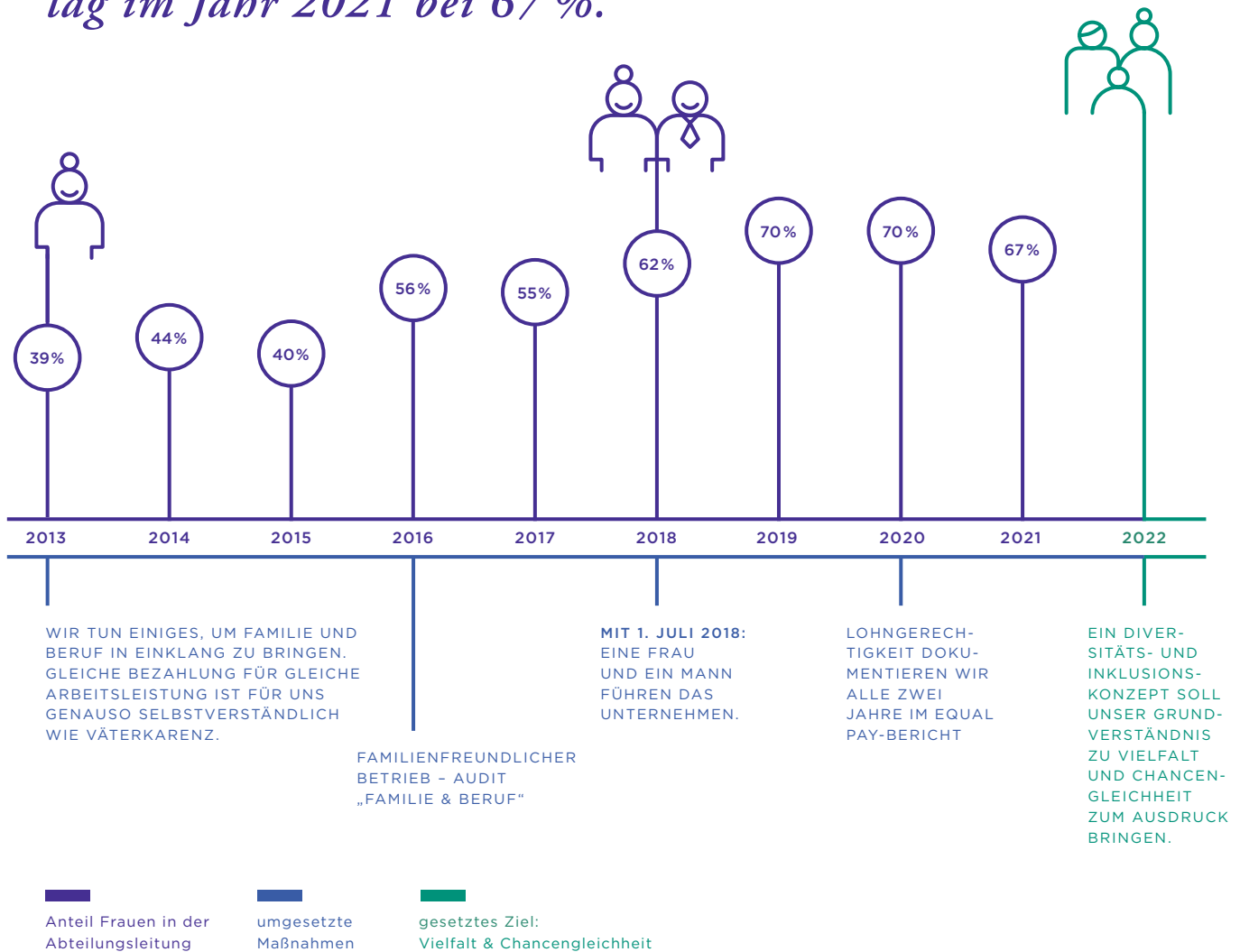
gespräche geben Orientierung für Entwicklungsmöglichkeiten und das jährliche Bildungsangebot reicht von Weiterbildungseminaren über spezifische Kurse und Trainings bis hin zu persönlichem Coaching.

Im Berichtsjahr wurden beispielsweise Schulungen zu den Themen „Rhetorik und Sprechdynamik“, „Wie tickt der

<sup>1</sup> GRI 401-3

<sup>2</sup> GRI 404-2

## Der Frauenanteil in der Abteilungsleitung lag im Jahr 2021 bei 67 %.



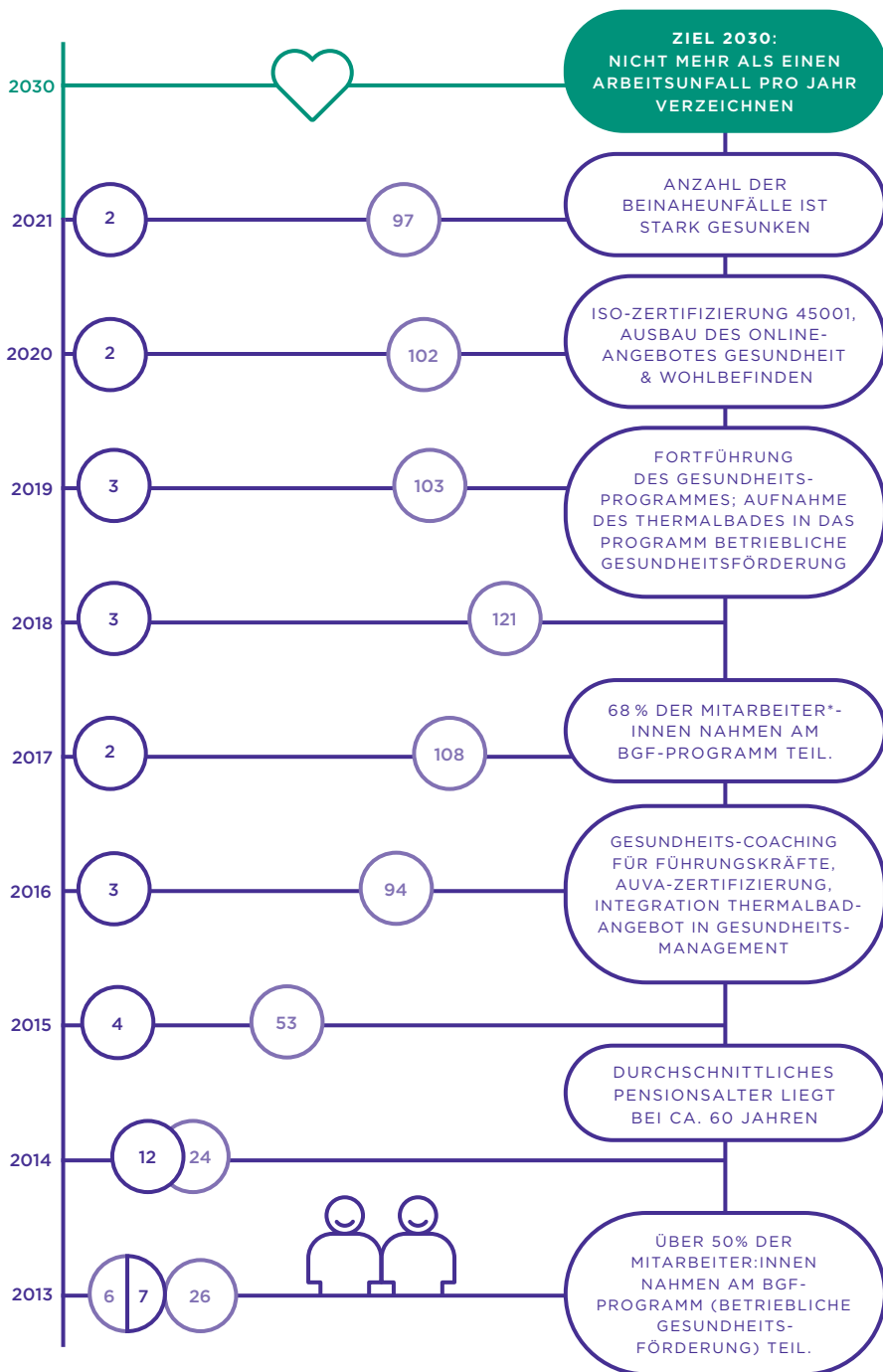
Einkauf“, „Führungskräfte Feedback“ sowie Weiterbildungen für Projektmanagement, Verhandlungstechniken und im IT-Bereich angeboten. Ein Leadership-Lehrgang unterstützt Führungskräfte sowie Mitarbeiter:innen in wichtigen Schnittstellenfunktionen bei der Weiterentwicklung ihrer Führungskompetenzen und der erfolgreichen Steuerung von Organisationen. Zusätzlich beinhaltet unser Weiterbildungsangebot Sprachkurse, die von unseren Mitarbeiter:innen in Form von Deutsch- bzw. Englischkursen genutzt werden. Aufgrund der Pandemie wurde das Angebot um Schulungen zum Umgang mit Home-Office, geänderten Arbeitsbedingungen sowie Resilienz in schwierigen Zeiten ausgeweitet. Um Schulungsinhalte noch besser und flexibler vermitteln zu können, wird seit 2018 das E-Learning-Tool „SAM“ verwendet. Neuen Mitarbeiter:innen wird ein Einschulungsprogramm geboten, das einen Überblick über die wesentlichen Unternehmensbereiche und eine Betriebsführung beinhaltet. Darüber hinaus werden jährlich Schulungstage zu den Themen Arbeitssicherheit, Unternehmenspolitik, Personalhygiene, Lebensmittelsicherheit und Brandschutz abgehalten. Weitere Schulungen zu den

Themen Food Defense, Umwelt- und Energiemanagement, sicherer Umgang mit Chemie und Schädlingsbekämpfung werden über unser Online-Schulungsportal SAM angeboten. Trotz der Pandemie konnten die Schulungstage mit einem Sicherheitskonzept persönlich durchgeführt werden. Bei einem Mitarbeiter:innenwechsel wird auf eine ausreichende Übergabezeit geachtet bzw. werden die Funktionsbeschreibungen der einzelnen Positionen jährlich aktualisiert, um einem Know-how-Verlust entgegenzuwirken.

Vor allem die Ausbildung junger Menschen liegt uns sehr am Herzen. Im Berichtsjahr 2021 befanden sich sieben Lehrlinge in Ausbildung. Das Schulungsangebot befasste sich dabei mit dem Thema „Start in eine digitale Zukunft“. Außerdem gab es einen „Lehrlingshackathon“, der von der Wirtschaftskammer Österreich und dem DaVinciLab zur Förderung digitaler Kompetenzen durchgeführt wurde. 2021 nahmen unsere Lehrlinge am Training „Bausteine für das Leben“ teil, das Wissen in den Bereichen Kommunikation, Eigen- und Fremdmotivation sowie Mentalstärke zusammenfasst.

ABBILDUNG: ANTEIL FRAUEN IN DER ABTEILUNGSLEITUNG

5.4 SICHERHEIT AM ARBEITSPLATZ



**JE HÖHER DAS BEWUSSTSEIN FÜR GEFAHREN, DESTO WENIGER UNFÄLLE**

Durch mehr Aufmerksamkeit am Arbeitsplatz konnten Arbeitsunfälle vermieden werden. 2021 ist die Anzahl der gemeldeten Beinaheunfälle stark gesunken. Zudem sind die meldepflichtigen Unfälle seit 2015 auf einem sehr niedrigen Niveau. Unser Ziel, nicht mehr als einen Arbeitsunfall pro Jahr zu verzeichnen, konnten wir 2020 und 2021 mit jeweils zwei meldepflichtigen Unfällen jedoch nicht erreichen. 2020 wurde das Gesundheitsmanagementsystem auf das neue Arbeitsschutzmanagementsystem ISO 45001 umgestellt. Pandemiebedingt konnte der Gesundheitstag, unser „Jungbleiben-Tag“, in der Berichtsperiode nicht durchgeführt werden. Stattdessen wurde dieser durch diverse Online-Angebote zu „Gesundheit & Wohlbefinden“ digital veranstaltet. Der Arbeitssicherheit wurde im Rahmen unserer Schulungstage mehr Raum gegeben und beinhaltete unter anderem das Thema „Staplersicherheit“.<sup>1</sup>

Um die Sicherheit der Mitarbeiter:innen während der Pandemie zu gewährleisten, wurden neben der Einführung einer Teststraße auch Impfaktionen durchgeführt. Damit ist es gelungen, die Produktion in den Pandemie-Jahren uneingeschränkt weiterzuführen.

ANZAHL BEINAHEUNFÄLLE / ANZAHL DER MELDEPFLICHTIGEN UNFÄLLE

<sup>1</sup> GRI 403-1, GRI 403-9

# KLARE BOTSCHAFT



Lesen für ein besseres Miteinander

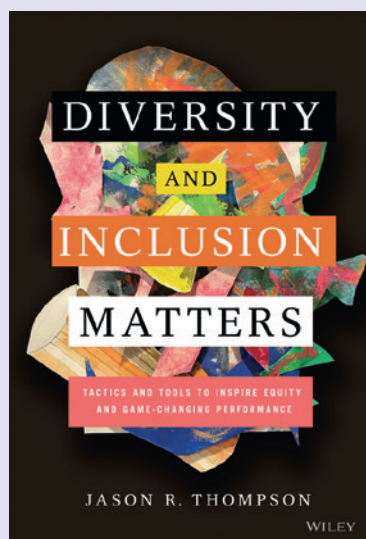
02



**ECKART VON HIRSCHHAUSEN, MENSCH, ERDE! WIR KÖNNTEN ES SO SCHÖN HABEN, DTV, 2021**

Der Autor (Arzt und Kabarettist) befasst sich mit den oft überraschenden Zusammenhängen der großen Themen unserer Zeit: Klimawandel und Gesundheit. Ein Virus hält uns in Atem und ungebremst schlittern wir in die Klimakrise. Was bedeuten die globalen Krisen unserer Zeit für unsere Gesundheit? Der Autor trifft Vordenker und Vorbilder und macht sich auf die Suche nach guten Ideen für eine bessere Welt. Warum kann man gegen Viren immun werden, aber nie gegen Wassermangel und Hitze? Wieso haben wir für nichts Zeit, aber so viel Zeug? Verbrauchen wir so viel, weil wir nicht wissen, was wir wirklich brauchen?

01



**JASON R. THOMPSON, DIVERSITY AND INCLUSION MATTERS, WILEY JOHN + SONS, 2022**

Das Buch bietet eine fachkundige Schritt-für-Schritt-Anleitung für den Aufbau einer erfolgreichen unternehmerischen Initiative für Vielfalt, Gleichberechtigung und Integration. Der Autor gibt einen klaren Plan und Werkzeuge an die Hand, die man benötigt, um ein Diversity-Programm mit realistischen Erwartungen in einem Unternehmen zum Erfolg zu führen.



03

**ISABELLA UHL-HÄDICKE, WARUM MACHEN WIR ES NICHT EINFACH?, DIE PSYCHOLOGIE DER KLIMAKRISE, MOLDEN VERLAG, 2022**

Die Umweltpsychologin und Wissenschaftlerin Isabella Uhl-Hädicke widmet sich in ihrem Buch der Frage: Wieso klaffen bei der Klimakrise Wissen und Handeln so oft auseinander, obwohl die Kosten des Nicht-Handelns um ein Vielfaches höher sind? Welche oft unbewussten Faktoren beeinflussen unser Umweltverhalten und wie schafft man es trotzdem, den inneren „Umweltschweinehund“ zu überlisten? Die Autorin liefert Antworten auf eine der brennendsten Debatten der Stunde: überraschend, hoffnungsvoll und mit vielen konkreten Anwendungsbeispielen.

# WAS WIR UNTERSTÜTZEN:





NACHHALTIGE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG  
KLIMA- & UMWELTSCHUTZ  
URSPRUNGSQUELLE & THERMALBAD  
VERANTWORTUNG & WIRTSCHAFT  
MARKEN- & NACHHALTIGKEITSBOTSCHAFTER:INNEN  
**GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN**  
SOZIALES & GESELLSCHAFT

KAPITEL 6

06

# GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN

# DAS VÖSLAUER-SORTIMENT IN ÖSTERREICH



# DAS VÖSLAUER-SORTIMENT IN DEUTSCHLAND



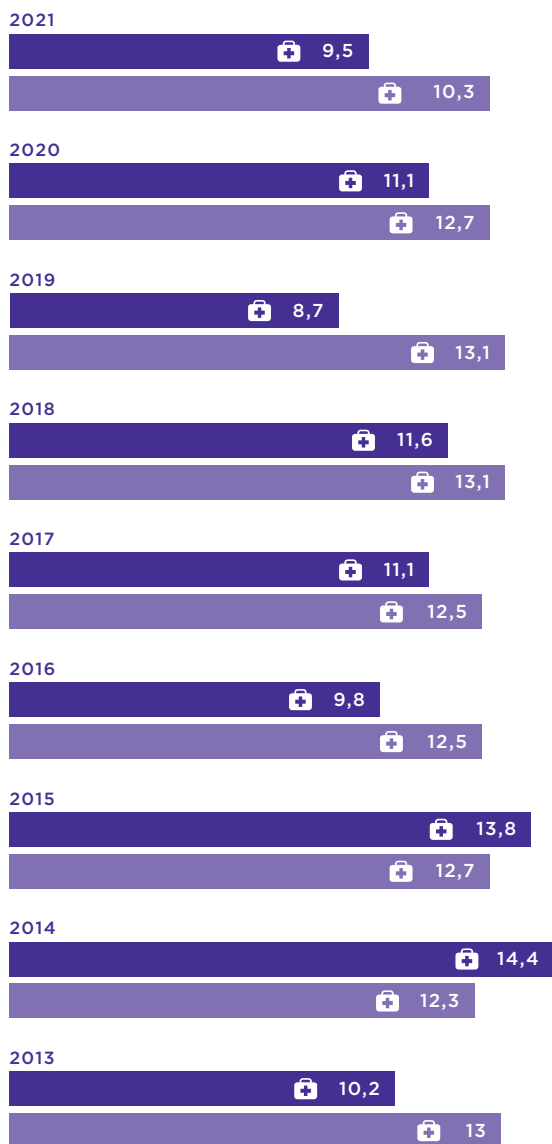
AKTUELLE ZIELE	FORTSCHRITT
<p><i><b>Wohlbefinden unserer Mitarbeiter:innen:</b></i>  <i>Das selbst gesteckte Ziel für Krankenstandstage unserer Mitarbeiter:innen: 11,5 Tage pro Person</i></p>	<p>Mit einem durchschnittlichen Wert von 9,5 Krankenstandstagen pro Mitarbeiter:in lagen wir 2021 deutlich unter dem österreichischen Durchschnittswert (2020 bei 12,7 Tagen).</p>
<p><i><b>Aktive Life Balance:</b></i>  <i>Fortlaufende Entwicklung unseres Gesundheitsprogramms und vielfältige Möglichkeiten für unsere Mitarbeiter:innen</i></p>	<p>Wir sind unseren vielseitigen Initiativen zur Gesundheitsförderung treu geblieben und bieten unserer Belegschaft ein aktives Angebot – von Vorsorgeuntersuchungen, über Sport und Ernährungsprogramme, bis hin zu gezielten Maßnahmen wie Stress- und Konfliktmanagement. Zusätzlich stehen Expert:innen unseres Partner-Hilfwerks unseren Mitarbeiter:innen mit Rat und Tat zur Seite.</p>
<p><i><b>Wohlbefinden unserer Konsument:innen:</b></i>  <i>Dem vermehrten Auftreten von Fruktoseintoleranz begegnen sowie steigendes Gesundheitsbewusstsein und dem Wunsch nach regionalen Produkten nachkommen</i></p>	<p>Der Umstieg erfolgte auf die natürlichste regionale Form des Zuckers, gewonnen aus der Zuckerrübe. Alle Vöslauer-Produkte sind für Menschen mit Fruktose-Unverträglichkeit geeignet.</p> <p>Zudem sind alle unsere Produkte mit Geschmack ohne Konservierungsstoffe sowie ohne Süßungsmittel und aus ausschließlich natürlichen Inhaltsstoffen hergestellt.</p>
<p><i><b>Gesunde Sortimentserweiterung:</b></i>  <i>Kund:innenbedürfnisse wahrnehmen und das Sortiment um zuckerfreie Sorten sowie um Bio- und Vitamin-Produkte erweitern</i></p>	<p>Zwei zusätzliche Vöslauer Flavours-Sorten in Deutschland und eine in Österreich mit null Kalorien ergänzen das Sortiment in der Kategorie Wasser mit Zusatz ohne Zucker oder Süßungsmittel.</p> <p>2020 brachten wir unsere Bio-Limonade aus herkunftsbezogenen Früchten auf den Markt.</p> <p>Wir haben unser Balance-Sortiment um eine Kategorie erweitert: Balance Juicy Plus – natürliches Mineralwasser mit Geschmack und einem Plus an Vitaminen – Balance Juicy Rote Früchte – Echinacea und Balance Juicy Sonnenfrüchte mit Vitamin D, B6 und Zink.</p>



Unsere Marke steht für  
Wohlbefinden, Leichtigkeit  
und Natürlichkeit.

## 6.1 GESUNDHEIT FÜR ALLE

■ Krankenstandstage Mitarbeiter:innen  
 ■ Krankenstandstage Durchschnitt Österreich



Unsere Marke steht für Wohlbefinden, Leichtigkeit und Natürlichkeit. Da ist es nur konsequent, dass wir auf die Gesundheit der Menschen achten, die bei uns arbeiten. Das gilt für alle: sowohl für Mitarbeiter:innen mit manueller Arbeit in der Produktion als auch für jene in Organisation und Vertrieb. Die durchschnittlichen Krankenstandstage pro Mitarbeiter:in lagen 2021 bei 9,5 Tagen und somit wieder deutlich unter dem österreichischen Durchschnitt. Der Durchschnittswert für Österreich für 2021 belief sich laut Statistik Austria auf 10,3 Krankenstandstage pro Person. Für unser Unternehmen ist der Wert von 9,5 Tagen im langjährigen Vergleich ein ausgezeichneter Wert. Unser Ziel, weniger als 11,5 Krankenstandstage pro Person zu verzeichnen, haben wir damit deutlich übererfüllt. Um die Gesundheit der Mitarbeiter:innen zu unterstützen, wurde das Vöslauer-Gesundheitsprogramm im Berichtsjahr fortgeführt, in welches auch das Thermalbad integriert wurde.

### PROGRAMM ZUR GESUNDHEITSFÖRDERUNG<sup>1</sup>

Wir bleiben unserem Programm der betrieblichen Gesundheitsförderung weiterhin treu, wenn es 2020 und 2021 Corona-bedingt nur in sehr eingeschränktem Ausmaß über digitalem Weg stattfinden konnte. Ob Beratung und Vorsorge beim Betriebsarzt, Fitness- und Bewegungsangebote – für Anfänger:innen bis hin zum ambitionierten Sportprogramm wird jede Leistungsstufe im Angebot berücksichtigt. Das Programm zur Gesundheitsförderung schließt auch die Fitnessräume im Thermalbad mit ein und bietet darüber hinaus Aktivitäten wie Volleyball oder Radfahren. Im Vöslauer-Bürogebäude oder im Thermalbad stehen Rücken-Fit-, Yoga- und Qi Gong-Stunden auf dem Programm sowie Gesundenunter-

suchungen oder Raucher:innenentwöhnung. Zusätzlich bieten wir regelmäßig Seminare und Vorträge zum Thema gesunde Ernährung an. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter:innen bei einem aktiven Lebensstil und fördern sportliche Aktivitäten auch über den unmittelbaren Arbeitsplatz hinaus, etwa durch Gratis-Startplätze bei Laufveranstaltungen. Weitere geplante Leistungen sind im Nachhaltigkeitsprogramm im Anhang dargestellt.

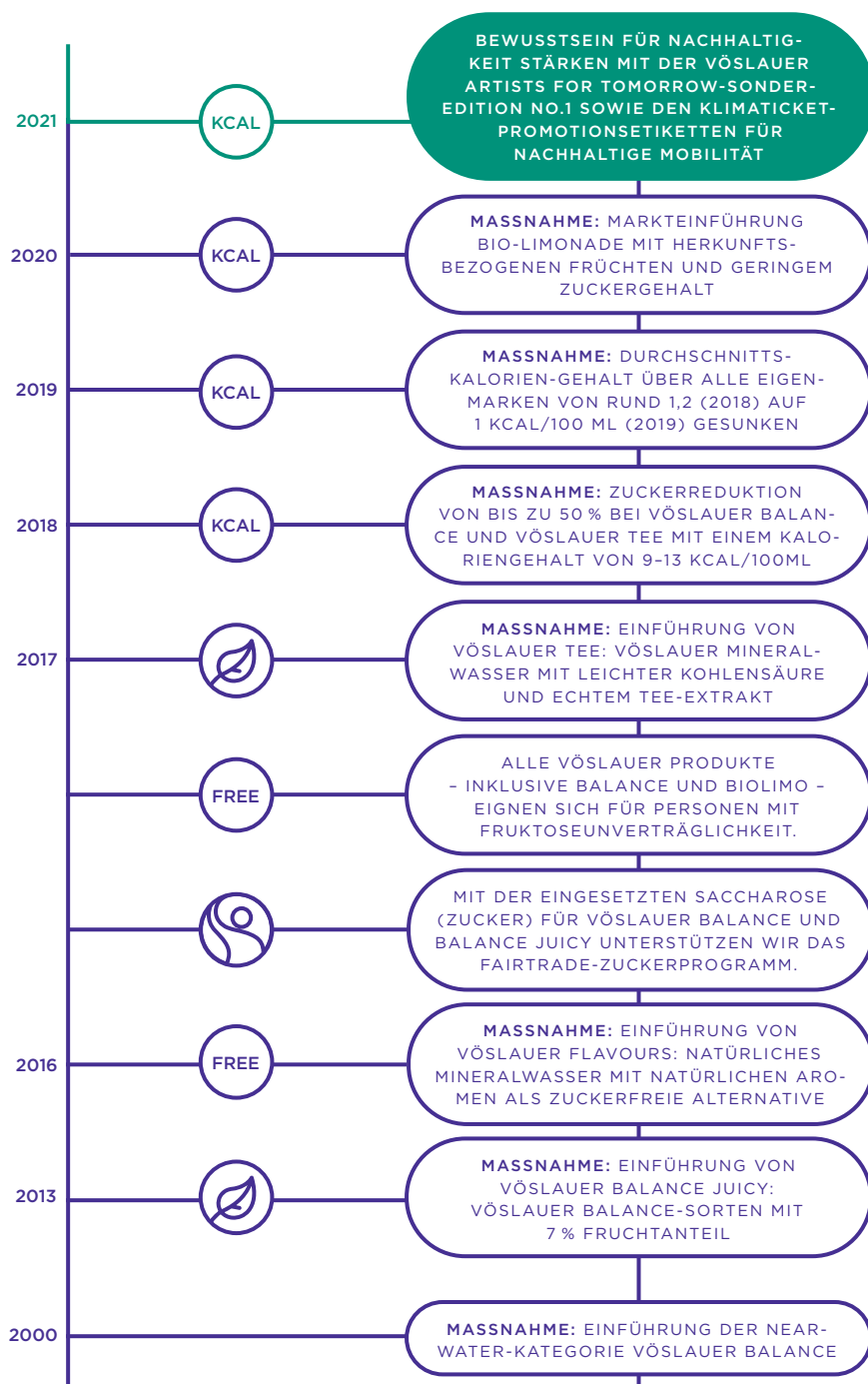
Fortschritte gelangen uns auch in der Unterstützung um die psychische und emotionale Gesundheit am Arbeitsplatz. Gezielte Maßnahmen, wie etwa Stress- und Konfliktmanagement oder Coaching, unterstützen beim Erhalt der psychischen Gesundheit. Mit dem von uns angebotenen kostenfreien externen Beratungsservice „Keep Balance“ wollen wir unseren Mitarbeiter:innen Unterstützung bei allen möglichen Sorgen bereitstellen. Erfahrene Expert:innen unseres Partners Hilfswerk beraten unsere Mitarbeiter:innen bei privaten oder beruflichen Herausforderungen.

#### **GESUNDHEITSTAG FÜR MITARBEITER:INNEN „JUNGBLEIBEN-TAG“**

In den vergangenen Jahren wurde für die Mitarbeiter:innen einmal jährlich ein Nachhaltigkeitstag – unser „Jungbleiben-Tag“ – veranstaltet, der auch ein Gesundheitsprogramm beinhaltete. Ziel war es, das umfassende und abwechslungsreiche Fitness- und Gesundheitsangebot – insbesondere im Thermalbad – ins Bewusstsein zu rufen. Familie und Freunde der Mitarbeiter:innen werden willkommen geheißen, an dem abwechslungsreichen Sport-, Fitness- und Gesundheitsangebot im Thermalbad teilzunehmen. Eine Kooperation mit der AUVA ermöglichte einen Sicherheitsschwerpunkt und der Betriebsarzt stand für medizinische Aspekte zur Verfügung. In den Jahren 2020 und 2021 war es Corona-bedingt nicht möglich diese erfolgreiche Veranstaltung für mehr Wohlbefinden stattfinden zu lassen. Daher wurde ein virtuelles Programm zu den Themen Gesundheit & Fitness zusammengestellt, das über die Mitarbeiter:innen-App „Vöslaura“ abrufbar war.

„Vöslauer setzt viele Maßnahmen,  
 um die beiden Lebensbereiche  
 Familie und Beruf in Einklang zu bringen,  
 wie z. B. flexible Arbeitszeitmodelle,  
 Mobile Work, Kinderbetreuung in Ferienzeiten,  
 Unterstützung der Väterkarenz und  
 vielfältige Fitness- und Sportangebote.“

## 6.2 GETRÄNKE FÜR EINEN NACHHALTIGEN LEBENSSTIL



### MINERALWASSER ALS TEIL EINES GESUNDEN LEBENSSTILS<sup>1</sup>

Viel trinken unterstützt Wohlbefinden und Gesundheit. Die Basis all unserer Produkte ist Vöslauer Mineralwasser mit seiner speziellen Mineralstoffzusammensetzung. In Österreich bildet Mineralwasser die größte Kategorie unter allen alkoholfreien Getränken. Das natürliche Mineralwasser der Vöslauer-Quellen zeichnet sich durch seinen Mineralstoffgehalt und seine Spurenelemente aus. Gerade Mineralstoffe sind für uns wichtig, da sie genauso wie Vitamine nicht vom Körper selbst hergestellt werden können. Die Mineralwasser-Quellen 6 und 7 weisen einen pH-Wert von 7,2 auf. Dieser Wert bestimmt den Säuregehalt von Flüssigkeiten. Vöslauer Mineralwasser gilt daher als besonders ausgewogen im Geschmack. Darüber hinaus sind alle Vöslauer-Produkte für Menschen mit Fruktose-Unverträglichkeit geeignet.

**KUND:INNENBEDÜRFNISSE STETS IM BLICK**

Umwelt- und Klimaschutz haben enorm an Bedeutung gewonnen. Konsument:innen kaufen bewusster ein und nachhaltige Produkte sind mittlerweile zu einem wesentlichen Faktor in puncto Kaufentscheidung geworden. Für viele Konsument:innen ist Mehrweg eine der großen Antworten für mehr Nachhaltigkeit und Umweltschutz, die Nachfrage nach Vöslauer Glas-Mehrwegflaschen und Pfandgebinden steigt kontinuierlich. In Hinblick auf die EU-Ziele der „Single Use Plastics Directive“, die es zu errei-

chen gilt, ist Kreislaufwirtschaft ein wichtiges Thema. Als Marktführer bei Pfand- und Mehrwegprodukten sind wir dafür bestens gerüstet. Da wir unseren Beitrag zur Erreichung einer zirkulären Wirtschaft sehr ernst nehmen, haben wir die Umweltinvestitionen in der aktuellen Berichtsperiode deutlich von 144.555 EUR (2019) auf knapp 4 Mio. EUR (2020) und über 3 Mio. EUR (2021) erhöht. Damit beträgt der Anteil unserer Umweltinvestitionen an den Gesamtinvestitionen über 40 %. 2020 lag ein starker Fokus auf Glas-Mehrweg und 2021 auf dem Bereich PET-Mehrweg.

**6.3 GETRÄNKE MIT KEINEM ODER GERINGEM KALORIENGEHALT<sup>1</sup>**

„Die Bedürfnisse unserer Konsument:innen stehen im Zentrum unserer Entwicklungen. Wir wollen wissen, was sie bewegt und worauf sie besonderen Wert legen.“

Das zunehmende Gesundheitsbewusstsein bedeutet für uns, dass wir neben natürlichem Geschmack und besten Zutaten wenig bis keinen Zucker einsetzen und selbstverständlich auf Süßungsmittel und Konservierungsstoffe verzichten. Vöslauer Mineralwasser wird in den Sorten prickelnd, mild, ohne und superprickelnd angeboten – mit null Kaloriengehalt. 2021 wurde die Sorte „Superprickelnd“ erfolgreich auf das 1,5 Liter Vorratsgebinde erweitert, ebenso gewannen unsere Near Water-Produkte mit wenig oder gar keinem Zucker an Beliebtheit. So bieten wir neben unserem Mineralwasser auch Vöslauer Balance und Vöslauer Balance Juicy als kalorienarme Varianten (weniger als 20 kcal je 100 ml) an. Die Sorten von Vöslauer Flavours kommen völlig ohne Zucker und ohne Süßungsmittel aus, nur reines natürliches Mineralwasser mit Geschmack. „Null Kalorien“-Getränke mit natürlichen

Aromen stehen bei den Konsument:innen hoch im Kurs, das bestätigt der Erfolg der Vöslauer Flavours seit ihrer Einführung im Jahr 2016. Zitrone, Himbeere, Lemongrass und Orange sind jene vier Sorten, die 2021 am österreichischen Markt erhältlich waren. Alle Vöslauer Flavours gibt es in der kompakten 1 Liter PET-Flasche aus 100 % rePET sowie im 4 x 1 Liter Pack, die Sorten Zitrone, Himbeere und Orange auch in der 0,5 Liter 100 % rePET-Flasche. Vöslauer Flavours Zitrone bieten wir auch in der 0,5 Liter Glas-Mehrwegflasche an.

In Deutschland besteht das Vöslauer Flavours-Sortiment 2021 aus sechs unterschiedlichen Geschmacksrichtungen: Zitrone, Orange, Lemongrass, Himbeere, Clementine und Schwarze Johannisbeere in der 1 Liter 100 %-rePET-Flasche. Zitrone

<sup>1</sup> GRI FP6



und Himbeere gibt es in der 0,5 Liter 100 %-rePET-Flasche. Damit halten wir am deutschen Markt das breiteste Flavours-Sortiment in der Kategorie Wasser mit Zusatz ohne Kalorien, also ohne Zucker und ohne Süßungsmittel.

#### NEUE PRODUKTE

Die neue Vöslauer Balance Juicy Plus Kategorie wurde in Österreich mit dem Launch der Sorten Rote Früchte – Echinacea und Sonnenfrüchte mit Vitamin D auf den Markt gebracht. Auch in Deutschland wird die Sorte Vöslauer Balance Juicy Plus Rote Früchte – Echinacea von den Konsument:innen sehr gut angenommen. Das klassische Balance Juicy-Sortiment, bestehend aus Pink Grapefruit, Pfirsich-Mango und Zitrone wird somit um eine Sorte mit Vitamin-Benefit ergänzt. Für alle Balance-Sorten am deutschen Markt wird Fairtrade-Zucker mit Mengenausgleich eingesetzt.

Limonade soll gut schmecken. Dafür setzen wir Vöslauer Mineralwasser, natürliche Säfte aus herkunftsbezogenen

Früchten sowie österreichischen Bio-Zucker ein (nur 4 g je 100 ml). Grundsätzlich versuchen wir Zucker, wo immer es möglich ist, reduziert einzusetzen und den Geschmack trotzdem hochzuhalten.

Wir wollen unseren Konsument:innen hohen Genuss bieten, also Vielfalt und Raffinesse im Geschmack, und auch für Wohlbefinden sorgen. Vöslauer Bio-Limonade ist mit durchschnittlich 19 Kilokalorien je 100 Milliliter unser Produkt mit dem größten Nährwert. Für unsere Bio-Limonade verwenden wir im Durchschnitt 30 % weniger Zucker im Vergleich zu herkömmlichen Limonaden.

Darüber hinaus wurden die Vöslauer Juniors einem Design-Relaunch unterzogen: Die adaptierte Flaschenform und das Etikettendesign wurden durch Sammelsticker, Kindertattoos und ein digitales Augmented-Reality-Erlebnis ergänzt – Spielen und Lernen gehen damit Hand in Hand.

### 6.4 BIO<sup>2</sup> & FAIRTRADE<sup>3</sup>: NATÜRLICHE INHALTSSTOFFE MIT HERKUNFTSBEZUG

Sowohl Saccharose (Zucker) als auch Fruktose sind natürlichen Ursprungs. Wobei Saccharose vorwiegend in der Zuckerrübe und im Zuckerrohr vorkommt und Fruktose vor allem in Früchten, Honig und Agavendicksaft. Im Jahr 2019 erfolgte für Vöslauer-Getränke eine Umstellung von Fruktose auf die natürlichste regionale Form des Zuckers, gewonnen aus der Zuckerrübe. Mehrere Gründe waren für den Fruktose-Verzicht ausschlaggebend: Das vermehrte Auftreten von Fruktoseintoleranz und das steigende Gesundheitsbewusstsein der Konsument:innen gegenüber gesünderen Alternativen sowie unser Bestreben, wenn immer möglich auf regionale Produkte zu setzen. Darüber hinaus verzichten wir auf künstliche Süßungsmittel. Vöslauer Balance ist natürliches Mineralwasser verfeinert mit ausgesuchten natürlichen Aromen und Extrakten von Früchten, Blüten und Kräutern. Vöslauer Balance Juicy bietet mit einem Fruchtanteil von 7 % einen intensiven Geschmack und ist dabei natürlich frei von Farb- und Konservierungsstoffen. Alle Balance- und Balance Juicy-Sorten sind 100 % vegan und natürlich ohne Konservierungsstoffe hergestellt.

Wir setzen bei Vöslauer-Produkten ausschließlich auf Zucker aus Österreich – hier sorgen die strengen nationalen Auflagen für hohe soziale Standards. Mit unserem Einstieg in das Fairtrade-Zuckerprogramm nach der Mengenbilanzierung seit Anfang 2016 können wir einen Beitrag zur Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen in Ländern des Globalen Südens leisten. Die Standards sind hierbei umfassend und zielen auf einen fairen und ökologischen Anbau sowie Handel und eine langfristige Weiterentwicklung der Kleinbauern ab. Damit sind wir berechtigt, für zuckerhaltige Getränke außerhalb von Österreich das Fairtrade-Gütesiegel zu verwenden. Vöslauer Bio-Limonade ist Österreichs erste Premiulimonade mit Fruchtsaft und Zucker aus 100 % kontrolliert biologischer Landwirtschaft. 2020 sind wir einen Schritt weitergegangen: Mit der neu eingeführten Produktkategorie „Vöslauer Limonade“ werden neben österreichischem Biozucker ausschließlich herkunftsbezogene Früchte erstklassiger Bio-Qualität eingesetzt: sizilianische Zitronen, serbische Himbeeren und Brombeeren sowie spanische Orangen.

<sup>2</sup> GRI FP 2

<sup>3</sup> GRI FP 2

# WAS UNS BEWEGT:



NACHHALTIGE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG  
KLIMA- & UMWELTSCHUTZ  
URSPRUNGSQUELLE & THERMALBAD  
VERANTWORTUNG & WIRTSCHAFT  
MARKEN- & NACHHALTIGKEITSBOTSCHAFTER:INNEN  
GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN  
SOZIALES & GESELLSCHAFT

KAPITEL 7

07

# SOZIALE & GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

AKTUELLE ZIELE	FORTSCHRITT
<p><i><b>Kodex für transparente Zusammenarbeit:</b> für Kooperationen zwischen Unternehmen und Nonprofit-Organisationen</i></p>	<p>Wir planen Teil dieser Initiative zu werden und werden künftig sämtliche Kooperationen, Sponsorings etc. offenlegen, transparent darstellen und verpflichten uns im Zuge dessen, die Richtlinien und Qualitätsstandards des Kodex einzuhalten.</p>
<p><i><b>Bewusstseinsbildung:</b> Fortlaufende Sensibilisierung für die Themen rePET und Kreislaufwirtschaft</i></p>	<p>Durch die Nutzung diverser Kommunikationskanäle sowie Plattformen wie <a href="http://www.repet.com">www.repet.com</a> fördern wir proaktiv - gemeinsam mit Partner:innen - das Bewusstsein jedes Einzelnen, um einen positiven Beitrag zur Kreislaufwirtschaft leisten zu können.</p>
<p><i><b>Impulse setzen:</b> Das eigene Engagement hinsichtlich Nachhaltigkeit transparent kommunizieren</i></p>	<p>Mit authentischer und transparenter Kommunikation setzen wir uns für einen nachhaltigen Lebensstil ein. Das zeigt sich in zahlreichen Kampagnen sowie fortlaufenden Maßnahmen, wie z. B. die Nutzung von Ocean Plastic bei Werbemitteln.</p>
<p><i><b>Vereinbarkeit:</b> Das berufliche und familiäre Engagement in Balance halten</i></p>	<p>Bereits 2019 wurden wir für unsere kontinuierlichen Maßnahmen im Personalbereich mit dem staatlichen Gütezeichen „berufundfamilie“ ausgezeichnet. Durch die Einleitung weiterer Maßnahmen ist eine Rezertifizierung für das laufende Jahr 2022 geplant.</p>
<p><i><b>Gesundheit &amp; Sicherheit:</b> Betriebliches Gesundheitsmanagement fördern</i></p>	<p>Im Jahr 2020 wurde unser Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsystem nach ISO 45001 zertifiziert. Die aktive Beteiligung und stetige Verbesserung - gemeinsam mit unseren Mitarbeiter:innen - sind essenzielle Aspekte unseres Engagements.</p>
<p><i><b>Soziales Engagement:</b> Einen Beitrag leisten – über eigene Grenzen hinaus</i></p>	<p>Das Thema Wasser begleitet uns nicht nur im Kerngeschäft - wir engagieren uns auch im Rahmen des SDGs 6 und kooperierenden Partnerschaften in diversen Projekten, um die Versorgung mit sauberem Trinkwasser zu fördern, wie z. B. mit der UNICEF in dem Projekt „Wasser für Syrien“.</p> <p>Auch vor Ort sind wir tätig und unterstützen durch Spenden z. B. den Sozialmarkt SOMA oder die Caritas-Einrichtung „Gruft“, eine Einrichtung der Caritas für obdachlose Menschen.</p>



Einen Beitrag leisten  
über die eigenen  
Grenzen hinaus.

## 7.1 BEWUSSTSEINSBILDUNG FÜR NACHHALTIGKEIT

Als Marktführer im Bereich Mineralwasser haben wir eine große Resonanz und damit Verantwortung – intern wie extern. Über unsere Website [www.voelslauer.com](http://www.voelslauer.com), Social Media-Aktivitäten, unser digitales Magazin [www.jungbleiben.com](http://www.jungbleiben.com) und unsere Flaschen-Etiketten erreichen wir zahlreiche Menschen. Auch hier gilt: Mahnungen schaffen nur begrenzt Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung. Wir versuchen daher authentisch und transparent unser Engagement für einen nachhaltigen Lebensstil zu kommunizieren. So diskutieren wir auf allen unseren Plattformen Themen rund um Nachhaltigkeit, beispielsweise in Bezug auf Lifestyle, Kunst, ökologische Initiativen oder die „Übersetzung“ von Nachhaltigkeit in Gastronomie und Handel. Viele Kommunikationsimpulse setzen wir auch gemeinsam mit unseren Kooperationspartner:innen, egal ob es sich um die künstlerische Zusammenarbeit mit Designer:innen oder um Kooperationen mit NGOs handelt.

### GEMEINSAM MEHR ERREICHEN

So stehen Kommunikation und Kooperation auch ganz oben auf der Agenda, wenn es um Bewusstseinsbildung bei Kund:innen und Mitarbeiter:innen geht. Wir nutzen alle uns zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle, um transparent über unsere Ziele und Maßnahmen für mehr Umwelt- und Klimaschutz zu informieren. Ein wichtiges Thema ist beispielsweise aufzuzeigen und zu erklären, dass die richtige Entsorgung und Verwertung leerer Gebinde und damit das Aufrechterhalten des Recyclingkreislaufs ein wichtiger Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Reduktion sind.

### MITARBEITER:INNEN APP „VÖSLAURA“

Die App wird dafür genutzt, alle Mitarbeiter:innen regelmäßig über Neuerungen im Nachhaltigkeitsbereich zu informieren oder auch interaktiv mit ihnen in Kontakt zu treten. Über diese Kommunikationsplattform werden insbesondere auch die Kolleg:innen in der Produktion erreicht.

### CLIMATE RANGER

Seit dem Geschäftsjahr 2021 sind einige Kolleg:innen Teil der Climate Ranger Community von Glacier. Sie vernetzen sich mit Climate Rangern aus anderen Unternehmen, nehmen an Webinaren teil und versorgen das eigene Unternehmen und ihre Kolleg:innen mit neuen, inspirierenden Ideen. Inzwischen sind Mitarbeiter:innen aus mehr als 100 öster-

reichischen Unternehmen in dieser Community aktiv. Ziel dieser Initiative ist es, die Nachhaltigkeits- und Klimaziele von Unternehmen voranzutreiben und so viele Mitarbeiter:innen wie möglich daran zu beteiligen und Bewusstseinsarbeit zu leisten.

### TEIL DES CLIMATE IMPACT DAYS

Am 21. September 2021 fand der erste österreichweite Climate Impact Day statt, an dem wir uns aktiv beteiligt haben. Mit Vorträgen, Workshops und unterschiedlichen Aktivitäten wurde das Thema Klimaschutz einmal mehr in den Mittelpunkt gerückt. Der Climate Impact Day bot Inspiration und Motivation und zeigte unterschiedliche Zugänge sowie neue Möglichkeiten für klimafreundliches Verhalten auf. So soll auch abseits des täglichen Kerngeschäfts eine positive Wirkung für mehr Klimaschutz erreicht werden. Der Climate Impact Day war eingebettet in die Europäische Nachhaltigkeitswoche, mit ein Grund, weshalb auch die gesamte Woche dem Nachhaltigkeitsgedanken gewidmet wurde – so wurde der Climate Impact Day zur Climate Impact Week. Allen Mitarbeiter:innen wurden weitere Informationen und Inhalte rund um Klima- und Umweltschutz geboten, zudem sorgten Gewinnspiele mit Informationscharakter für Abwechslung. Dass Umwelt- und Klimaschutz nicht nur Chefsache ist, das sollte mit den Aktivitäten zum Aktionstag „Climate Impact Day“ ganz besonders hervorgehoben werden. Organisiert wird der Climate Impact Day vom Impact Start-up Glacier. ([glacier.eco/climate-impact-day](http://glacier.eco/climate-impact-day)).

### NACHHALTIGE IMPULSE AM FUTURE DAY 2021

Im Oktober 2021 fand der „Future Day“ statt, eine Veranstaltung für Mitarbeiter:innen und auch für Kolleg:innen aus der Familiengruppe. Vermittelt wurden unter anderem unsere strategischen Nachhaltigkeitsziele und auch Schwerpunkte zum Thema Klimaschutz und CO<sub>2</sub>-Emissionen. Die Ambition war, mehr Bewusstsein für unser nachhaltiges Engagement zu schaffen – zuerst nach innen, um in einem nächsten Schritt dieses Bewusstsein über Kund:innenkontakte, Präsentationen, Gespräche etc. nach außen zu tragen.

### BETRIEBSFÜHRUNGEN

Einen wichtigen Beitrag zur Bewusstseinsbildung für Nachhaltigkeit leisten auch unsere Betriebsführungen. Transparenz ist

uns wichtig, daher zeigen wir, wie unsere Produkte entstehen und was ressourcen- und umweltfreundliche Produktion für uns bedeutet – vom Mineralwasser bis hin zur Verpackung. Aufgrund der Corona-Pandemie wurden die Führungen in den beiden Berichtsjahren hauptsächlich virtuell abgehalten. Ein Führungsteam hat Interessierte via Zoom live durch das Werk geführt und Fragen persönlich beantwortet bzw. bestand auch die Möglichkeit, über einen Betriebsführungsfilm das Unternehmen kennenzulernen.

[www.voelslauer.com/web/at/fuehrungen](http://www.voelslauer.com/web/at/fuehrungen)

#### **WELTTAG DES WASSERS**

Der jährlich stattfindende Welttag des Wassers stand 2021 unter dem Leitthema „Wert des Wassers“. Ziel des von der UNESCO ins Leben gerufenen Weltwassertages ist es, auf die Bedeutung des Wassers als Lebensgrundlage für die Menschheit aufmerksam zu machen. Mit der Kampagne „Wertvolles Wasser“ verweisen wir auf den verantwortungsvollen und ressourcenschonenden Umgang im Unternehmen und veröffentlichten dazu den Film „Alle Zeit der Welt“

(<https://youtu.be/d9TjJPjZV1U>). Der Welttag des Wassers erinnert daran, dass Wasser keine Selbstverständlichkeit ist. Mit unseren Kooperationspartner:innen wollen wir zu mehr Gerechtigkeit und auch mehr Möglichkeiten für den Zugang zu sauberem Wasser beitragen.

#### **PLATTFORM**

##### **WWW.REPET.COM**

Um Bewusstseinsbildung für Kreislaufwirtschaft und für den wertvollen Rohstoff rePET (recyceltes PET) zu forcieren, haben wir die Plattform [www.repet.com](http://www.repet.com) ins Leben gerufen. Hier wird darüber informiert, was rePET ist, wie es entsteht und wie jeder Einzelne etwas dazu beitragen kann, damit das wertvolle Material im Kreislauf bleibt. Diese Initiative wird von vielen Partner:innen unterstützt, die ebenso einen Beitrag – bei ihren Produkten oder in der Kommunikation – hin zu umwelt- und ressourcenschonender Verpackung leisten wollen. Durch ein einheitliches Logo erkennen Konsument:innen sofort, dass PET-Einweg-Flaschen zu 100 % aus rePET bestehen. [www.repet.com](http://www.repet.com)

„Was noch wichtiger werden wird und wir gleichzeitig auch von den jungen Menschen lernen können, ist, dass nichts mehr gehen wird, ohne Umwelt- und Klimaschutz mitzudenken.“

### KAMPAGNEN UND WERBEMITTEL

In Zusammenarbeit mit Brand Ambassadors, Testimonials und sonstigen Unterstützer:innen der Marke Vöslauer steht eines im Vordergrund: Gelebte Nachhaltigkeit und ernst gemeintes Engagement. Wenn wir auf Menschen treffen, die Nachhaltigkeit als Bedingung für eine Zusammenarbeit sehen, dann wissen wir, dass sie zu uns passen. Aber auch bei alltäglichen Themen versuchen wir nachhaltige Lösungen zu finden. So gehen wir beispielsweise sparsam mit Papier um und gestalten viele unserer Broschüren digital, wie diesen Nachhaltigkeitsbericht. Dort, wo wir auf Papier noch nicht verzichten können, verwenden wir entweder 100 % Recyclingpapier oder umweltfreundliches Papier. Auch bei Werbemitteln setzen wir ökologische Akzente und verwenden unter anderem rePET, Ocean Plastic oder Bio-Baumwolle. Beispiele dafür sind unsere 100 %-rePET-Netzetaschen oder die „Clip & Go's“, ein stylisches Accessoire, das je nach Farbe und Machbarkeit aus Ocean Plastic beziehungsweise aus recyceltem PET hergestellt wird, um Vöslauer-PET-Flaschen überall mitnehmen zu können. [www.voelslauer-designshop.com](http://www.voelslauer-designshop.com)

### X RIP OFF CREW – ARTISTS FOR TOMORROW SONDEREDITION NO. 1

Auffallend und künstlerisch präsentierten sich seit April 2021 die bauchigen 1 Liter Flaschen aus 100 % rePET. Sowohl in

Österreich als auch in Deutschland zeigen wir auf den markanten Flaschen mit Botschaft unsere klare Haltung zu mehr Klimaschutz. Auf den Etiketten konnten Künstler:innen ihre Gedanken zu Themen wie Recycling und gesunde Umwelt künstlerisch inszenieren und damit unsere Konsument:innen inspirieren. Das erfolgreiche Projekt wird 2022 fortgeführt.

### KLIMAFREUNDLICH DURCH ÖSTERREICH

In Kooperation mit dem Bundesministerium für Klimaschutz, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK) setzen wir uns für die verstärkte Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln ein. Mit dem KlimaTicket wird die im Regierungsprogramm festgesetzte Öffi-Karte für alle Verkehrsmittel in Österreich umgesetzt und auf den Etiketten der 0,5 Liter Vöslauer Mineralwasserflaschen aus 100 % rePET kommuniziert.

### VORZEIGEMODELL IM TV-WISSENSMAGAZIN „GALILEO“

Im Rahmen der Rubrik „Lernen von den Besten“ war das TV-Wissensmagazin „Galileo“ Anfang Juli bei uns zu Besuch in Bad Vöslau. Anlass war die Realisierung des Meilensteins 100 % rePET auf das gesamte PET-Sortiment. Der Fernsehbeitrag thematisiert den Umgang mit PET-Flaschen und setzt dabei Deutschland und Österreich in den Vergleich – mit uns als Paradebeispiel.



## 7.2 AUSZEICHNUNGEN & ZERTIFIZIERUNGEN<sup>1</sup>

### AUSTRIAN SUSTAINABILITY REPORTING AWARD

Im November 2020 wurden wir von der ASRA-Jury mit dem Austrian Sustainability Reporting Award ausgezeichnet.

### NACHHALTIGE GESTALTER:INNEN

Im November 2021 wurden im Rahmen des CSR-Circle die Nachhaltigen Gestalter:innen 2021 ausgezeichnet. Das Magazin BUSINESSART wählte insgesamt 15 Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen aus und wir waren eines davon. Die Begründung für die Auszeichnung waren die Umstellung des gesamten PET-Sortiments auf 100 % rePET, die Einführung der ersten 0,5 Liter Glasflasche im Handel und die Entwicklung der ersten modernen PET-Mehrwegflasche, die 2022 auf den Markt kommen wird.

### STAATSPREIS SMART PACKAGING 2020

Nach der Verleihung des Österreichischen Umweltzeichens durften wir uns über eine weitere Auszeichnung für die 0,5 Liter Glas-Mehrwegflasche freuen. Im Rahmen des „Staatspreis Smart Packaging“, welcher vom Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie in Kooperation mit dem Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort vergeben wird, wurde die erste 0,5 Liter Glas-Mehrwegflasche Österreichs für den Handel in der 8 x 0,5 Liter-Kiste aus 100 % Recyclingmaterial mit dem Prädikat „Vorbildliche Verpackungslösung 2020“ ausgezeichnet.

### AUDIT „BERUFUNDFAMILIE“

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, aber auch die Gesundheit und Fitness aller Mitarbeiter:innen sind für uns wesentliche Ziele. Daher setzen wir kontinuierlich Maßnahmen, die berufliches und familiäres Engagement in eine gute Balance bringen. 2019 wurden wir erneut mit dem staatlichen Gütezeichen „berufundfamilie“ ausgezeichnet. Eine Rezertifizierung ist für das Jahr 2022 geplant und entsprechende Maßnahmen dazu wurden bereits eingeleitet.

### AIB-ZERTIFIKAT

AIB (American Institute of Baking) ist ein System zur Gewährleistung der Sicherheit eines Lebensmittels während der gesamten Lebensmittellieferkette. Der Standard gilt für alle Segmente der Lebensmittelverarbeitung weltweit.

### AMA-BIOSIEGEL-ZERTIFIKAT

Vöslauer-Limonaden tragen das AMA-Gütesiegel, das zusätzlich zu den Anforderungen des EU-Biologos 100 % biologische Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs garantiert. Damit werden höhere Qualitätsanforderungen, als nach den gesetzlichen Bio-Standards vorgesehen, erfüllt.

### BIO-GARANTIE-ZERTIFIKAT

Vöslauer-Limonaden sind darüber hinaus mit dem Bio-Garantie-Zertifikat versehen, das von der Bio-Kontrollstelle Austria Bio GmbH vergeben wird. Im Rahmen der Bio-Zertifizierung wird die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben überprüft: der Ausweis der Herkunft der Rohstoffe, die exakte Trennung konventioneller und biologischer Produkte im Betrieb, die Sicherstellung der GVO-Freiheit (Verbot des Einsatzes von gentechnisch veränderten Organismen) von Bio-Produkten sowie die Sicherstellung der korrekten Kennzeichnung von Zutaten und Produkten.

### FAIRTRADE-STANDARDS

Die Erfüllung der Fairtrade-Standards sowie die FLOCERT-Zertifizierungsanforderungen sind uns ein wichtiges Anliegen: Die Fairtrade-Standards sind ein Regelwerk, das Kleinbauernkooperativen, Plantagen und Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette einhalten müssen. Sie umfassen soziale, ökologische und ökonomische Mindestanforderungen, um eine nachhaltige Entwicklung der Produzentenorganisationen in den sogenannten Entwicklungsländern zu gewährleisten. FLOCERT ist die globale Zertifizierungsstelle für Fairtrade. Eine Fairtrade-Zertifizierung liegt für den Zucker in den Balance-Produkten für den deutschen Markt vor.

### IFS-ZERTIFIKAT

IFS (International Featured Standards – Food) ist ein System zur Sicherstellung der Lebensmittelqualität und der Qualität und Legalität bei der Produktion.

### ISO 14001-ZERTIFIKAT

Die Zertifizierung des Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 bestimmt die Anforderungen an das Umweltmanagement im Unternehmen. Umweltaspekte und -risiken werden bewertet, Umweltpolitik, -ziele und -programm anschließend festgelegt und das Umweltprogramm umgesetzt.

<sup>1</sup> GRI FP 5

### 7.3 SOZIALES ENGAGEMENT - SPENDEN & SPONSORING<sup>1</sup>

Unser Engagement richtet sich nicht nur an unsere Mitarbeiter:innen und die Region. Wir wollen auch über die Grenzen von Bad Vöslau hinaus unseren Beitrag leisten. Aus diesem Grund pflegen wir langjährige Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen, die sich in Österreich und weltweit engagieren und setzen uns insbesondere für das Entwicklungsziel SDG 6 ein – sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen.

#### FOKUS AUF LANGJÄHRIGE PARTNERSCHAFTEN

Ziel ist es, bei allen nationalen und globalen Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen eine langfristige Zusammenarbeit einzugehen, um einen sinnvollen Beitrag über einen längeren Zeitraum hinweg leisten zu können. 2020 und 2021 betrug die Summe unserer Geldspenden für soziales Engagement insgesamt rund 96.000 Euro.

Seit Anfang 2018 sind wir offizieller Kooperationspartner von UNICEF Österreich. Durch unser Engagement in Kooperation mit „Unicef – Wasser für Syrien“ und „Wasser für ein Dorf“ konnten durch die Sanierung und Installation von Wassersystemen Schulen und Gesundheitseinrichtungen wieder dauerhaft und nachhaltig mit sauberem Trinkwasser versorgt werden.

2021 unterstützten wir u.a. durch Teilnahme in der Jury den UNICEF-Ideenwettbewerb „Denk dir die Welt“, der jungen Menschen eine Plattform ermöglichte, ihre Visionen, Wünsche, Ideen und Forderungen für die Welt mitzuteilen und gehört zu werden. Die Gewinner:innen zeigten mit viel Einfallsreichtum, wie sie Diversität, Klimawandel, Integration und ihre Umwelt wahrnehmen.

Eine langjährige Partnerschaft pflegen wir auch mit dem Österreichischen Roten Kreuz. 2021 wurde ein Rotkreuz-Projekt in Ruanda unterstützt, welches innovative Lösungen im Wasserbereich entwickelt. Neben dem Zugang zu sauberem Wasser wurden für 721 Schüler:innen und 15 Lehrer:innen behindertengerechte Ökolatrinen, eine Waschkabine gebaut und mit dem Dünger wurde ein Gemüsegarten angelegt. Das Saatgut und das benötigte Werkzeug wurden zur Verfügung gestellt. Ein Hygiene-Training für Kinder und Lehrer:innen war vor allem in Zeiten von Covid eine wichtiger Projektbestandteil.

Weiters fördern wir mehrere CSR-Initiativen durch Sponsoring, wie die Organisation Africa Amini Alama, die Menschen in Afrika Zugang zu medizinischer Versorgung oder Bildung bietet. Wir rätigen viele Warenspenden, beispielsweise an den Sozialmarkt SOMA (eine gemeinnützige Initiative für Menschen mit geringem Einkommen) oder die „Gruft“ (Einrichtung der Caritas Wien für obdachlose Menschen), die Sozialorganisation „Neunerhaus“ (Hilfe für obdachlose Menschen) sowie an verschiedene Engagements der Caritas und des Roten Kreuzes.

Besonderes Engagement ist während des Kriegs in der Ukraine notwendig, hier unterstützen wir viele kleine und große Organisationen sowie private Initiativen u.a. mit Wasserspenden. Die Situation vor Ort und deren katastrophale Auswirkungen machen sehr betroffen, daher versuchen wir rasch dort zu helfen, wo Hilfe dringend benötigt wird.

„Wir gehen als Marke mit der Zeit. Das macht unter anderem auch unsere Pionier- und Vorreiterrolle aus. Wir haben einfach auch ein großartiges Produkt, das hervorragend schmeckt.“

<sup>1</sup> GRI 203-2

# IST NACHHALTIGKEIT EINE UTOPIE?



Lesen für Veränderung

01



**TIMOTHY SNYDER, ÜBER TYRANNEI, ZWANZIG LEKTIONEN FÜR DEN WIDERSTAND, BECK, 8. AUFLAGE 2022**

Wir sind nicht klüger als die Menschen, die erlebt haben, wie überall in Europa die Demokratie unterging und Faschismus, Nationalsozialismus und Kommunismus kamen. Aber einen Vorteil haben wir. Wir können aus ihren Erfahrungen lernen. „Leiste keinen vorausgehenden Gehorsam.“ Snyders historische Lektionen, die international Aufsehen erregt haben, sind ein Leitfaden für alle, die jetzt handeln wollen – und nicht erst, wenn es zu spät ist. Lektion 8: „Setze ein Zeichen.“ Dieses Buch tut es. Wir tun es.

02



**THOMAS BRUHN, JESSICA BÖHME, MEHR SEIN, WENIGER BRAUCHEN, WAS NACHHALTIGKEIT MIT UNSEREN BEZIEHUNGEN ZU TUN HAT, BELTZ, 2021**

Uns allen fällt es schwer, nachhaltig zu leben, denn wir fühlen uns angesichts der globalen Klimakrise oft ohnmächtig. Unser Handeln erzeugt jedoch Resonanz in unseren Beziehungen und kann so größere, tiefgreifende Veränderungen in Gang setzen. Eine nachhaltigere Lebensweise kann nur dann entstehen, wenn wir uns über das Beziehungsgeflecht bewusst werden, von dem wir Teil sind. Und das ist viel größer, als wir denken.



03

**POLLY LARSSON, STORIES FÜR KLEINE WELTRETTER, INSPIRIERENDES KINDERBUCH ÜBER UMWELTSCHUTZ, NACHHALTIGKEIT UND KLIMA, LOVELYPUBLI VERLAG, 2021**

In zehn spannenden Geschichten für Kinder werden Themen rund um die Umwelt, das Leben und das Klima erzählt. Warum ist es besser, regionales Obst zu essen? Wo kommt es her? Oder was passiert mit dem ganzen Plastikmüll, den wir täglich produzieren? Am Ende einer jeden Geschichte gibt es eine Zusammenfassung und Anregungen, was man selbst tun kann.


# ANHANG



Prüftestat  
Nachhaltigkeitsprogramm  
GRI-Inhalts-Index  
Daten zur Nachhaltigkeit

8.1 PRÜFTESTAT<sup>1</sup>

Erstellt durch Quality Austria.



**qualityaustria**  
Erfolg mit Qualität

**Vöslauer Mineralwasser GmbH**  
Quellenstraße 1  
2540 Bad Vöslau  
Austria

**Quality Austria**  
Trainings, Zertifizierungs und  
Begutachtungs GmbH  
**Headquarters**  
Zeilinkagasse 10/3  
1010 Wien, Austria  
Tel.: (+43 1) 274 87 47  
Fax: (+43 1) 274 87 47-100  
**Customer Service Center**  
Am Winterhafen 1  
4020 Linz, Austria  
Tel.: (+43 732) 34 23 22  
Fax: (+43 732) 34 23 23  
office@qualityaustria.com  
www.qualityaustria.com

**Gültigkeitserklärung und Prüfbescheinigung**

Quality Austria - Trainings, Zertifizierungs und Begutachtungs GmbH  
Zeilinkagasse 10/3, 1010 Wien, Österreich

wurde als unabhängige Zertifizierungsgesellschaft von der Vöslauer Mineralwasser AG mit Sitz in 2540 Bad Vöslau beauftragt, den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht im Hinblick auf seine Übereinstimmung mit den internationalen Richtlinien für Nachhaltigkeitsberichte der Global Reporting Initiative (GRI) zu beurteilen. GRI eignet sich als bewährter Reporting-Standard grundsätzlich, den Anforderungen der nicht-finanziellen Berichterstattung im Sinne des NaDivEG gerecht zu werden, weil GRI alle geforderten Themen abdeckt und international anerkannt ist.

Die Verfahren der Quality Austria - Trainings, Zertifizierungs und Begutachtungs GmbH hinsichtlich der Validierung von Nachhaltigkeitsberichten basieren auf den Anforderungen der ÖVE/ONORM EN ISO/IEC 17021 und werden jährlich überprüft.

Dementsprechend wurde in einem Audit Einsicht in Unterlagen, Prozessdokumentation, Daten und Kennzahlen und ähnliche Nachweise genommen, um hinreichende Evidenz hinsichtlich Nachhaltigkeitskontext, Wesentlichkeit, Vollständigkeit, Ausgewogenheit, Vergleichbarkeit, Genauigkeit, Aktualität, Klarheit und Verlässlichkeit der Aussagen im Nachhaltigkeitsbericht der Ortakringer Getränke AG zu erhalten. Darüber hinaus wurde die Verankerung des Nachhaltigkeitsprozesses im Unternehmen durch Interviews mit einzelnen Verantwortungs-trägern geprüft. Die Beurteilung dieses Nachhaltigkeitsberichtes erfolgt daher auf Basis einzelner Stichproben, wobei die letztendliche Verantwortlichkeit für die veröffentlichten Inhalte bei der Vöslauer Mineralwasser AG mit Sitz in 2540 Bad Vöslau liegt.


Folgende Schwerpunkte werden im kommenden Berichtszeitraum gesetzt:


- Kreislaufwirtschaft forcieren: Die Vöslauer Mineralwasser GmbH wird Mehrweggebilde noch attraktiver gestalten und das Mehrwegsortiment für Konsument:innen ausbauen, gleichzeitig sollen Stoffkreisläufe wie bereits bei PET auf hohem Niveau etabliert, auf sämtliche Packstoffe erweitert werden.
- Gemeinsam mit 14 österreichischen Unternehmen arbeitet die Vöslauer Mineralwasser GmbH im Forschungsprojekt „Wege in die 1,5°-Wirtschaft“ an der Reduktion von CO<sub>2</sub>.

Nr.: FO\_27\_01\_194    Ausgabe: 2021/06    Seite 1 von 2

Erstellt: Fischer    Geprüft: Dikl    Freigegeben: Kratzer

Customer Service Center: A-4020 Linz, Am Winterhafen 1  
Telefon: +43 732 34 23 22, Fax: +43 732 34 23 23,  
www.qualityaustria.com    E-Mail: office@qualityaustria.com





**qualityaustria**  
Erfolg mit Qualität

Emissionen. Ziel für den Mineralwasserhersteller ist es, die fossilen Energieträger gänzlich durch nachhaltige zu ersetzen.

- Diversität und Inklusion: In den letzten Jahren wurden bereits wichtige Projekte in den Bereichen „Beruf und Familie“, „New Work“ und „Integration von Vöslauer-Mitarbeiter:innen mit anerkannten Flüchtlingsstatus“ umgesetzt. Jetzt hat sich die Vöslauer Mineralwasser GmbH vorgenommen, systematisch an einem Diversitäts- und Inklusionskonzept zu arbeiten, um das Team bewusst noch vielfältiger zu gestalten.

Der Auditor hatte im Berichtsprozess umfassenden Einblick in alle erforderlichen Unterlagen, die uneingeschränkt zur Verfügung gestellt wurden und bestätigen hiermit, dass der Nachhaltigkeitsbericht der Vöslauer Mineralwasser AG mit Sitz in 2540 Bad Vöslau sämtlichen Anforderungen der GRI-Standards, Option Kern entspricht.

Wien, im Juli 2022

DI.Dr. Leopold Wolfslehner  
(Leitende Auditor\*in)


- 2 -

Sitz: Wien, FN 234367b beim HS Wien  
DVR 095367  
UID-Nr. ATU57217835  
LISCredit Bank Austria AG  
BLZ 12050, Konto Nr. 50670 594 501  
IBAN AT 91 1205 0506 7059 0501  
SWIFT BKAUAT33

Nr.: FO\_27\_01\_194    Ausgabe: 2021/06    Seite 2 von 2

Erstellt: Fischer    Geprüft: Dikl    Freigegeben: Kratzer

Customer Service Center: A-4020 Linz, Am Winterhafen 1  
Telefon: +43 732 34 23 22, Fax: +43 732 34 23 23,  
www.qualityaustria.com    E-Mail: office@qualityaustria.com





Download als PDF

8.2 NACHHALTIGKEITSPROGRAMM

Wir setzen uns ehrgeizige operative Ziele: Wenn wir sie erreichen, freuen wir uns. Wenn nicht, suchen wir nach Verbesserungen. Wir akzeptieren Fehler, die auf der Suche nach Neuem einfach vorkommen. Hoffentlich nur ein Mal. Wir haben auch den Mut, auf Fehler hinzuweisen.

- ERREICHT ●
- WEITERFÜHREN ●
- ZUM TEIL ERREICHT ●
- NICHT ERREICHT ●
- NEUE MASSNAHME ●
- ABGEBROCHEN ●

WASSERMANAGEMENT		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	bis 2030
Ziele	Einsparung von 100.000 Kubikmeter Tiefenwasser – Begrenzung 430.000 m <sup>3</sup>	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Tiefenbohrung 1,50 Liter pro Liter Abfüllung auf alle Produkte	●	●	●	●					
	Tiefenbohrung 1,40 Liter pro abgefüllte Flaschen	●	●	●	●					
	Tiefenbohrung 1,30 Liter pro abgefüllte Flaschen					●	●	●	●	x
Maßnahmen	Verstärktes Monitoring des Wasserverbrauchs, Optimierungen bei Reinigungsprozessen und Rinsern		●							
	Ansuchen eines Schongebietes im Raum Bad Vöslau und Baden zum Schutz des Quell- und Trinkwassers			●	●					
	Ganzheitliches Nachhaltigkeitskonzept Thermalbad Vöslau entwickeln (Klimaschutz, Naturschutz, Mobilität, Gesundheit u. Sicherheit)			●						
	Durchführung von Bodenanalysen und gezielte Biodüngung der Wiese des Thermalbads Vöslau				●	●				
	Umstieg auf 90 % ökologische Reinigungsmittel im Thermalbad Vöslau					●				

MANAGEMENTSYSTEME		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	bis 2030
Maßnahmen	ISO 14001 Umweltmanagement und ISO 50001 Energiemanagement	●	●	●	●	●	●	●	●	
	ISO 22000 Zertifizierung (wird weitergeführt)	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Audits zu IFS Food 6, Biovorschriften und AIB werden weitergeführt	●	●	●	●	●	●	●	●	
	ISO 45001 Arbeitsschutzmanagement (wird weitergeführt)			●	●	●	●	●	●	

**KAPITEL 8**  
**ANHANG**

- ERREICHT
- WEITERFÜHREN
- ZUM TEIL ERREICHT
- NICHT ERREICHT
- NEUE MASSNAHME
- ABGEBROCHEN

MITARBEITER:INNEN		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	bis 2030
Ziele	Arbeitsunfälle < 2 pro Jahr	●	●	●	●					
	Arbeitsunfälle kleiner/gleich 1 pro Jahr				●	●	●	●		
	Krankenstandstage weiterhin unter dem Österreichschnitt	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Steigerung des Pensionsantrittsalters der MA > 60		●	●	●	●	●	●	●	
	Krankenstandstage unter dem eigenen gesteckten Ziel von 11,5 pro Mitarbeiter:innen					●				
Maßnahmen	Weiterführung unseres Gesundheitsprogramms	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Zertifizierung des AUVA-Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsystems	●	●							
	NEUE Zertifizierung ISO 45001 statt AUVA Zertifizierung				●	●	●	●	●	
	Teilnahme am BGF-Programm (Betriebliche Gesundheitsförderung) > 55 % <b>(durch Pandemie Ziel nicht erreicht)</b>	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Gesundheitstag für Mitarbeiter:innen „Jungbleibentag“ <b>(durch Pandemie unterbrochen)</b>		●	●	●	●	●	●	●	
	Angebote Thermalbad ins BGF-Programm integrieren <b>(Projekt abgeschlossen – wird jährlich gemacht)</b>	●	●	●						
Ziele	Fluktuationsrate senken oder zumindest auf niedrigem Niveau halten < 10 %	●	●	●						
	Fluktuationsrate senken oder zumindest auf niedrigem Niveau halten 10-15 %				●	●	●	●	●	x
Maßnahmen	Diversity- und Inklusionskonzept zur Bündelung der Aktivitäten rund um Generationen, Kultur und Sprache, Gender, LGBTQIA+ u.a. Aspekten				●					x
	Anstellung von fünf Personen mit Asylstatus (STATUS 2021 = 4)	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Familienfreundlicher Betrieb – Audit Familie und Beruf	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Maßnahmen Vereinbarung Beruf und Familie: familienfreundliche Meeting-Policy und Urlaubsplanung, Unterstützung Väterkarenz, Pflegekarenz u.a. (Start bzw. Beschluss 2019, Fortführung 2020)		●	●	●	●	●	●	●	
	Maßnahmen flexibles Arbeiten: Arbeitszeitmodelle, Mobile Work, familienfreundliche Meeting-Policy u.a. (Start bzw. Beschluss 2019, Fortführung 2020 = ist erledigt – Regelung gültig bis auf Widerruf)		●	●	●					
	Weiterbildungsprogramm	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Employee Assistance Program für private und berufliche Themen		●							







- ERREICHT ●
- WEITERFÜHREN ●
- ZUM TEIL ERREICHT ◐
- NICHT ERREICHT ●
- NEUE MASSNAHME ●
- ABGEBROCHEN ●

ENERGIE UND KLIMASCHUTZ (FORTSETZUNG)		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	bis 2030
Ziele	Entwicklung eines wissenschaftsbasierten Klimaschutzziels gemeinsam mit WWF (Science Based Target) – Ziel 28 % weniger CO <sub>2</sub> -Ausstoß in Scope 1 & 2 und Scope 3			●	◐	●	●	●	●	x
	Energieeffizienz um 7 % steigern (KAP 2020)	●	●	●						
	Teilnahme an KAP 2030 (Ziele Reduzierung CO <sub>2</sub> um 60 % – Basis 2005)				●	●	●	●	●	x
	Bis 2023 circa 10 % unseres jährlichen Stromverbrauchs aus Eigenstromerzeugung der Photovoltaikanlagen decken					●	●	●	●	x
	Bis 2030 mindestens 80 % Erdgas durch erneuerbare Energie ersetzen					●	●	●	●	x
Maßnahmen	Umstellung aller Leuchtmittel auf LED-Technik in den Produktions- und Lagerhallen bis 2023			●	◐	●	●	●	●	
	Umstieg auf Ökostrom mit Österreichischem Umweltzeichen (UZ 46)		●	●	●	●	●	●	●	
	Aufrüstung bestehender Photovoltaikanlage von 250 auf 275 kWp		●							
	Bau einer Bürger-Photovoltaikanlage mit 430.000 kWh pro Jahr					●				
	Ausbau Photovoltaikanlage durch zusätzliche Module auf dem Hochregallager mit 489.000 kWh pro Jahr					●				
	Intelligente LED-Beleuchtung (automatische Steuerung der Leuchtmittelabschaltung, wenn kein Bedarf besteht)			●	◐	●	●	●	●	
	Streckblasmaschine – Austausch Eco Lamps auf die dritte Generation			●	●					
	Optimierung Kälteanlage – Wärmerückgewinnung und Einspeisung in das Heißwassersystem			●	●	●	●	●	●	
	Umstellung auf Kältemittel mit günstigerem GWP-Wert (Global Warming Potential)			●	●				●	
	40bar Kompressoren – Austausch durch energieeffizientere			●	●	●	●	●	●	
	Wärmerückgewinnung der 7bar Kompressoren zur Reduzierung der Warmwasser-Produktion (Büroraumheizung)			●	●	●	●	●	●	
	Arbeitsluftkompressor wird getauscht			●	●					
	Alternatives Heizsystem anstelle der Erdgasversorgung mit erneuerbaren Brennstoffen (Hackschnitzel)			●	●	●	●	●	●	●
	Fernwärme anstelle von Gas			●	●	●	●	●	●	●
	Bau eines Hochregallagers anstelle eines Blocklagers (weniger Bodenversiegelung) inkl. Photovoltaikanlage			●	●				●	

**KAPITEL 8**  
**ANHANG**

- ERREICHT
- WEITERFÜHREN
- ZUM TEIL ERREICHT
- NICHT ERREICHT
- NEUE MASSNAHME
- ABGEBROCHEN

LOGISTIK UND MOBILITÄT		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	bis 2030
Ziele	Schieneanteil auf hohem Niveau von ca. 30 % halten	●	●	●	●	●	●	●	●	
Maßnahmen	Lieferung der Deutschlandware direkt vom Außenlager	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Reduktion der Anfahrten 1) durch Erhöhung der Anliefermengen bei Grundstoffen 2) durch Optimierung der Abhol-Logistik	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Spritspartraining (Bewusstseinsbildung für Mitarbeiter:innen)	●	●	●						
	E-Fahrzeug in die VMG-Flotte mit aufnehmen	●	●	●						
	Sukzessive alle Fahrzeuge auf E-PKW umstellen (bis 2028)				●	●	●	●	●	x
	Dienstfahrzeuge mit geringerem CO <sub>2</sub> -Ausstoß < 110 g / km CO <sub>2</sub> -Ausstoß (Anpassung auf <114 g seit 2018)	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Ummodellierung von Parkplätzen des Thermalbades Vöslau zu Fahrradstellplätzen				●	●				

GESELLSCHAFT		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	bis 2030
Maßnahmen	Nachhaltigkeitstag zur Bewusstseinsbildung (wegen Pandemie nicht durchgeführt)	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Partner von SOMA (Sozialmarkt)	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Unterstützung ausgewählter Charity Events	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Unterstützung Africa Amini Alama – Projekt „Vöslauer – Wasser für Tansania“	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Unterstützung UNICEF – Wasser für Kinder in Syrien	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Unterstützung des Vereins Aids Life und des Life Balls	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Bewusstsein für Recycling schaffen: Website www.repet.com, Social Media u.a. Maßnahmen		●	●	●	●	●	●	●	
	Warenspenden für die Gruft	●	●	●	●	●	●	●	●	
	Transparenzbericht für soziales Engagement				●					

### 8.3 GRI-INHALTS-INDEX IN ÜBEREINSTIMMUNG MIT GRI-STANDARDS<sup>1</sup>: OPTION KERN

GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN (VERSION 2016)			
CODE	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE/LINK	ANMERKUNGEN UND AUSLASSUNGEN
	Organisationsprofil		
GRI 102-1	Name der Organisation	22	
GRI 102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	22	
GRI 102-3	Hauptsitz der Organisation	22	
GRI 102-4	Betriebsstätten	20	
GRI 102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	22, 26	
GRI 102-6	Belieferte Märkte	22	
GRI 102-7	Größe der Organisation	5	Insgesamt ein Standort
GRI 102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeiter:innen	Datenanhang	
GRI 102-9	Lieferkette	2	
GRI 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	2	
GRI 102-11	Vorsorgesatz und Vorsorgeprinzip	5	
GRI 102-12	Externe Initiativen	31	
GRI 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	31	
	Strategie		
GRI 102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	5	
	Ethik und Integrität		
GRI 102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	26	
	Führung		
GRI 102-18	Führungsstruktur	26	
	Einbindung von Stakeholder:innen		
GRI 102-40	Liste der Stakeholder:innen-Gruppen	22, 26, 31	
GRI 102-41	Tarifverträge		Die Einstellung und die Förderung unserer Mitarbeiter:innen erfolgen auf Basis von Qualifikation und Leistung. Alle Mitarbeiter:innen werden gemäß geltendem Kollektivvertrag entlohnt.

<sup>1</sup> GRI 102-54, GRI 102-55

**KAPITEL 8**  
**ANHANG**

CODE	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE/LINK	ANMERKUNGEN UND AUSLASSUNGEN
GRI 102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder:innen	22	
GRI 102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholder:innen	22-24	
GRI 102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	22-24	
	Vorgehensweise bei der Berichterstattung		
GRI 102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	6	
GRI 102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	22	
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	22	
GRI 102-48	Neudarstellung von Informationen	22	Es gab Neudarstellungen folgender Kennzahlen: Anteil PET-Einweg und -Zweiweg, Glas-Mehrweg Gastro, Handel, Durchschnittskaloriengehalt über alle Eigenmarken (2019) und Mitarbeiter:innen gesamt (2019). Diese beruhen auf einer Neuberechnung.
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	2	
GRI 102-50	Berichtszeitraum	2	
GRI 102-51	Datum des letzten Berichts	2	
GRI 102-52	Berichtszyklus	2	
GRI 102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	116	
GRI 102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	2, 101	
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex	101	
GRI 102-56	Externe Prüfung	2, 94	

CODE	WESENTLICHE THEMEN	SEITE / LINK	ANMERKUNGEN UND AUSLASSUNGEN
	Lieferketten		
	Managementansatz (Version 2016)		
GRI 103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	62, 81	
GRI 103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	62, 81	
GRI 103-3	Beurteilung des Managementansatzes	62, 81	
	GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016		
GRI 308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	62	
	GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016		
GRI 414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	62	
GRI FP 2	Beschaffung mit verantwortungsbewussten Produktionsstandards	81	

CODE	WESENTLICHE THEMEN	SEITE / LINK	ANMERKUNGEN UND AUSLASSUNGEN
	Klimawandel		
	Managementansatz (Version 2016)		
GRI 103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	40-42, 47-48	
GRI 103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	40-42, 47-48	
GRI 103-3	Beurteilung des Managementansatzes	40-42, 47-48	
	GRI 305: Emissionen (Version 2016)		
GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	Datenanhang	
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	Datenanhang	
GRI 305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	Datenanhang	
GRI 305-4	Intensität der THG-Emissionen	42, Datenanhang	
GRI 305-5	Senkung der THG-Emissionen	42, Datenanhang	
	GRI 302: Energie (Version 2016)		
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	47, Datenanhang	
GRI 302-3	Energieintensität	47, Datenanhang	
GRI 302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	47, Datenanhang	
	Mobilität/Transport		
	Managementansatz (Version 2016)		
GRI 103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	48	
GRI 103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	48	
GRI 103-3	Beurteilung des Managementansatzes	48	
	GRI 305: Emissionen (Version 2016)		
GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	Datenanhang	
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	Datenanhang	
GRI 305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	Datenanhang	
	Kreislaufwirtschaft		
	Managementansatz (Version 2016)		
GRI 103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	43-47	
GRI 103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	43-47	
GRI 103-3	Beurteilung des Managementansatzes	43-47	
	GRI 301: Materialien (Version 2016)		
GRI 301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	47	
GRI 301-2	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	Datenanhang	
GRI 301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	Datenanhang	

**KAPITEL 8**  
**ANHANG**

CODE	WESENTLICHE THEMEN	SEITE / LINK	ANMERKUNGEN UND AUSLASSUNGEN
	GRI 306: Abfall (Version 2020)		
GRI 306-3	Erzeugte Abfälle	Datenanhang	Hinsichtlich Entsorgungsmethode: Alle Abfälle werden gemäß österreichischem Recht einem zertifizierten Abfallentsorger übergeben, der diese behandelt und entsorgt. Alle Altstoffe werden einem Recycling zugeführt, Restmüll wird gemäß österreichischem Gesetz thermisch oder mechanisch-biologisch behandelt. Gefährliche Abfälle einem zertifizierten Entsorger übergeben.
	Attraktiver Arbeitgeber		
	Managementansatz (Version 2016)		
GRI 103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	67-71, 77-78	
GRI 103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	67-71, 77-78	
GRI 103-3	Beurteilung des Managementansatzes	67-71, 77-78	
	GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (Version 2018)		
GRI 403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	70	2020 wurde bei Vöslauer das freiwillige AUVA Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsystem durch eine Zertifizierung nach ISO 45001 ersetzt.
GRI 403-2	Gefahrenerkennung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen		Im Rahmen der ISO 45001 fand eine Analyse der Risiken und Gefahren statt. Ebenso werden Beinaheunfälle erfasst und Präventivmaßnahmen darauf aufgebaut. Arbeitsplatzevaluierungen finden jedes Jahr durch unsere Sicherheitsfachkraft und unserem Betriebsarzt statt; des Weiteren gibt es regelmäßige Meetings, in denen diese Themen behandelt werden.
GRI 403-3	Arbeitsmedizinische Dienste		Am Standort bietet unser Betriebsarzt monatliche Sprechstunden an.
GRI 403-4	Arbeitnehmerbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz		Bei Vöslauer werden regelmäßig Sicherheitsvertrauenspersonen-Meetings sowie viermal jährlich Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsystem-Meetings abgehalten.
GRI 403-5	Schulung der Mitarbeiter zu Arbeitssicherheit und Gesundheit		Durch die Sicherheitsfachkraft finden Schulungen statt. Covid-19-bedingt mussten diese zum Großteil auf digitalem Weg stattfinden.
GRI 403-6	Förderung der Gesundheit der Arbeitnehmer	77	
GRI 403-7	Prävention und Minderung von Auswirkungen auf die Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, durch Geschäftsbeziehungen		Die Kooperationen mit dem Hilfswerk und aus verschiedenen Projekten mit Student:innen zum Thema „Arbeitsplatz“ kommen unseren Mitarbeiter:innen zugute.
GRI 403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	70, Datenanhang	



CODE	WESENTLICHE THEMEN	SEITE / LINK	ANMERKUNGEN UND AUSLASSUNGEN
	GRI 401: Beschäftigung (Version 2016)		
GRI 401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	Datenanhang	
GRI 401-3	Elternzeit	Datenanhang	
	GRI 404: Aus- und Weiterbildung (Version 2016)		
GRI 404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	68	
	GRI 405: Diversität und Chancengleichheit (Version 2016)		
GRI 405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	Datenanhang	
	GRI 406: Nichtdiskriminierung (Version 2016)		
GRI 406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	Datenanhang	
	Regionalität		
	Managementansatz (Version 2016)		
GRI 103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	26, 55, 62	
GRI 103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	26, 55, 62	
GRI 103-3	Beurteilung des Managementansatzes	26, 55, 62	
	GRI 204: Beschaffungspraktiken (Version 2016)		
GRI 204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	62	
	GRI 201: Wirtschaftliche Leistung (Version 2016)		
GRI 203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	43	
	Transparenz		
	Managementansatz (Version 2016)		
GRI 103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	26, 31, 63	
GRI 103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	26, 31, 63	
GRI 103-3	Beurteilung des Managementansatzes	26, 31, 63	
	GRI 205: Korruptionsbekämpfung (Version 2016)		
GRI 205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	31, Datenanhang	
	GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten (Version 2016)		
GRI 206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	31, Datenanhang	
	GRI 307: Umwelt-Compliance (Version 2016)		
GRI 307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	31, Datenanhang	
	GRI 415: Politik (Version 2016)		
GRI 415-1	Parteispenden	26	

**KAPITEL 8**  
**ANHANG**

CODE	WESENTLICHE THEMEN	SEITE / LINK	ANMERKUNGEN UND AUSLASSUNGEN
	GRI 417: Marketing und Kennzeichnung (Version 2016)		
GRI 417-2	Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	63, Datenanhang	
GRI 417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	63, Datenanhang	
	GRI 419: Sozioökonomische Compliance (Version 2016)		
GRI 419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	63	

CODE	WEITERE THEMEN	SEITE / LINK	ANMERKUNGEN UND AUSLASSUNGEN
	Tiefenwasser & Grundwasser		
	Managementansatz (Version 2018)		
GRI 103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	57-59	
GRI 103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	57-59	
GRI 103-3	Beurteilung des Managementansatzes	57-59	
	GRI 303: Wasser und Abwasser (Version 2018)		
GRI 303-3	Wasserentnahme	59, Datenanhang	
GRI 303-4	Wasserrückführung	Datenanhang	Abwässer haben geringe Schmutzfracht; in den vorgegebenen Grenzen von pH-Wert und Temperatur werden sie der kommunalen Abwasserreinigung zugeführt.
	GRI 304-3: Biodiversität (Version 2016)		
GRI 304-3	Geschützte oder renaturierte Lebensräume	59	
	Gesundheit, Wohlbefinden und Genuss		
	Managementansatz (Version 2016)		
GRI 103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	77-81, 89	
GRI 103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	77-81, 89	
GRI 103-3	Beurteilung des Managementansatzes	77-81, 89	
	GRI 416: Kundengesundheit und Kundensicherheit (Version 2016)		
GRI 416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	63	
GRI 416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	Datenanhang	
GRI FP 5	Produktvolumen von Standorten mit zertifiziertem Managementsystem zur Lebensmittelsicherheit	89	
GRI FP 6	Produkte, die einen gesenkten Anteil an Zucker beinhalten	Datenanhang	
GRI FP 7	Produkte mit einem erhöhten Wert an Ballaststoffen, Vitaminen, Mineralstoffen	79	

## 8.4 DATEN ZUR NACHHALTIGKEIT

## WIRTSCHAFTS- UND KLIMAZAHLEN

THEMA	EINHEIT	2019	2020	2021	GRI- Standards	SDGs
Unternehmenskennzahlen						
Vöslauer-Getränke; verkaufte Eigenmarken	Liter	258.333.865	220.671.141	233.974.401	102-7	
Andere Getränke; verkaufte Lohn & Lizenz	Liter	56.551.300	49.442.555	50.536.379	102-7	
Verkaufte Getränke; gesamt	Liter	314.885.165	270.113.696	284.510.780	102-7	
Vöslauer-Getränke; abgefüllte Flaschen Eigenmarke	Flaschen	295.389.610	232.990.164	255.653.038	102-7	
Andere Getränke; abgefüllte Flaschen Lohn & Lizenz	Flaschen	56.796.472	47.292.700	48.864.744	102-7	
Abgefüllte Flaschen gesamt	Flaschen	352.186.082	280.282.864	304.517.782	102-7	
Eigenkapitalquote	Prozent	55,10	62,40	63,50	102-7	
Exportquote	Prozent	17,9	17,4	17,4	102-6	
Investitionen in Umweltschutz* gesamt	TEUR	142	3.908	3.044	incorporated in GRI 103, 305, 306, 307	
Wasser						
Entnahme von Tiefenwasser Vöslauer Quelle 6	Kubikmeter	242.338	199.080	235.347	303-3	Z6
Entnahme von Tiefenwasser Vöslauer Quelle 7	Kubikmeter	226.705	172.734	190.223	303-3	Z6
Entnahme Überlauf Quelle 1	Kubikmeter	242.926	202.620	191.873	303-3	Z6
Entnahme Leitungswasser (Tristingtaler Wasser)	Kubikmeter	2.816	1.941	167	303-3	Z6
Wasserentnahme gesamt	Kubikmeter	714.785	576.375	617.610	303-3	Z6
Spezifischer Wasserverbrauch Tiefenbohrungen (Quellen 6 und 7)	Wasser / l verkauft (inkl. Lizenz und Lohn)	1,49	1,38	1,50		Z6
Spezifischer Wasserverbrauch Leitungswasser	Wasser / l verkauft (inkl. Lizenz und Lohn)	0,01	0,01	0,00		Z6
Spezifischer Wasserverbrauch: Leitungswasser und Tiefenwasser	Wasser / l verkauft (inkl. Lizenz und Lohn)	1,50	1,38	1,50		Z6
Spezifischer Wasserverbrauch gesamt (Tiefenwasser, Leitungswasser, Überlauf Quelle 1)	Wasser / l verkauft (inkl. Lizenz und Lohn)	2,27	2,13	2,17		Z6

\* Kosten für Abfallentsorgung, interne und externe Kosten für Umwelt- und Energiemanagementsysteme, Mehrkosten durch Investitionen in energieeffizientere Anlagen

**KAPITEL 8**  
**ANHANG**

THEMA	EINHEIT	2017	2018	2019	GRI- Standards	SDGs
Abwasser	Abwasser / l verkauft (inkl. Lizenz und Lohn)	0,81	0,88	0,87	303-4	Z6
Spezifischer Wasserverbrauch Tiefenbohrungen (Quellen 6 und 7)	Wasser / Stück Flaschen (inkl. Lizenz und Lohn)	1,33	1,33	1,40		Z6
Spezifischer Wasserverbrauch Leitungswasser	Wasser / Stück Flaschen (inkl. Lizenz Leitungswasser Lohn)	0,01	0,01	0,00		Z6
Spezifischer Wasserverbrauch: Leitungswasser und Tiefenwasser	Wasser / Stück Flaschen (inkl. Lizenz Tiefenwasser Lohn)	1,34	1,33	1,40		Z6
Spezifischer Wasserverbrauch gesamt (Tiefenwasser, Leitungswasser, Überlauf Quelle 1 und Nutzwasserbrunnen 7.2)	Wasser / Stück Flaschen (inkl. Lizenz Nutzwasser- brunnen Lohn)	2,03	2,06	2,03		Z6
Abwasser	Abwasser / Stück Flaschen (inkl. Lizenz Nutzwasser- brunnen Lohn)	0,73	0,84	0,82	303-4	Z6
Die Mindestabgabe von 16 l/Sek. aus dem Überlauf der Quelle 1 gemäß den Naturschutzvorgaben des Landes Niederösterreich wurde im Berichtszeitraum eingehalten. Der Schutz der im Hansybach lebenden Mollusken (Schneckenart), die das Warmwasser der Quelle benötigen, wurde dadurch gewährleistet.					304-3	Z15
<b>Produktsortiment</b>						
Kaloriengehalt Biolimo	Kcal / 100 ml	19	19	18	FP6	Z2
Kaloriengehalt Balance	Kcal / 100 ml	<14	<14	<14	FP6	Z2
Durchschnittskaloriengehalt über alle Eigenmarken	Kcal / 100 ml	1,03	1,34	1,54	FP6	Z2
Produktbezogene Strafzahlungen	EUR	0	0	0	416-2	Z2
Beschaffung Bio-Zucker Rüben	Tonnen	40,00	78,00	70,00		Z2
Fairtrade Zucker & Zucker aus Österreich	Tonnen	1.491,81	1.158,00	450,78		Z1 Z2 Z8 Z10

THEMA	EINHEIT	2017	2018	2019	GRI- Standards	SDGs
Anteil von Inhaltsstoffen aus biologischem Anbau an allen agrarischen Inhaltsstoffen (Fructose, Saccharose, Konzentrate, Zucker) bei Eigenprodukten**	Anteil in Prozent	1	2	2		Z2
Regionale Beschaffung						
Anteil regionaler Lieferant:innen	Prozent	68,6	64,1	65,7	204-1	
Verpackung & Recycling						
Materialienverbrauch PET gesamt	Tonnen	6.895	5.346	5.801	301-1	
Materialienverbrauch Glas gesamt	Tonnen	26.129	17.489	18.403	301-1	
rePET-Anteil bei allen PET-Flaschen (inkl. Lizenz- und Lohnabfüllung für Pepsi-Cola, 7up und Almdudler)	Prozent	62	78	82	301-2	Z12
rePET-Anteil bei Eigenmarken (Vöslauer Produkte)	Prozent	72	98	100	301-2	Z12
Recyclatanteil Glas „Grüne Flasche“	Prozent	68	68	68		
Recyclatanteil Glas „Blaue Flasche“	Prozent	24	27	27		
Anteil PET-Einweg an Gesamtabfüllung (Eigenmarken)	Prozent	78,19	78,22	79,59	301-3	Z12
Anteil PET-Zweiweg an Gesamtabfüllung (Eigenmarken)	Prozent	9,44	10,54	9,80	301-3	Z12
Anteil Glas-Mehrweg Gastro an Gesamtabfüllung (Eigenmarken)	Prozent	8,27	5,46	5,17	301-3	Z12
Anteil Glas-Mehrweg Handel an Gesamtabfüllung (Eigenmarken)	Prozent	4,09	5,78	5,43	301-3	Z12
Materialeinsatz Glasflasche (Durchschnitt)	g / produzierte Liter in Glasgebinden	701	627	764	301-1	Z12
Durchschnittliches Verpackungsgewicht pro PET-Artikel	g (Flasche / Verschluss / Folie)	25,13	24,26	24,85	301-1	Z12
Abfall am Produktionsstandort						
Wertstoff	Tonnen	1.099	732	882	306-3	Z12
Nicht gefährliche Abfälle	Tonnen	169	139	149	306-3	Z12
Gefährliche Abfälle	Tonnen	28	25	32	306-3	Z12
Abfall gesamt	Tonnen	1.297	895	1.063	306-3	Z12
Abfälle gesamt pro Getränk	Gramm / l verkauft	3,97	3,20	3,74		Z12
<b>Abfälle gesamt pro abgefüllte Flaschen</b>	<b>Gramm / Stk. Flasche</b>	<b>3,68</b>	<b>3,19</b>	<b>3,49</b>		<b>Z12</b>
Gewerbeabfall	Tonnen	99,28	84,00	90,03	306-3	Z12

\*\* Der Rückgang erklärt sich aus dem Entschluss, dass keine Fructose mehr verwendet wird, die in Bioqualität nur vergleichsweise moderate Mehrkosten bedeutet hat. Zur Süßung wird nun vermehrt Zucker eingesetzt, der zwar nicht aus biologischer Landwirtschaft, aber zu 100 % gentechnikfrei ist, aus Österreich kommt bzw. in Deutschland und Ungarn über das FAIRTRADE-Label verfügt.

**KAPITEL 8**  
**ANHANG**

THEMA	EINHEIT	2017	2018	2019	GRI- Standards	SDGs
Energie und Klimaschutz						
Stromverbrauch absolut (aus 100 % erneuerbarer Energieträger)	kWh	13.402.410	11.948.162	12.319.360	302-1	Z13
Gasverbrauch absolut	kWh	5.321.652	4.530.527	4.494.956	302-1	Z13
Energieverbrauch gesamt	kWh	18.724.062	16.478.689	16.814.316	302-1	Z13
Stromverbrauch pro verkaufte Menge Getränke (inkl. Lohn- und Lizenzabfüllung)	kWh / hl verkauft	4,26	4,42	4,33	302-3	Z13
Gasverbrauch pro verkaufte Menge Getränke (inkl. Lohn- und Lizenzabfüllung)	kWh / hl verkauft	1,69	1,68	1,58	302-3	Z13
Stromverbrauch pro 100 abgefüllter Flaschen (inkl. Lohn- und Lizenzabfüllung)	kWh / pro 100 abgefüllte Flaschen	3,81	4,26	4,05	302-3	Z13
Gasverbrauch pro 100 abgefüllter Flaschen (inkl. Lohn- und Lizenzabfüllung)	kWh / pro 100 abgefüllte Flaschen	1,51	1,62	1,48	302-3	Z13
CO <sub>2</sub> -Fußabdruck pro Liter verkauftes Getränk (inkl. Lohn- und Lizenzabfüllung)	g CO <sub>2</sub> -Äqu. / l verkauft	85	71	70	302-3	Z13
CO <sub>2</sub> -Fußabdruck pro abgefüllter Flasche (inkl. Lohn- und Lizenzabfüllung)	g CO <sub>2</sub> -Äqu. / Stk. abge- füllte Flasche	75	68	66	302-3	Z13
CO <sub>2</sub> -Emissionen Scope 1	t CO <sub>2</sub> -Äqu. / a	1.242	1.021	902	305-1	Z13
CO <sub>2</sub> -Emissionen Scope 2 (market based)	t CO <sub>2</sub> -Äqu. / a	0	0	0	305-2	Z13
CO <sub>2</sub> -Emissionen Scope 2 (location based)	t CO <sub>2</sub> -Äqu. / a	2.794	2.491	2.568	305-2	Z13
CO <sub>2</sub> -Emissionen Scope 3	t CO <sub>2</sub> -Äqu. / a	25.302	18.119	19.085	305-3	Z13
Summe CO <sub>2</sub> -Emissionen (exkl. Scope 2 location based, da in der Systemgrenze nicht enthalten)	t CO <sub>2</sub> -Äqu. / a	26.544	19.140	19.987		Z13
Transport Schiene zu Kund:innen	Kilometer	1.115.536	965.231	808.754		Z13
Transport LKW zu Kund:innen	Kilometer	4.004.084	3.259.635	3.194.519		Z13
Transport gesamt	Kilometer	5.119.620	4.224.866	4.003.273		Z13
Schienenanteil im Transport zu Kund:innen	Prozent	21,8	22,8	20,2		Z13

## KENNZAHLEN HUMAN RESOURCES

Anmerkung zur Berechnungsmethode: Durchschnitt der Mitarbeiter:innen in den Berichtsperioden jeweils vom 1.1. bis 31.12., dadurch kann es zu Rundungsdifferenzen kommen.

THEMA	EINHEIT	2017	2018	2019	GRI-Standards	SDGs
Mitarbeiter:innen (Durchschnitt Berichtsperiode)***						
Aufsichtsräte VMG gesamt****	MA				102-8	
Geschäftsführer:innen	MA	2,0	2,0	2,0	102-8	
Abteilungsleiter:innen	MA	10,0	10,0	9,0	102-8	
Angestellte (exkl. Geschäftsführer:innen und Abteilungsleiter:innen)	MA	117,0	117,1	107,0	102-8	
Arbeiter:innen	MA	81,0	75,8	71,0	102-8	
Lehrlinge	MA	9,0	6,4	7,0	102-8	
<b>Mitarbeiter:innen gesamt (inkl. Lehrlinge)*****</b>	MA	219	211	196	102-8	
davon Frauen	MA	56,0	53,0	46,0	405-1	Z5
davon Männer	MA	163,0	158,0	150,0	405-1	Z5
Altersgruppe <30	MA	48,0	36,0	38,0	405-1	
Altersgruppe 30-50	MA	124,0	119,0	105,0	405-1	
Altersgruppe >50	MA	47,0	56,0	53,0	405-1	
Altersgruppe <30	%	21,9	17,1	19,4	405-1	
Altersgruppe 30-50	%	56,6	56,4	53,6	405-1	
Altersgruppe >50	%	21,5	26,5	27,0	405-1	
<b>Geschäftsführer:innen</b>	MA	2,0	2,0	2,0	102-8	
Frauen	MA	1,0	1,0	1,0	405-1	Z5
Männer	MA	1,0	1,0	1,0	405-1	
Frauen in Prozent	%	50,0	50,0	50,0	405-1	
Männer in Prozent	%	50,0	50,0	50,0	405-1	
davon Altersgruppe <30	MA	-	0,0	0,0	405-1	
davon Altersgruppe 30-50	MA	2,0	1,0	1,0	405-1	
davon Altersgruppe >50	MA	-	1,0	1,0	405-1	
Altersgruppe <30 (in Prozent)	%	-	-	-	405-1	
Altersgruppe 30-50 (in Prozent)	%	100,0	50,0	50,0	405-1	
Altersgruppe >50 (in Prozent)	%	-	50,0	50,0	405-1	
Altersgruppe über 50 Jahre	%	k.A.	-	-	405-1	
<b>Abteilungsleiter:innen</b>	Anzahl MA	11,0	10,5	10,0	102-8	
Frauen als Abteilungsleiterinnen	MA	7,0	7,0	6,0	405-1	Z5
Männer als Abteilungsleiter	MA	3,0	3,0	3,0	405-1	
Frauen in Prozent	%	70,0	70,0	66,7	405-1	
Männer in Prozent	%	30,0	30,0	33,3	405-1	
davon Altersgruppe <30	MA	0,0	0,0	0,0	405-1	
davon Altersgruppe 30-50	MA	10,0	10,0	9,0	405-1	
davon Altersgruppe >50	MA	0,0	0,0	0,0	405-1	

\*\*\* Es handelt sich um den Durchschnitt in der Berichtsperiode und nicht um einen Stichtag, weshalb alle Mitarbeiter:innendaten mit einer Kommastelle angegeben werden.

\*\*\*\* Umstellung auf GmbH, weshalb es keinen Aufsichtsrat mehr gibt; berichtet wird direkt an den Mutterkonzern.

**KAPITEL 8**  
**ANHANG**

THEMA	EINHEIT	2017	2018	2019	GRI- Standards	SDGs
Altersgruppe <30 (in Prozent)	%	0,0	0,0	0,0	405-1	
Altersgruppe 30-50 (in Prozent)	%	100,0	100,0	100,0	405-1	
Altersgruppe >50 (in Prozent)	%	0,0	0,0	0,0	405-1	
<b>Angestellte (exkl. Geschäftsführer:innen und Abteilungsleiter:innen)</b>	MA	117	117	107	102-8	
Weibliche Angestellte	MA	46,0	43,0	36,0	405-1	Z5
Männliche Angestellte	MA	71,0	74,0	71,0	405-1	
Frauen in Prozent	%	39,3	36,8	33,6	405-1	
Männer in Prozent	%	60,7	63,2	66,4	405-1	
davon Altersgruppe <30	MA	29,0	22,0	17,0	405-1	
davon Altersgruppe 30-50	MA	67,0	69,4	65,0	405-1	
davon Altersgruppe >50	MA	21,0	25,7	25,0	405-1	
Altersgruppe <30 (in Prozent)	%	24,8	18,8	15,9	405-1	
Altersgruppe 30-50 (in Prozent)	%	57,3	59,3	60,7	405-1	
Altersgruppe >50 (in Prozent)	%	17,9	21,9	23,4	405-1	
<b>Arbeiter:innen</b>	MA	81,0	75,8	71,0	102-8	
Arbeiterinnen	MA	3,0	2,0	2,0	405-1	
Arbeiter	MA	78,0	73,8	69,0	405-1	
Frauen in Prozent	%	3,7	2,6	2,8	405-1	
Männer in Prozent	%	96,3	97,4	97,2	405-1	
davon Altersgruppe <30	MA	10,0	8,7	9,0	405-1	
davon Altersgruppe 30-50	MA	45,0	29,5	35,0	405-1	
davon Altersgruppe >50	MA	26,0	37,6	27,0	405-1	
Altersgruppe <30 (in Prozent)	%	12,3	11,4	12,7	405-1	
Altersgruppe 30-50 (in Prozent)	%	55,6	38,9	49,3	405-1	
Altersgruppe >50 (in Prozent)	%	32,1	49,6	38,0	405-1	
<b>Lehrlinge</b>	MA	9,0	6,4	7,0	102-8	
Weibliche Lehrlinge	MA	0,0	0,0	1,0	405-1	
Männliche Lehrlinge	MA	9,0	6,4	6,0	405-1	
Es gibt durchschnittlich rund 7 Leiharbeiter:innen, wobei es im Sommer zu saisonalen Schwankungen kommt.		11,0	8,0	k.A.	102-8	
Mitarbeiter:innen mit Behinderung	MA	2,0	2,0	1,5	405-1	Z5
Im Berichtszeitraum gab es keine Fälle von Diskriminierungen, die von Mitarbeiter:innen von Vöslauer zur Anzeige gebracht wurden oder bei denen Vöslauer verurteilt wurde.		0,0	0,0	0,0	406-1	



THEMA	EINHEIT	2017	2018	2019	GRI- Standards	SDGs
Beschäftigungsverhältnis						
<b>Anzahl Teilzeitbeschäftigte (Jahresdurchschnitt)</b>		19,0	19,9	21	102-8	Z5
Frauen in Teilzeit (Jahresdurchschnitt)	MA	13,0	13,0	13,0	102-8	Z5
Männer in Teilzeit (Jahresdurchschnitt)	MA	6,0	6,9	8,0	102-8	Z5
Anteil Frauen in Teilzeit an allen beschäftigten Frauen	%	23,6	24,5	28,3	102-8	Z5
Anteil Männer in Teilzeit an allen beschäftigten Männern	%	3,7	4,4	5,3	102-8	Z5
Elternzeit						
Anzahl Mitarbeiter:innen in Karenz	MA	7	10	12	401-3	Z5
Frauen in Karenz	MA	5	9	10	401-3	Z5
Männer in Karenz	MA	2	1	2	401-3	Z5
Anzahl Mitarbeiter:innen, deren Karenz in der Berichtsperiode endete	MA	4	3	6	401-3	Z5
Frauen, deren Karenz in der Berichtsperiode endete	MA	2	2	4	401-3	Z5
Männer, deren Karenz in der Berichtsperiode endete	MA	2	1	2	401-3	Z5
Anzahl Mitarbeiter:innen, deren Karenz in der Berichtsperiode endete und die ins Unternehmen zurückkehrten	MA	4	3	6	401-3	Z5
Frauen, deren Karenz in der Berichtsperiode endete und die ins Unternehmen zurückkehrten	MA	2	2	4	401-3	Z5
Männer, deren Karenz in der Berichtsperiode endete und die ins Unternehmen zurückkehrten	MA	2	1	2	401-3	Z5
Anteil Frauen, deren Karenz in der Berichts- periode endete und die ins Unternehmen zurückkehrten (Rückkehrrate)	%	100	100	100	401-3	Z5
Anteil Männer, deren Karenz in der Berichts- periode endete und die ins Unternehmen zu- rückkehrten (Rückkehrrate)	%	100	100	100	401-3	Z5
Anzahl Mitarbeiter:innen, deren Karenz im Jahr vor der Berichtsperiode endete und die ins Unternehmen zurückgekehrt sind und per 31.12. der Berichtsperiode noch beschäftigt waren	MA	1	2	3	401-3	Z5
Frauen, die im Jahr vor der Berichts- periode aus der Karenz zurückgekommen sind und per 31.12. der Berichtsperiode noch beschäftigt waren	MA	1	2	2	401-3	Z5
Männer, die im Jahr vor der Berichts- periode aus der Karenz zurückgekommen sind und per 31.12. der Berichtsperiode noch beschäftigt waren	MA	0	0	1	401-3	Z5

**KAPITEL 8**  
**ANHANG**

THEMA	EINHEIT	2017	2018	2019	GRI- Standards	SDGs
Anteil Frauen, die im Jahr vor der Berichtsperiode aus der Karenz zurückgekommen sind und per 31.12. der Berichtsperiode noch beschäftigt waren (Verbleibsrate)	%	25	100	100	401-3	Z5
Anteil Männer, die im Jahr vor der Berichtsperiode aus der Karenz zurückgekommen sind und per 31.12. der Berichtsperiode noch beschäftigt waren (Verbleibsrate)	%	-	-	100	401-3	Z5
<b>Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit gesamt</b>	Jahre	9,5	10,4	10,7		Z8
Geschäftsführer:innen	Jahre	19,6	20,6	21,6		Z8
Abteilungsleiter:innen	Jahre	12,6	12,5	13,5		Z8
Arbeiter:innen (inkl. Lehrlinge)	Jahre	10,7	11,5	11,8		Z8
Angestellte (exkl. Geschäftsführer:innen und Abteilungsleiter:innen)	Jahre	8,3	9,3	9,9		Z8
<b>Neueinstellungen gesamt</b>	Anzahl MA	21	35	28	401-1	Z8
Neueinstellungen Frauen	MA	11	12	13	401-1	Z8
Neueinstellungen Männer	MA	17	10	18	401-1	Z8
Neueinstellungsrate Frauen (auf weibliche Gesamtbelegschaft bezogen)	%	20,0	22,6	28,3	401-1	Z8
Neueinstellungsrate Männer (auf männliche Gesamtbelegschaft bezogen)	%	10,5	6,3	12,0	401-1	Z8
Neueinstellungen <30	MA	11,0	16,0	22,0	401-1	Z8
Neueinstellungen 30-50	MA	16,0	6,0	7,0	401-1	Z8
Neueinstellungen >50	MA	1,0	0,0	2,0	401-1	Z8
Neueinstellungsrate <30	%	5,1	7,6	11,2	401-1	Z8
Neueinstellungsrate 30-50	%	7,4	2,8	3,6	401-1	Z8
Neueinstellungsrate >50	%	0,5	0,0	1,0	401-1	Z8
<b>Neueinstellungsrate gesamt (auf Gesamtbelegschaft bezogen)</b>	%	12,9	10,4	15,8	401-1	Z8
<b>Austritte gesamt</b>	MA	35	38	36	401-1	Z8
Austritte Frauen	MA	17	13	14	401-1	Z8
Austritte Männer	MA	18	25	22	401-1	Z8
Austrittsrate Frauen (auf weibliche Gesamtbelegschaft bezogen)	%	30,9	32,1	30,4	401-1	Z8
Austrittsrate Männer (auf männliche Gesamtbelegschaft bezogen)	%	11,1	15,8	14,7	401-1	Z8
Austritte <30	MA	15,0	20,0	18,0	401-1	Z8
Austritte 30-50	MA	15,0	13,0	13,0	401-1	Z8
Austritte >50	MA	5,0	5,0	5,0	401-1	Z8
Austritte <30 (auf Gesamtbelegschaft bezogen)	%	6,9	9,5	9,2	401-1	Z8

THEMA	EINHEIT	2017	2018	2019	GRI- Standards	SDGs
Austritte 30-50 (auf Gesamtbelegschaft bezogen)	%	6,9	6,2	6,6	401-1	Z8
Austritte >50 (auf Gesamtbelegschaft bezogen)	%	2,3	2,4	2,6	401-1	Z8
<b>Austrittsrates gesamt (auf Gesamtbelegschaft bezogen)</b>	%	16,0	18,0	18,4	401-1	Z8
Mitarbeiterinnenfluktuation in der weiblichen Belegschaft	%	25,0	10,6	13,1	401-1	Z8
Mitarbeiterfluktuation in der männlichen Belegschaft	%	8,7	8,9	9,8	401-1	Z8
Mitarbeiter:innenfluktuation gesamt VAG Berechnung	%	12,8	15,6	10,7	401-1	Z8
<b>Sicherheit am Arbeitsplatz</b>						
Anzahl geleisteter Arbeitsstunden	Anzahl gel. Arbeitsstunden	434.783,1	429.929,3	393.415,5	403-9 (2018)	Z3
Anzahl gemeldeter Beinaheunfälle	Anzahl	103	102	97	403-9 (2018)	Z3
Anzahl Arbeitsunfälle (exkl. Externe)	Anzahl	3	2	2	403-9 (2018)	Z3
Rate an Arbeitsunfällen	Prozent (basierend auf 1 Million geleisteter Arbeitsstunden)	6,9	4,7	4,7	403-9 (2018)	Z3
Anzahl schwerwiegender Arbeitsunfälle (exkl. Todesfälle)	Anzahl	0	0	0	403-9 (2018)	Z3
Rate an schwerwiegenden Arbeitsunfällen (exkl. Todesfälle)	Prozent (basierend auf 1 Million geleisteter Arbeitsstunden)	0	0	0	403-9 (2018)	Z3
Anzahl Arbeitsunfälle mit Todesfolge	Anzahl	0	0	0	403-9 (2018)	Z3
Rate an Arbeitsunfällen mit Todesfolge	Prozent (basierend auf 1 Million geleisteter Arbeitsstunden)	0	0	0	403-9 (2018)	Z3
Arbeitsunfälle Leiharbeiter:innen	Anzahl	0	0	0	403-9 (2018)	Z3
Rate an Arbeitsunfällen von Leiharbeiter:innen	Prozent (basierend auf 1 Million geleisteter Arbeitsstunden)	0	0	0	403-9 (2018)	Z3

THEMA	EINHEIT	2017	2018	2019	GRI- Standards	SDGs
Compliance & Unternehmensethik						
Höhe der Verstöße und Strafzahlungen bezüglich Wettbewerbsrecht	EUR	0	0	0	206-1	
Höhe der Verstöße und Strafzahlungen bezüglich Umweltrecht	EUR	0	0	0	307-1	
Höhe der Verstöße und Strafzahlungen bezüglich Korruption	EUR	0	0	0	419-1	
Höhe der Verstöße und Strafzahlungen bezüglich Werbung	EUR	0	0	0	417-3	
Gesamtsumme Spenden und Sponsoring	EUR		48.000	48.000		

## IMPRESSUM<sup>1</sup>

### HERAUSGEBER

Vöslauer Mineralwasser GmbH  
Quellenstraße 1, A-2540 Bad Vöslau

### KONTAKT

Mag. Mirjam Ernst, MAS  
Leitung Corporate PR & Nachhaltigkeit  
A-2540 Bad Vöslau, Quellenstraße 1  
Tel. +43 2252 401-0  
nachhaltigkeit@voeslauer.at

### REDAKTION

Mag. Mirjam Ernst, MAS  
Brigitte Mc Auley  
Mag. Manuela Eder, MA  
DI Herbert Schlossnikl

### FOTOS

Buchcover: die angeführten Verlage,  
Maximilian Köchl/AANDRS  
(S. 52–53)

### DRUCK

Unsere Umwelt liegt uns am Herzen:  
CO<sub>2</sub>-neutral gedruckt auf Recyclingpapier.  
paco.Medienwerkstatt, Huttengasse 47  
1160 Wien | pacomedia.at



Gedruckt nach der Richtlinie des  
Österreichischen Umweltzeichens  
„Druckerzeugnisse“,  
paco.Medienwerkstatt, UW-Nr. 1036

### INHALTLICHE BEGLEITUNG UND REDAKTIONELLE UNTERSTÜTZUNG

denkstatt GmbH | denkstatt.at

### EDITORIAL DESIGN

Mag. Nina Ullrich | designnomadin.com

### ICON DESIGN

Aleksandar Savić | agentazur.com

### LEKTORAT

Mag. Manuela Eder, MA

<sup>1</sup> GRI 102-53

#### **GESCHLECHTERGERECHTES FORMULIEREN UND EINE DISKRIMINIERUNGSFREIE BILDSPRACHE:**

Vöslauer ist bestrebt alle Menschen, unabhängig von Geschlecht, Alter, sexueller Orientierung oder Identität, individuellen Fähigkeiten, kultureller Prägung oder Religion, respektvoll und wertschätzend zu behandeln. Dies drückt sich auch durch den gleichstellungsorientierten, diskriminierungsfreien Sprachgebrauch aus. Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht wird der Gender-Doppelpunkt (Mitarbeiter:innen) verwendet. Aber: keine Regel ohne Ausnahmen. Bei manchen Begriffen wirkt eine andere als die herkömmliche Schreibweise befremdlich und diese werden daher in ihrer ursprünglichen Form verwendet. Neben dem geschlechtergerechten Sprachgebrauch wird auch auf eine diskriminierungsfreie Bild- und Motivauswahl geachtet.

WIR SIND GERNE  
DIE NUMMER 1.  
UND DAS NACHHALTIG.

