
FÜR ALPLA ZÄHLT DIE FORM.
GEHT'S UM NACHHALTIGKEIT,
ZÄHLT DER INHALT.



ALPLA

ÖKONOMIE UND TECHNIK

Unsere Produkte schützen nicht nur den jeweiligen Inhalt, sie tragen auch unsere Werte nach außen. Deshalb ist ALPLA internationaler Technologieführer. Mit maximal effizient produzierten, hochwertigen Verpackungslösungen.



ÖKOLOGIE UND INNOVATION

ALPLA wurde 1955 am schönen Bodenseeufer gegründet, unsere Firmenzentrale befindet sich hier. Wir haben seit jeher vor Augen, warum engagierter Umwelt- und Klimaschutz wichtig ist.



MITARBEITER UND GESELLSCHAFT

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrer individuellen Motivation, Begeisterung, ihrem Wissen und Können sind der entscheidende ALPLA-Erfolgsfaktor. Langfristige Arbeitsverhältnisse sichern unseren Vorsprung.

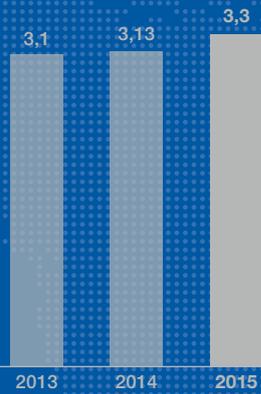


NACHHALTIGKEIT IST KEINE FORMSACHE.

Nachhaltigkeitsmanagement steht für uns seit jeher ganz oben. Wir sind uns unserer großen Verantwortung in diesem maßgeblichen Bereich nur allzu gut bewusst. Und arbeiten tagtäglich daran, auch hier eine Vorreiterrolle einzunehmen.
Mit Substanz und Ideen.

— ALPLA AUF EINEN BLICK

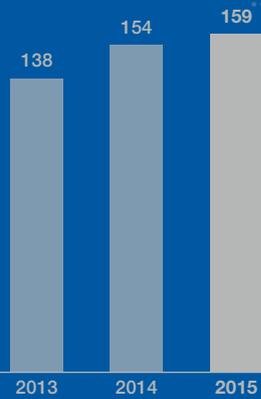
UMSATZ IN MILLIARDEN EURO



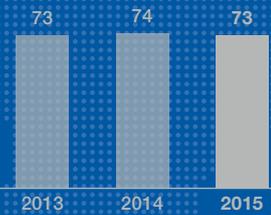
MITARBEITER/INNEN WELTWEIT
IN PERSONEN



PRODUKTIONSSTÄNDE



INHOUSE-KOOPERATIONEN





ALPLA gehört zu den führenden Unternehmen für Kunststoffverpackungen. Wir produzieren Verpackungssysteme, Flaschen, Verschlüsse und Spritzgussteile in höchster Qualität.

Unsere Kunden sind sowohl weltweit tätige Konzerne als auch regionale Unternehmen. Ebenso vielfältig sind die Anwendungsbereiche unserer Produkte. Maßgeschneiderte Verpackungslösungen entwickeln wir für: Nahrungsmittel und Getränke, Kosmetik und Pflegeprodukte, Haushaltsreiniger, Wasch- und Putzmittel, Motoröl und Schmiermittel.

Im Jahr 2015 feierte ALPLA das 60-jährige Firmenjubiläum. Alwin Lehner gründete unser Unternehmen im Jahr 1955 als „Alpenplastik Alwin Lehner GmbH“ in Hard in Österreich. Wir sind seither nicht nur unserem Hauptstandort treu geblieben, sondern auch unserer Philosophie als Familienunternehmen.

Zum Zeitpunkt der Berichterstellung arbeiteten rund um den Globus 16.500 Mitarbeiter an 159 Standorten in 41 Ländern für ALPLA.

MITARBEITERSTRUKTUR WELTWEIT

	2013	2014	2015	Anteil 2015
FTE ¹ , Basis 40 Std.	15.612	16.556	17.781	
Gesamtmitarbeiter per 31.12.²	15.346	15.909	16.572	
Weiblich	3.977	4.265	4.763	29 %
Männlich	11.369	11.644	11.809	71 %
Mitarbeiter exkl. Leiharbeitern per 31.12.³				
vorhandene Detaildaten	13.600	14.148	14.683	89 %
Weiblich	3.395	3.652	3.932	27 %
Männlich	10.205	10.496	10.751	73 %
Mitarbeiter unter 30 Jahren	4.146	4.213	4.388	30 %
Mitarbeiter zwischen 30 und 50 Jahren	7.768	8.014	8.236	56 %
Mitarbeiter über 50 Jahre	1.686	1.921	2.059	14 %
Mitarbeiter mit Behinderung	251	217	240	2 %
Nationale Mitarbeiter	11.996	12.767	12.986	88 %
Internationale Mitarbeiter	1.014	1.098	1.122	8 %
Teilzeitangestellte per 31.12.³	370	317	359	2 %
Weiblich	285	207	220	61 %
Männlich	85	110	139	39 %
Leiharbeiter per 31.12.	1.746	1.761	1.889	11 %
Neueinstellungen pro Jahr³	3.619	5.385	4.593	31 %
Weiblich	1.287	1.903	1.526	33 %
Männlich	2.332	3.482	3.067	67 %
Mitarbeiter unter 30 Jahren	1.646	2.383	1.968	43 %
Mitarbeiter zwischen 30 und 50 Jahren	1.791	2.679	2.376	52 %
Mitarbeiter über 50 Jahre	182	323	249	5 %
Unternehmensaustritte pro Jahr⁴	2.433	2.560	2.489	17 %
Weiblich	732	896	752	30 %
Männlich	1.701	1.664	1.737	70 %
Mitarbeiter unter 30 Jahren	995	1.032	995	40 %
Mitarbeiter zwischen 30 und 50 Jahren	1.143	1.276	1.203	48 %
Mitarbeiter über 50 Jahre	295	252	291	12 %
Fluktuationsrate⁴	18 %	18 %	17 %	
Weiblich	5 %	6 %	5 %	
Männlich	13 %	12 %	12 %	
Durchschnittliche Mitarbeiterzugehörigkeit in Jahren	4,39	4,28	4,01	
Unfallhäufigkeitsrate⁵	255	213	208	

¹ Vollzeitäquivalent.

² Werte beziehen sich auf alle Mitarbeiter inkl. Leiharbeitern.

³ Werte beziehen sich auf alle Mitarbeiter exkl. Leiharbeitern.

⁴ Werte beziehen sich auf Austritte von Mitarbeitern mit befristeten und unbefristeten Arbeitsverhältnissen exkl. Leiharbeitern.

⁵ Anzahl der durch Unfälle verlorenen Arbeitsstunden je 1 Million geleisteter Arbeitsstunden.

PRODUKTION UND UMWELT

	2013	2014	2015	Entwicklung 2013-2015
Energie [MWh]	1.961.664	2.049.225	2.099.943	7,0 %
Spez. Energieverbrauch [kWh/kg Materialeinsatz]	1,125	1,108	1,089	-3,2 %
CO₂e-Emissionen [t] (Scope 2)¹	763.371	810.103	837.509	9,7 %
Spez. CO ₂ e-Emissionen [kg CO ₂ /kg Materialeinsatz]	0,438	0,438	0,434	-0,9 %
Spez. Material – gesamt [g/Stück]	20,04	19,93	19,36	-3,0 %
EBM [g/Stück] ²	33,85	34,35	35,04	4,0 %
IM-Caps [g/Stück] ²	2,59	2,45	2,43	-6,0 %
SBM-PET [g/Stück] ²	30,00	29,19	28,03	-7,0 %
IM-PET [g/Stück] ²	28,41	28,33	27,31	-4,0 %
Wasser (frisch) [m³]	1.164.425	1.097.751	1.183.645	1,7 %
Spez. Wasserverbrauch [m ³ /t Materialeinsatz]	0,67	0,59	0,61	-9,0 %

¹ Scope 2: CO₂e-Emissionen durch Stromverbrauch.

² EBM – Extrusion Blow Moulding, IM-Caps – Injection Moulding Caps, SBM-PET – Stretch Blow Moulding, IM-PET – Injection Moulding Preforms (zu den Verarbeitungstechnologien von ALPLA mehr ab Seite 29).

— INHALT

ALPLA auf einen Blick	4
Vorwort der Geschäftsführung	8
Über diesen Bericht	10
Unternehmensethik und Einhaltung von Recht	13
Korruptionsbekämpfung – Verhaltenskodex	13
Mitgliedschaften	13

MITARBEITER UND GESELLSCHAFT

Unsere Mitarbeiter/-innen und ALPLAs Engagement	16
Engagement für die Gesundheit der Mitarbeiter	16
ALPLA als Nachbar – gesellschaftliches Engagement	21

ÖKONOMIE UND TECHNIK

Woher kommt das Material für die Flasche?	24
Supplier Code of Conduct	25
Verhältnis zu Lieferanten	25
Wie entsteht die Flasche?	28
Mehrere Wege führen zur Flasche	28
Technologien im Überblick	29
Materialmanagement	30

ÖKOLOGIE UND INNOVATION

Energiemanagement	36
CO ₂ -Emissionen und CO ₂ -Reduktion	39
Wasser- und Abfallmanagement	44
ALPLA Innovation Management	46

INTERNATIONAL UND VOR ORT

Weltweite Präsenz: Wo wird produziert?	50
Indien	52
Direkt beim Kunden – Inhouse-Logistik und Wall-to-Wall	54

RECYCLING UND INITIATIVEN

End of Life Cycle – aus Alt mach Neu	58
Flaschenrecycling	58
„Zero Pellet Loss“-Pakt – Marine Litter	62
Flaschenhäuser-Projekt in Uganda	63

ALPLA Nachhaltigkeitsprogramm	66
GRI Content Index	68
Glossar	70
Impressum	71





Georg Früh (CFO), Günther Lehner (CEO) und Nicolas Lehner (CCO) im Produktionswerk Fußach, Österreich (von links).

**Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
geschätzte Partner und Kunden!**

Als historisches Ereignis feierten die Medien die Einigung von 196 Staaten beim UN-Klimagipfel 2015 in Paris. Laut diesem Abkommen versucht die Weltgemeinschaft die Erderwärmung auf weniger als 2 Grad zu begrenzen. Der Höhepunkt der CO₂-Emissionen soll so rasch wie möglich erreicht werden. Spätestens für die zweite Hälfte des 21. Jahrhunderts streben die Vertragspartner ein Gleichgewicht zwischen dem Ausstoß von Treibhausgasen und deren Absorption an. Bemerkenswert ist auch, dass im Vertrag durch den Klimawandel verursachte Schäden einschließlich möglicher Gegenmaßnahmen explizit erwähnt werden.

Das zähe Ringen der internationalen Gemeinschaft unterstreicht die Bedeutung des Klimaschutzes für unser aller Zukunft. Auch wenn scheinbar immer wieder politische und wirtschaftliche Interessen den Zielen der Nachhaltigkeit entgegenwirken, ist wohl allen Akteuren klar: Die Zeit zum Handeln ist jetzt. Als weltweit tätiges Unternehmen leisten auch wir einen Beitrag dazu. Es ist unsere Verantwortung, sorgsam mit Ressourcen umzugehen, Emissionen zu reduzieren und Umweltverschmutzung zu vermeiden. Unser Ziel ist es, bis zum Jahr 2018 den spezifischen Stromverbrauch um 15 Prozent auf 1 kWh/kg und den CO₂-Ausstoß pro Tonne verarbeitetes Material um 20 Prozent zu senken.

UNSER ZIEL IST ES, BIS ZUM JAHR 2018 DEN SPEZIFISCHEN STROMVERBRAUCH UM 15 PROZENT UND DEN CO₂-AUSSTOSS PRO TONNE VERARBEITETES MATERIAL UM 20 PROZENT ZU SENKEN.

Günther Lehner, CEO

In unserer 60-jährigen Unternehmensgeschichte war es stets das Ziel, ALPLA als Technologieführer zu positionieren. Innovation ist der Schlüssel zum Erfolg. Innovation ist unserer Meinung nach auch der Schlüssel zur Nachhaltigkeit. Wir modernisieren ständig unsere Betriebsanlagen und unsere Infrastruktur und verbessern unsere Maschinen und Produktionsprozesse. Damit sparen wir Energie und können leichtere und trotzdem leistungsfähige Verpackungslösungen herstellen. Beispielsweise reduziert die innovative EBM-Technologie „Foaming“, an der ALPLA über vier Jahre lang gearbeitet hat, den Materialverbrauch um

15 Prozent. Unsere Zusammenarbeit mit anderen Weltmarktführern in der Weiterentwicklung und Verarbeitung neuer, nachhaltiger Rohstoffe wie PEF rückt Visionen der Branche bereits heute in greifbare Nähe.

Mit diesem zweiten Nachhaltigkeitsbericht informieren wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, unsere Partner und Kunden über unsere Leistungen und Ziele für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung. Erfolgreiches Wirtschaften lässt sich mit unseren Werten Vernunft, Verantwortung, Vertrauen und Verbindlichkeit vereinbaren. Davon sind wir überzeugt.



Nicolas Lehner
Chief Commercial Officer



Günther Lehner
Chief Executive Officer



Georg Früh
Chief Financial Officer

— ÜBER DIESEN BERICHT

**Nachhaltige
Unternehmensführung auf
Konzernebene seit 2012**

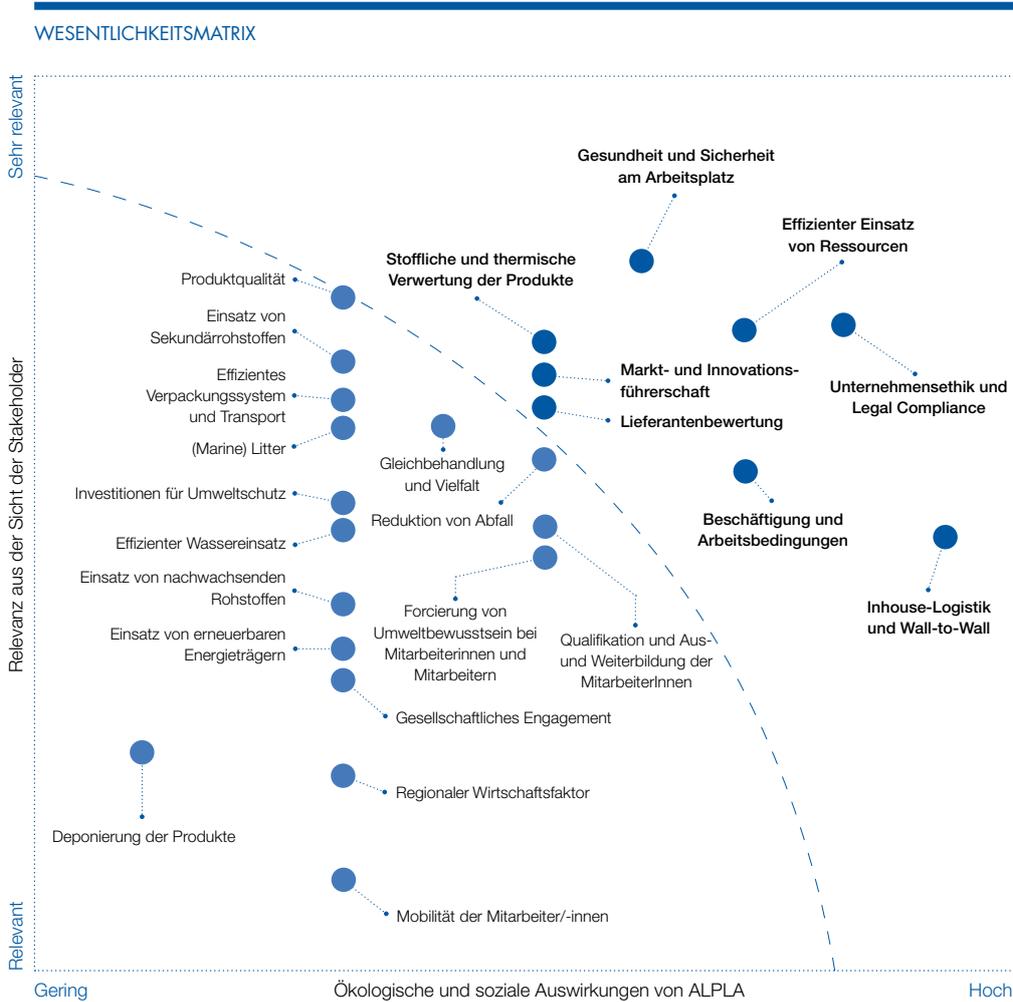
Dieser zweite ALPLA Nachhaltigkeitsbericht gibt Auskunft über alle relevanten wirtschaftlichen, ökologischen, gesellschaftlichen und sozialen Entwicklungen in den Geschäftsjahren 2013 bis 2015. In den dargestellten Daten sind sämtliche ALPLA Standorte weltweit, einschließlich Inhouse-Werken und Joint Ventures, berücksichtigt. Informationen zu unseren Recyclingwerken und deren Verbrauchsangaben haben wir gesondert in einem Kapitel zusammengefasst.

Der Bericht orientiert sich an den Vorgaben und Indikatoren der Global Reporting Initiative (GRI G4). Das Erscheinen der Berichte ist zweijährlich geplant. Den ersten bzw. vorherigen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichte ALPLA 2014.

Für den Inhalt des Berichts ist das ALPLA Nachhaltigkeitsmanagement (Teil der Abteilung Strategy, Business Development & Sustainability) verantwortlich. Mit dieser Abteilung und der eigenen Nachhaltigkeitsbeauftragten (Linda Mauksch) institutionalisierte ALPLA im Jahr 2012 eine nachhaltige Unternehmensführung auf Konzernebene. Zur unternehmensweiten Unterstützung der Nachhaltigkeitsziele trägt das ALPLA Sustainability Steering Council bei. Es setzt sich aus Vertretern verschiedener Unternehmensbereiche wie Personal, Verkauf, Regionalmanagement, Technik oder Plant Engineering zusammen. Das Council berät regelmäßig über anstehende Aufgaben und deren Umsetzung.

ALPLA Sustainability
Steering Council
(von links): Nicolas Lehner,
Dietmar Marin, Christoph
Hoffmann, Hermann
Riedlsperger, Günther
Lehner, Linda Mauksch,
Christian Buchgraber,
Klaus Allgäuer, Martin
Stark und Hanspeter
Hollender.





Die in der Abbildung dargestellten Themen beurteilten die befragten Stakeholder mit „wichtig“ bis „sehr wichtig“. Der vorliegende Bericht stellt unsere Leistungen in diesen Themenbereichen dar, zeigt Fortschritte im Vergleich zu den Vorjahren ebenso auf wie unsere zukünftigen Maßnahmen und Ziele.

Erstmals haben wir unsere Stakeholder in den Entstehungsprozess des Berichts eingebunden. In einem Workshop definierte das ALPLA Sustainability Steering Council, welche Stakeholder zu welchen Themen für die sogenannte Wesentlichkeitsmatrix befragt werden sollten. Im Herbst 2015 erhielten schließlich ausgewählte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus verschiedenen Ebenen und Regionen, Kunden sowie Vertreter der Eigentümerfamilie einen schriftlichen Fragebogen. Aufgrund der persönlichen Ansprache der Zielgruppen konnte eine hohe Rücklaufquote erreicht werden.

Die Umfrage untersuchte 31 Themen nach zwei Gesichtspunkten: Abgefragt wurde einerseits, wie relevant einzelne Themen grundsätz-

lich für ALPLA sind. Andererseits erhob der umfangreiche Fragebogen, wie das tatsächliche Engagement von ALPLA in den jeweiligen Bereichen bewertet wird. So ergaben sich insgesamt acht für ALPLA besonders wesentliche Themen, die von den Stakeholdern als „wichtig“ bis „sehr wichtig“ beurteilt wurden.

Die acht Themen ergänzten wir noch um weitere ausgewählte Umweltthemen. Unserer Einschätzung nach handelt es sich dabei um äußerst wichtige Anliegen für die Kunststoffbranche – wie beispielsweise die Verschmutzung der Meere, Abfallvermeidung oder Upcycling –, die wir daher im Bericht ab Seite 58 behandeln.

Natürlich wollen wir über die Erstellung des Berichts hinaus einen Mehrwert für unser Unternehmen schaffen. Bei der Auswertung der Stakeholder-Befragung zeigte sich beispielsweise, dass unser Engagement intern bisher weitgehend unbeachtet blieb. Im Sinne der Bewusstseinsbildung wollen wir daher in Zukunft die interne Kommunikation zu Nachhaltigkeitsthemen in der Mitarbeiterzeitung und im Intranet zusätzlich intensivieren.

Insgesamt sehen wir den gesamten Prozess der Berichterstattung – von der Datenerhebung bis zu den Rückmeldungen unserer Stakeholder auf den fertigen Bericht – als wertvolle Chance: Wir überprüfen auf diesem Wege regelmäßig und kritisch unsere Leistungen und Ziele und definieren konkrete Handlungsfelder für die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Wesentliche Themen

Die internationale Staatengemeinschaft hat sich zum Ziel gesetzt, Korruption und Bestechung zu bekämpfen. In diesem Zusammenhang sind Exportunternehmen aufgefordert, Kontrollsysteme zu implementieren. Auch wir bei ALPLA setzen auf Präventionsmaßnahmen und Bewusstseinsbildung, beispielsweise mit entsprechenden Schulungen aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. [Seite 13](#)

Gute und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die Basis unseres Erfolgs. Wir sehen das Personalmanagement als wirksames Mittel für die Umsetzung einer nachhaltigen Unternehmensführung. Unser Wertesystem entspricht international anerkannten ethischen Standards. Wir möchten in sozialen und ethischen Fragen eine Vorbildfunktion wahrnehmen. [Seite 16](#)

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz verdienen hohe Aufmerksamkeit. Denn jeder Krankenstand eines Mitarbeiters oder einer Mitarbeiterin verursacht Kosten – für das

Unternehmen und die gesamte Gesellschaft. Wir schützen unsere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer bestmöglich vor Unfällen und Berufserkrankungen. [Seite 20](#)

Supply Chain Management wird zu einem immer wichtigeren Thema. Die Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen ist stets mit einem Ressourcenverbrauch verbunden. Daher arbeiten wir mit Lieferanten zusammen, die ökologisch und gesellschaftlich nachhaltig agieren. [Seite 25](#)

ALPLA ist es sehr wichtig, den Materialverbrauch so gering wie möglich zu halten und bei den verwendeten Materialien auf möglichst umweltverträgliche Rohstoffe zu setzen. [Seite 30](#)

Im Sinne einer generationsübergreifenden Verantwortung treibt ALPLA ressourcenschonende und umweltfreundliche Innovation voran. [Seite 46](#)

Wir sind dort, wo unsere Kunden uns brauchen. Um die Anzahl der Transporte so gering wie möglich zu halten, verfolgen wir seit Jahrzehnten eine Inhouse-Strategie. Das hat Vorteile für die Umwelt und fördert eine effiziente Zusammenarbeit mit unseren Kunden. [Seite 54](#)

ALPLA setzt auf Recycling. Einerseits verwenden wir in der Produktion Recyclingkunststoffe. Andererseits sind wir am Ende des Lebenswegs der Kunststoffgebilde vom Nutzen hochwertiger Recyclingstrategien überzeugt. Separate Sammlung und Verwertung schonen Rohstoffe und gewährleisten die bestmögliche Nutzung des Heizwerts von Kunststoffabfällen. [Seite 58](#)

Für jeden Themenbereich haben wir die verantwortlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter befragt. Sie werden in den einzelnen Kapiteln namentlich genannt und zitiert.

WESENTLICHE THEMEN

Unternehmensethik und Legal Compliance	13
Beschäftigung und Arbeitsbedingungen	16
Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	20
Lieferantenbewertung	25
Effizienter Ressourceneinsatz	30
Markt- und Innovationsführerschaft	46
Inhouse-Logistik und Wall-to-Wall	54
Stoffliche und thermische Verwertung der Produkte	58

– UNTERNEHMENSETHIK UND EINHALTUNG VON RECHT

KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG – VERHALTENSKODEX

Als global tätiger Konzern steht ALPLA für verantwortungsvolles Handeln. Dabei liegt der Schwerpunkt auf fairem und ehrlichem Kontakt, partnerschaftlicher Zusammenarbeit, respektvollem Umgang und gegenseitiger Rücksichtnahme, Gleichbehandlung aller Menschen und gesetzestreuem Verhalten. Diese Grundsätze prägen unser Unternehmen und diese Haltung erwarten wir auch von unseren Mitarbeitern und Partnern.

Sichere und hygienische Arbeitsbedingungen sowie die strikte Beachtung der Sicherheitsregeln sind wesentliche Grundlagen unserer Arbeitsorganisation. Diskriminierungen welcher Art auch immer und sexuelle Belästigung tolerieren wir grundsätzlich nicht. Kinderarbeit akzeptieren wir unter keinen Umständen, sie ist vollumfänglich zu verhindern. Der nachhaltige Umgang mit Ressourcen sowie die

umfassende Nutzung von Recyclingmöglichkeiten bestimmen unser Handeln maßgeblich.

Die geltenden Vorschriften der Rechtsordnung in den jeweiligen Ländern sind unbedingt einzuhalten. Hier weisen wir besonders auf das Wettbewerbs-, Kartell- und Korruptionsstrafrecht hin. Zur Umsetzung dieser Prinzipien verbessern wir laufend unser Compliance-System. Dieses sorgt einerseits dafür, dass Gesetzesänderungen schnellstmöglich berücksichtigt werden. Andererseits gewährleisten wir damit, dass Änderungen auch kommuniziert werden und deren Umsetzung überprüft wird.

Seit Anfang 2015 absolvieren alle ALPLA Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit über unsere E-Learning-Plattform eine Schulung zum Verhaltenskodex. Jeder einzelne Mitarbeiter bestätigt mit einem Test, dass er die Inhalte gelernt und verstanden hat.

MITGLIEDSCHAFTEN

Folgende Mitgliedschaften unterstreichen unser ökologisches und soziales Engagement:

AIM Progress – Program for responsible sourcing

Altstoff Recycling Austria Verein

Bundesvereinigung Logistik

CDP – Carbon Disclosure Project

Deutsche Gesellschaft für Personalführung

Ecovadis – Supplier Sustainability Ranking

Ellipso – French Plastic and Flexible Packaging Association

EUPC – European Plastic Converters

Forum PET Europe

Klimaneutralitätsbündnis 2025

Industrievereinigung Kunststoffverpackungen e. V.

Moll, des goht – Verein zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung Vorarlbergs

OFI Österreichisches Kunststoffinstitut

Österreichisches Institut für Verpackungen

PCE (Polymer Comply Europe) - FREP (Plastics Converter Food Contact Regulatory Experts Panel)

Petcore – PET Container Recycling Europe

Petcycle

RAL Gütegemeinschaft in Deutschland

respACT – Unternehmensplattform für CSR und Nachhaltige Entwicklung

SEDEX – Supplier Ethical Data Exchange

Verein Netzwerk Logistik VNL

Vorarlberger Eigentümer Vereinigung

ES GEHT NICHT DARUM,
AUS MITARBEITERN ALLES
HERAUSZUHOLEN.

— ES GEHT DARUM,
MAXIMAL ZU
FÖRDERN, WAS IN
IHNEN STECKT.



— UNSERE MITARBEITER/-INNEN UND ALPLAS ENGAGEMENT

ENGAGEMENT FÜR DIE GESUNDHEIT DER MITARBEITER

Unser Selbstverständnis

Die Menschen, die für ALPLA arbeiten, sind uns wichtig. Unabhängig von ihrer Herkunft, ihres Geschlechts oder ihres Glaubens behandeln wir sie gleich. Ihre Unterschiedlichkeit respektieren wir nicht nur, sondern sehen sie als Quelle für Innovationen und unseren Erfolg.

Es liegt in unserer Verantwortung, die Arbeitsumgebung in den Betrieben gesund und sicher zu gestalten. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dürfen aufgrund ihrer Tätigkeit weder gesundheitlichen noch sonstigen Schaden nehmen. Darüber hinaus achten wir darauf, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Chance zu bieten, sich zu entwickeln, persönlich zu wachsen und ihr Leben selbstbestimmt zu gestalten. Ein sicheres Einkommen und die eigene Familie versorgen zu können sind hierfür wichtige Kriterien.

Unser Wertesystem entspricht international anerkannten ethischen Standards. Es ist stets unser Ziel, gesetzliche Vorgaben mehr als nur zu erfüllen und damit eine Vorbildfunktion zu übernehmen. ALPLA hat aktuell in 41 Ländern der Welt Produktionsstandorte. Uns ist bewusst, dass unsere Werte nicht in jedem dieser Länder akzeptiert werden und in der von uns gewünschten Form umsetzbar sind. Im Gegenteil – wir treffen immer wieder auf Meinungen und Verhaltensweisen, die konträr zu unserer Grundüberzeugung stehen. Sich in dieser Vielfalt und Widersprüchlichkeit zu bewegen, seinen eigenen Überzeugungen treu zu bleiben und Verbesserungen anzustoßen – darin sehen wir einen wesentlichen Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung. Diskriminierung, sexuelle Belästigung, Kinder- und Zwangsarbeit werden von uns nicht akzeptiert und sind vollumfänglich zu verhindern.

ALPLA hat aktuell in 41 Ländern der Welt Produktionsstandorte

Man fühlt sich hier einfach wie zuhause. Nicht selten arbeiten bei ALPLA mehrere Generationen einer Familie unter unserem Dach.





Unser in diesem Sinne konformes Handeln wird durch regelmäßige Audits (z.B. SMETA – SEDEX Member Ethical Trade Audit) von unabhängigen und externen Unternehmen nachgewiesen. Ebenso wird dies durch unseren Score auf der unabhängigen Plattform Ecovadis bestätigt.

Für uns als Familienunternehmen ist langfristiges Denken selbstverständlich. Wir handeln im Sinne und zum Wohl kommender Generationen. Unternehmensgründer Alwin Lehner und seine Familie stehen für Verlässlichkeit und Beständigkeit und verkörpern damit zentrale Werte unserer Unternehmensphilosophie.

Nachhaltiges Personalmanagement

Das Personalmanagement ist als Führungsfunktion unmittelbar von der unternehmerischen

Nachhaltigkeitsperspektive bestimmt. Der Anspruch der Ressourcenbalance gilt auch für die Personalprozesse in unserem Unternehmen. Zugleich ist das Personalmanagement selbst ein zentrales Mittel für die Umsetzung der nachhaltigen Unternehmensführung.

„Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrer individuellen Motivation, Begeisterung, ihrem Wissen und Können sind der entscheidende Erfolgsfaktor für ALPLA“, betont Hanspeter Hollender, Head of Corporate Human Resources. Seit der Pionierphase in den 60er und 70er Jahren bis heute lautet das Ziel, die richtigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden, ihnen fachliche und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten anzubieten und eine langfristige Mitarbeit im Unternehmen zu ermöglichen. Vorhandenes Know-how möchten wir im Unternehmen halten und weitergeben.

„UNSERE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER MIT IHRER INDIVIDUELLEN MOTIVATION, BEGEISTERUNG, IHREM WISSEN UND KÖNNEN SIND DER ENTSCHEIDENDE ERFOLGSFAKTOR FÜR ALPLA.“

*Hanspeter Hollender,
Director Corporate Human Resources & Organizational Development*

Dieses Grundverständnis unseres Personalmanagements setzen wir mit verschiedensten Maßnahmen um. Wir berücksichtigen dabei die Lebensphasen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Phasen ihrer Mitarbeit im Unternehmen: von der Rekrutierung und Integration in das Unternehmen über die Ausbildung und ständige Qualifizierung, die Betreuung und Unterstützung im Arbeitsprozess bis hin zur professionellen Führung und Gestaltung geeigneter Managementprozesse.

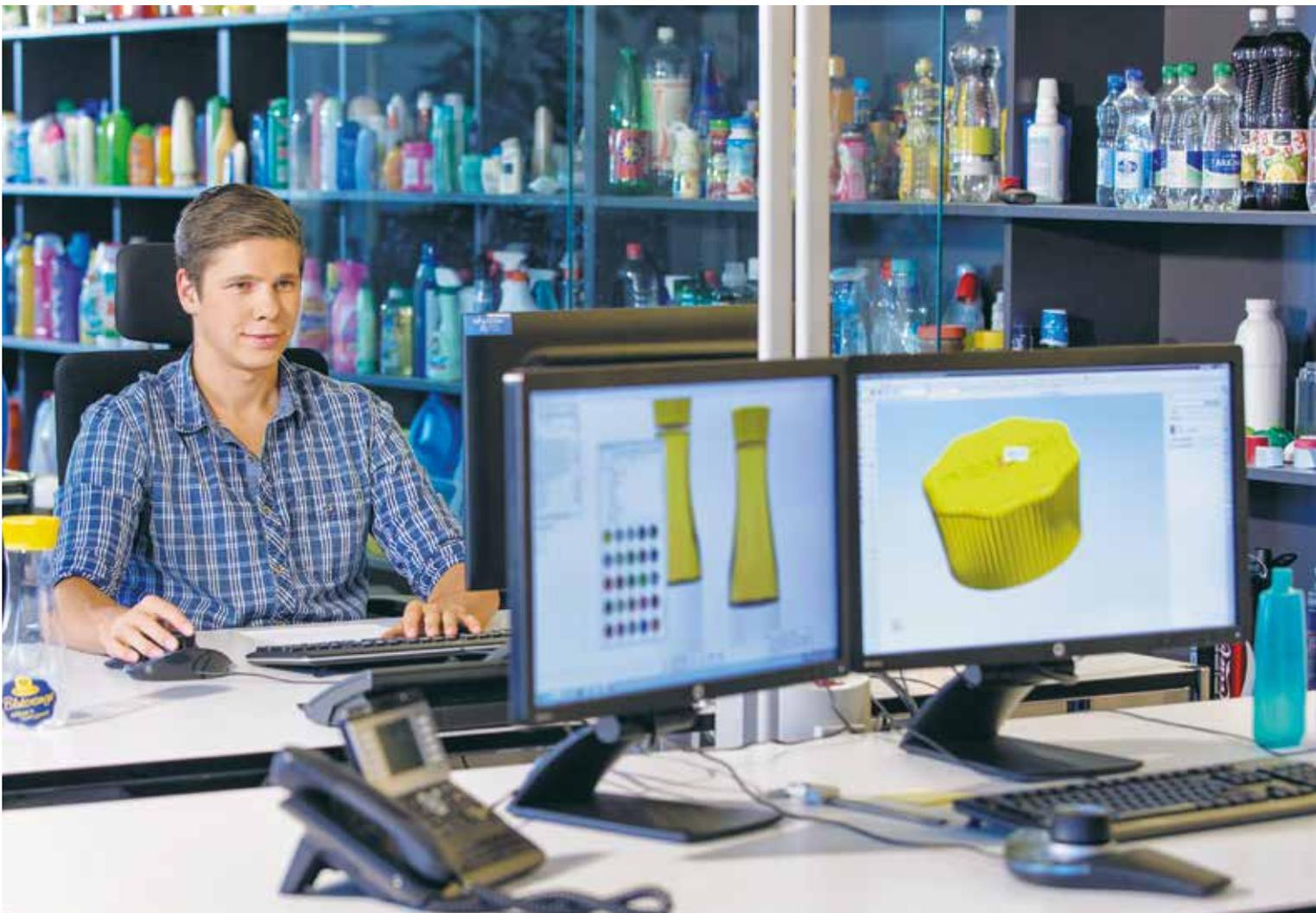
Transparenz und Chancengleichheit sind wichtige Werte im Prozess der Personaleinstellung. Über das ALPLA Karriereportal sind weltweit alle Stellenausschreibungen intern für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und extern für mögliche Bewerber zugänglich. Unsere Recruiting Policy stellt faire Chancen für alle Beteiligten im gesamten Auswahlprozess sicher.

ALPLA bildet in Österreich und anderen europäischen Ländern seit Jahrzehnten junge Nachwuchskräfte im Rahmen der dualen Ausbildung aus. Dieses Konzept der Berufsausbildung haben wir gemeinsam mit anderen Unternehmen nach Mexiko und China exportiert. Auch dort bieten wir nun Jugendlichen die Möglichkeit, die praktische Ausbildung in unseren Produktionsbetrieben mit einer allgemeinen Qualifizierung in Berufsschulen zu kombinieren. 2015 schlossen die ersten mexikanischen Lehrlinge diese attraktive Ausbildung erfolgreich ab. Alle Absolventinnen und Absolventen wurden von ALPLA übernommen und arbeiten am Standort in Toluca.

„Es ist Teil unserer Verantwortung, junge Leute rund um den Globus hervorragend auszubilden. So schaffen wir innerhalb der ALPLA Familie dieselben Grundvoraussetzungen und können die hohe Qualität an allen Standorten garantieren.“ (Günther Lehner, CEO)

Die Entwicklung und Förderung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat einen hohen Stellenwert. Die Anforderungen des Unternehmens mit den Erwartungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Balance zu bringen, ist dabei eine wichtige Führungsaufgabe. Individuelle Beratung, interessante Jobprofile sowie Instrumente wie Jobrotation, Coaching, Mentoring und gezielte Weiterbildung sind Bestandteile unseres Personalentwicklungskonzeptes. Dabei kommen alle Formen des Lernens zum Einsatz, einschließlich E-Learning und anderer moderner Lernformen. Das Angebot erweitern wir laufend: Waren es 2013 noch 150 Trainings mit rund 1200 Teilnehmern, so absolvierten im Jahr 2015 bereits 2485 Personen eines von 310 Trainings.

Der Managementprozess ALPLA People unterstützt Führungskräfte bei ihren Entwicklungs- und Förderaufgaben. In Mitarbeitergesprächen klären Vorgesetzte und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gemeinsam die Aufgaben, Ziele und Maßnahmen. Das ALPLA Management Development Program ist unser internationales Entwicklungsprogramm für Führungskräfte. Dieses Programm läuft seit 2007 auf internationaler Ebene. Ergänzend werden spezifische Programme in den ALPLA Regionen durchgeführt.





Hanspeter Hollender (links) und Georg Früh (Mitte) bei der Verleihung des österreichischen Staatspreises „KnewLEDGE 2016“.

Für den österreichischen Staatspreis KnewLEDGE 2016 wurde ALPLA in die Finalrunde nominiert. Mit unserem ganzheitlichen und globalen Konzept der Personalentwicklung erreichten wir den zweiten Rang, worauf wir sehr stolz sind.

Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter soll gesund und sicher bei ALPLA arbeiten können. Um den schon bisher hohen Standard in unseren Betrieben noch zu erhöhen und das Bewusstsein für diesen Bereich zu stärken, haben wir 2015 eine eigene Funktion Health, Safety & Environment (HSE) in der Abteilung Corporate Human Resources implementiert.

Das Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz verdient eine hohe Aufmerksamkeit. Wir wollen bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, bei unseren Kunden und

Zulieferern das Bewusstsein dafür schaffen. Dabei lautet unsere Vision „Zero Accident“. Mit speziellen Trainings, Workshops und anderen Maßnahmen unterstützen wir die verantwortlichen Arbeits- und Sicherheitsbeauftragten in den einzelnen Regionen. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf unseren Inhouse-Betrieben und der Zusammenarbeit mit unseren Kunden.

Seit 2013 forciert ALPLA die Dokumentation und Aufarbeitung von Beinaheunfällen (Near Misses). Dies sind unbeabsichtigte Vorkommnisse, die zu einem Unfall oder Störfall führen könnten.

Die OHSAS-18001-Norm (OHSAS = Occupational Health and Safety Assessment Series) wendet ALPLA weltweit als Referenzsystem an. Auf dieser Basis werden in den nächsten Jahren zahlreiche Betriebe zertifiziert.

„ES IST TEIL UNSERER VERANTWORTUNG, JUNGE LEUTE RUND UM DEN GLOBUS HERVORRAGEND AUSZUBILDEN. SO SCHAFFEN WIR INNERHALB DER ALPLA FAMILIE DIESELBEN GRUNDVORAUSSSETZUNGEN UND KÖNNEN DIE HOHE QUALITÄT AN ALLEN STANDORTEN GARANTIEREN.“

Günther Lehner, CEO

ALPLA ALS NACHBAR – GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Aus mehr als 90 Projekten haben wir für die folgende Tabelle 25 Beispiele ausgewählt. Diese 25 Projekte geben einen Überblick über das gesellschaftliche Engagement von ALPLA und verdeutlichen, wie vielfältig die Unterstützung ist.

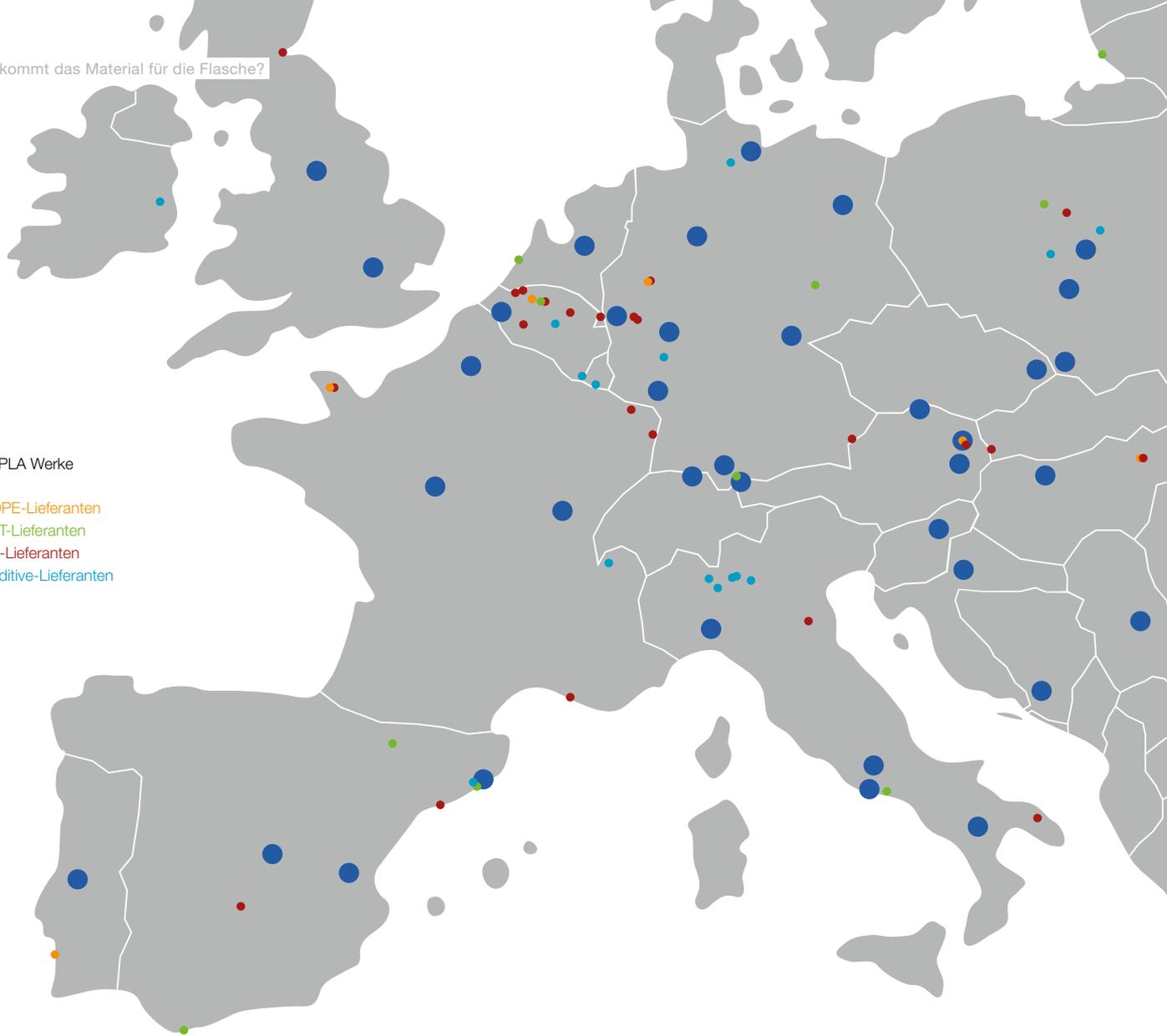
Region	Land	Sponsoring Project/Erklärung
Headquarter	Österreich	ALPLA KIDS – Kinderhaus für Mitarbeiterkinder
		Elijah-Projekt in Rumänien – Dorfaufbau
Afrika, Mittlerer Osten und Türkei	Türkei	Stipendienprogramm – finanzielle Unterstützung von ausgewählten Studenten
China	China	Unterstützung der Mitarbeiter im Falle von Naturkatastrophen Materielle Unterstützung für Kinder im Nordwesten Chinas
GUS/Russland	Russland	Schülerstipendienprogramm im Ugresha College
		Fundraising für krebsleidende Kinder
Indien	Indien	Unterstützungsprogramm für 8 Kinder, deren Eltern (ALPLA Mitarbeiter) außerhalb der ALPLA ums Leben kamen – Werke in Baddi und Pashamylaram
		Ausbildungsprogramm für 13 Studenten der Baddi-Universität – mit Übernahmeangebot
		Unterstützung von WADI-Projekt – Wasserdeseinfektion durch PET-Flaschen und Messgerät in indischen Dörfern
Karibik	Puerto Rico	Lebensmittelspende – Mitarbeiterinnen bekommen Truthahn für „Thanksgiving“
		Gesundheitskampagne – Grippe- und H1N1-Impfstoffe für Mitarbeiterinnen
Mexiko und Zentralamerika	Mexiko und Zentralamerika	Finanzielle Unterstützung der Mitarbeiter im Falle von Naturkatastrophen
	Mexiko	ALPLA Ausbildungsprogramm – 50 Auszubildende über 3 Jahre; Kunststoffformgeber und Metalltechniker
	Costa Rica	Waisenhaushilfe – materielle und finanzielle Unterstützung
Nordamerika	USA	Charity-Lauf – Haven House Shelter (McDonough, GA)/ Zufluchtshaus für misshandelte und schutzbedürftige Personen
		Spenden für Organisation Little Pink Houses of Hope (Cortland, NY) – ermöglicht Urlaub für Krebspatienten
Osteuropa	Serbien	Rotes Kreuz – finanzielle Unterstützung für Arbeit bei Hochwasserkatastrophe 2014
	Polen	Theater „Stage Kottownia“ – Bewusstseinsprogramm für Jugendliche
Südamerika	Brasilien	Spendensammlung – Mitarbeiterinnen sammeln spenden an Feiertagen für soziale Vereine und benachteiligte Personen
	Kolumbien	Umweltschutzprojekt im Partnerschaft mit Clariant Kolumbien – Waldwiederaufforstung in Forest Majui
Südostasien	Vietnam	Materielle und finanzielle Unterstützung für Waisenkinder – Hoa Hong Orphanage
	Thailand	Stipendienprogramm für die 27 Mitarbeiterkinder
Westeuropa	Deutschland	Exter-Triathlon – Teams bei Staffelwettbewerb
	Italien	Partnerschaft mit lokalen Infrastrukturen – Rabattaktion für Mitarbeiterinnen

WAS UNS BEI LIEFERANTEN
WICHTIG IST?

— REGIONALITÄT,
SOZIALE VERANTWORT-
TUNG UND EIN
SCHONENDER UMGANG
MIT RESSOURCEN.



- ALPLA Werke
- HDPE-Lieferanten
- PET-Lieferanten
- PP-Lieferanten
- Additive-Lieferanten



— WOHER KOMMT DAS MATERIAL FÜR DIE FLASCHE?

Die Integration der Umwelt-, Sozial- und Compliance-Standards in den Beschaffungsprozess ist eine wichtige Aufgabe des Nachhaltigkeitsmanagements bei ALPLA. Durch die bewusste Auswahl von Lieferanten und die langfristige Zusammenarbeit mit diesen wollen wir zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsstandards in der gesamten Wertschöpfungskette beitragen.

Seit Anfang 2014 bewerten wir Lieferanten für Material, Energie, Maschinen und Personalleasing nach bestimmten Kriterien. Unsere Richtlinien haben wir in einem Lieferantenkodex festgeschrieben, der Ende 2014 in Kraft getreten ist. Rund eineinhalb Jahre nach dessen Veröffentlichung hatten den Kodex weltweit bereits etwa 180 Hauptlieferanten unterzeichnet.

SUPPLIER CODE OF CONDUCT

Der ALPLA Lieferantenkodex setzt die Erfüllung von Kriterien wie Qualität, Preis und Liefertreue voraus. Neben unseren allgemein gültigen Compliance-Grundsätzen stehen Forderungen nach Umweltmanagement, Arbeitssicherheit und Gesundheit sowie sozialer Verantwortung im Zentrum der Vereinbarung.

Der Kodex gilt für unsere Lieferanten und deren Mitarbeiter einschließlich temporärer und geleaster Arbeitskräfte. Die Anforderungen sind weltweit einheitlich. Bestehende Verträge oder allgemeine Geschäftsbedingungen werden dadurch nicht ersetzt. Wir ermutigen unsere Lieferanten zudem, ähnliche Standards von ihren Lieferanten einzufordern.

Fairness, Ehrlichkeit, Respekt und gegenseitige Rücksichtnahme sind für uns die wichtigsten Grundlagen einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit. Wir erwarten auch von unseren Lieferanten, dass sie alle Menschen gleich behandeln und sich gesetzestreu verhalten.

Besonders betonen wir die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften in den Bereichen Wettbewerb und Monopole sowie Korruptionsbekämpfung.

Mit Unterzeichnung der Vereinbarung garantieren Lieferanten, dass durch ihre Handlungen keine Rechte Dritter verletzt und Informationen vertraulich behandelt werden.

Die Prinzipien des ETI Base Codes (ETI = Ethical Trading Initiative) sind für uns in diesem Bereich der maßgebliche Standard. Die klare Ablehnung von Kinderarbeit, Diskriminierung und unmenschlicher Behandlung, ein freies und geregeltes Arbeitsverhältnis, sichere und hygienische Arbeitsbedingungen sowie faire Löhne sind nur einige der explizit geforderten Punkte.

Auch beim Umweltschutz sind die jeweils geltenden Gesetze zu beachten. Speziell im Umgang mit Chemikalien oder giftigen Substanzen legen wir großen Wert auf hohe Sicherheitsstandards bis hin zur fachgerechten Entsorgung. Wir fordern unsere Lieferanten auf, in allen Umweltfragen nach dem Vorsorgeprinzip zu handeln. Der nachhaltige und effiziente Umgang mit Ressourcen ist für uns ebenso wichtig wie der sparsame Verbrauch von Energie und der Einsatz von erneuerbaren Energiequellen.

Verhaltenskodex:
Seite 13

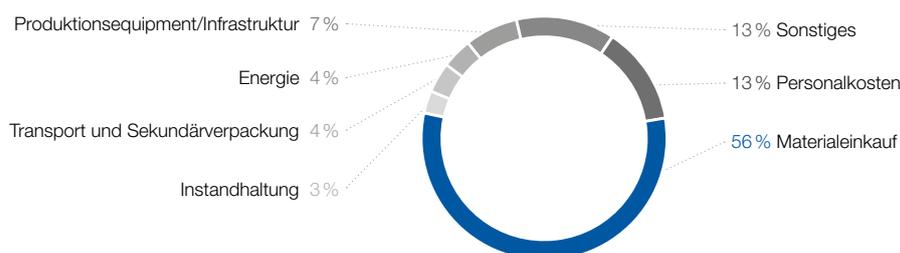
VERHÄLTNISS ZU LIEFERANTEN

Beschaffung und Rohstoffmärkte bei ALPLA

Mit 56 Prozent entfällt ein Großteil der Ausgaben bei ALPLA auf das für die Produktion be-

nötigte Material. Gehalts- und Lohnzahlungen machen 13 Prozent, Infrastruktur 7 Prozent und Energiekosten 5 Prozent der Ausgaben aus.

AUSGABENSTRUKTUR 2015





Welche Aufgaben haben Sie im Bereich Purchasing inne?

Die Abteilung Corporate Purchasing verantwortet den Materialeinkauf und koordiniert die Beschaffung von Farben, Additiven und Verpackungen. Wir kaufen weltweit ein – sowohl zentral über den Stammsitz in Hard als auch vor Ort für unsere Regionen.

Bitte skizzieren Sie die Situation der Rohstoffmärkte, die für ALPLA relevant sind.

Der PET-Markt (PET = Polyethylenterephthalat) ist mit vielen Käufern und Verkäufern sehr fragmentiert. Hier herrscht weltweit ein Überangebot. Anders sieht der Markt für Polyethylen aus. Er ist relativ stark konzentriert und in manchen Regionen auch knapp. Vor allem in Europa haben wir es deshalb immer wieder mit Engpässen zu tun.

PET ist zurzeit günstiger als PE. Gleichzeitig ist der Bedarf größer. Wir beobachten, dass bei neuen Produkten der Trend in Richtung PET geht. Neben dem Preis sind dafür die Eigenschaften wie Transparenz und Recyclingfähigkeit ausschlaggebend.

Sie koordinieren den Einkauf global, welche Rolle spielen lokale Lieferanten?

Im Rohstoffbereich gehen Nachhaltigkeit und Kosten Hand in Hand. Logistikkosten machen einen großen Teil der Gesamtkosten aus. Daher versuchen wir, möglichst regional einzukaufen beziehungsweise geografisch möglichst nahe an den Lieferanten zu sein. PET-Lieferanten sind in allen unseren Regionen präsent und relativ gut verteilt. Bei PE spielen aufgrund der herrschenden Verknappung Importe eine größere Rolle. So importieren wir beispielsweise PE aus den USA nach Europa und aus dem Mittleren Osten nach China.

PREISWETTBEWERB VERSUS NACHHALTIGKEIT

Ein Interview mit Christian Mayr, Director Corporate Purchasing, über die wichtigsten Rahmenbedingungen im Einkauf und die Zusammenarbeit von ALPLA mit Lieferanten.

Welche Anforderungen stellt ALPLA grundsätzlich an Lieferanten und wie kommunizieren Sie Kriterien wie Umweltaspekte oder Arbeitsbedingungen?

Für uns sind Qualität, Verfügbarkeit und Preis sowie Umweltaspekte maßgebliche Kriterien für die Zusammenarbeit mit möglichen Anbietern. Was soziale Rahmenbedingungen oder auch Arbeitsbedingungen betrifft, suchen wir immer vorab das Gespräch. Der ALPLA Supplier Code of Conduct erleichtert seit Ende 2014 unsere Arbeit, weil so von vornherein viele Grundsätze festgeschrieben sind. Alle Hauptlieferanten haben den Kodex rasch unterschrieben. Hohe Standards sind beim Großteil der Anbieter selbstverständlich, teilweise übertreffen die Unternehmen sogar unsere Anforderungen.

Es gibt auch das sogenannte Supplier Evaluation Tool bei ALPLA, welche Funktion hat dieses Instrument?

Mit diesem Tool bewerten wir qualitätsrelevante Kriterien in der fortlaufenden Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, wie zum Beispiel die verlässliche Lieferung oder Qualität der Granulate. Bisher haben wir das auf Werksebene gemacht, da es die Voraussetzung für eine Zertifizierung nach ISO 9001 ist. Nun führen wir dieses System weltweit ein. Unser Ziel ist die konsolidierte Bewertung von Lieferanten auf globaler Unternehmensebene. Dafür schaffen wir derzeit die nötigen Voraussetzungen in unseren Prozessen, wie zum Beispiel die Einrichtung erforderlicher IT-Systeme. Mit dem Supplier Evaluation Tool können wir langfristig die Qualität weiter erhöhen, den Ausschuss reduzieren. Wenn es Probleme mit bestimmten Lieferanten gibt, erkennen wir das rasch und können unmittelbar reagieren.

Wie schätzen Sie Angebot und Nachfrage bei Materialien aus nachwachsenden Rohstoffen ein?

Im PE-Bereich gibt es das „Green PE“ von Braskem, das vollständig aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt wird. Im PET-Bereich ist das Pendant dazu „Plant PET“ von Coca-Cola,

das zu 30 Prozent aus pflanzlichen Rohstoffen besteht. Es gibt einige Kunden, die zum Teil auf diese nachhaltigen Materialien für ihre Verpackungslösungen setzen. ALPLA ist hier „nur“ der Verarbeiter, die Entscheidung liegt beim Kunden. Fakt ist, dass die Nachfrage aufgrund der vergleichsweise hohen Preise derzeit sehr gering ist. Die Preise sind bis zu 50 Prozent höher als für herkömmliche Materialien aus fossilen Ressourcen. Letztere sind grundsätzlich günstiger, der niedrige Ölpreis verstärkt den ohnehin harten Preiswettbewerb. Green PE und Plant PET machen derzeit 2 Prozent unseres gesamten Materialeinsatzes aus.

Bieten Recyclingmaterialien eine mögliche weitere Alternative?

Wir bei ALPLA haben uns zum Ziel gesetzt, den Einsatz von Recyclingmaterial zu forcieren. Mit unseren drei eigenen Recyclingwerken verfügen wir über verlässliche Quellen für qualitativ hochwertiges Material. Generell muss man leider festhalten, dass das Interesse seitens der Kunden auch hier im Moment rückläufig ist. Recyclingmaterial ist zurzeit teurer als Neuware und unterliegt damit ebenfalls einem starken Wettbewerb. Der Anteil von Recyclingmaterial liegt bei PET bei knapp 5,1 Prozent und bei HDPE (High-Density Polyethylen) bei weniger als 1 Prozent. Recycling-HDPE ist in guter Qualität in geringerer Menge verfügbar als rPET, was sich an den genannten Zahlen ablesen lässt.

Wie kann dann ALPLA seine langfristigen Ziele bei der verstärkten Verwendung von recycelten Materialien trotzdem erreichen?

Wir können es unseren Kunden nur empfehlen und möglichst schmackhaft machen. Daher versuchen wir auch, uns beim Recyclingmaterial aus den eigenen Werken möglichst nah am Preisniveau der Neuware zu bewegen.

CORPORATE PURCHASING

Die Abteilung Corporate Purchasing koordiniert den Einkauf von PET, HDPE, PP, Farben, Additiven und Sekundärverpackungen weltweit.

— WIE ENTSTEHT DIE FLASCHE?

MEHRERE WEGE FÜHREN ZUR FLASCHE

Technologieführer mit jahrzehntelanger Erfahrung

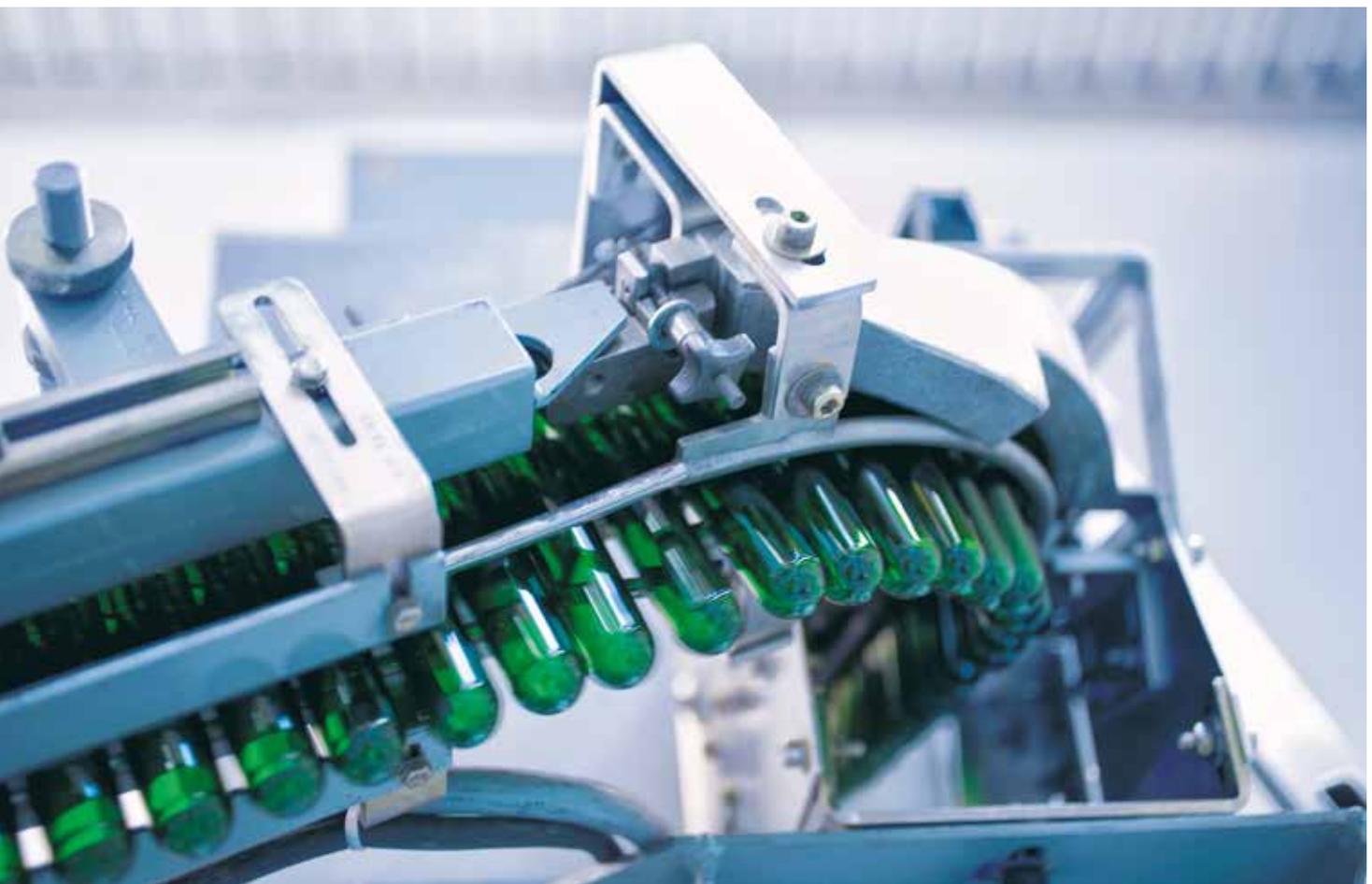
Wir sind dort, wo unsere Kunden uns brauchen. Deshalb produziert ALPLA in Europa, Asien, USA, Lateinamerika und Afrika. Zu unserem Erfolgskonzept gehört, dass wir unsere Qualitätsverpackungen auf Kundenwunsch auch direkt in den kundeneigenen Abfüllbetrieben herstellen und an deren Abfüllanlagen liefern. Seit 1985 bieten wir dieses Inhouse-Modell an und damit eine besonders effiziente Art der Zusammenarbeit, die die Lieferkette optimiert und jährlich hunderttausende LKW-Kilometer spart.

Unsere Kunden sind nicht nur über den gesamten Globus verteilt, sie kommen auch aus den unterschiedlichsten Branchen. Ob Getränke,

Nahrungsmittel, Kosmetik, Haushaltspflege, Motorenöle oder Schmiermittel – in unseren Technikzentren entwickeln Experten für jeden Kundenanspruch die richtige Verpackung.

Der Einsatz modernster Technologien und Produktionsverfahren sowie ein eigener Werkzeug- und Sondermaschinenbau machen ALPLA zum anerkannten Technologieführer. Dieser Innovationsvorsprung – gepaart mit jahrzehntelanger Erfahrung – ermöglicht uns schon heute die Arbeit an den Verpackungslösungen von morgen: Recycling, Lightweighting und Kunststoffe aus nachwachsenden Rohstoffen sind wichtige Säulen einer nachhaltigen Zukunft unserer Branche, deren Umsetzung wir gemeinsam mit unseren Kunden aktiv vorantreiben.

Vom Preform zur Flasche
durch PET-Stretch-Blow-
Moulding-Technologie.





Links: Spritzgießen – Injection Moulding.
Rechts: Extrusionsblas-
geformte Flaschen auf dem
Weg zu ihrem nächsten
Verarbeitungsschritt.

TECHNOLOGIEN IM ÜBERBLICK

Extrusionsblasformen (Extrusion Blow Moulding/EBM)

Beim Extrusionsblasen wird ein schlauchförmiger Vorformling durch Druck den Innenkonturen einer Werkzeugform angepasst (extrudiert). Das typische Merkmal für mit dieser Technologie gefertigte Verpackungen ist die Quetschnaht am Flaschenboden. Vorteile des Verfahrens sind die vielfältigen Möglichkeiten im Design (rund, eckig, oval, mit Griff) und die Flexibilität in der Produktionsleistung. EBM eignet sich insbesondere für Flaschen und Verpackungen für Kosmetik, Haushaltspflege, Getränke und Nahrungsmittel sowie Öle und Schmierstoffe. ALPLA Innovationen im EBM sind unter anderem Zweikammerflaschen oder die Mehrschichttechnologie. Mit der Schaumtechnologie haben wir einen wertvollen Beitrag zur weiteren Gewichtsreduzierung geleistet. Als zu verarbeitende Kunststoffe eignen sich HDPE, LDPE, PP und PETG.

Spritz-/Streckblasformen, zweistufiger Prozess (Injection Stretch Blow Moulding/ISBM)

Für die Produktion von PET-Flaschen setzt ALPLA primär auf das Zweistufenverfahren. Zuerst werden im Spritzgussverfahren (Injection Moulding Preform) die Preforms hergestellt. Im zweiten Schritt – dem sogenannten Streckblasformen (Stretch Blow Moulding) – werden die Preforms in der Maschine aufgeheizt und anschließend im Werkzeug zur Produktform verstreckt. Die Vorteile dieser Technologie sind schnelle Zykluszeiten und hohe Ausbringungsmengen. Das ermöglicht sogar eine direkte Anbindung der Flaschenproduktion an die Abfüllanlage. Typisches Kennzeichen dieser Flaschen ist der deutlich erkennbare Anspritzpunkt am Behälterboden.

PET eignet sich aufgrund seiner Eigenschaften Transparenz, geringes Gewicht, Druckbeständigkeit und Unzerbrechlichkeit hervorragend für kohlenensäurehaltige Getränke wie Limonaden oder Mineralwasser. ALPLA ist aber genauso auf Anwendungen dieser Technologie für Haushalts- und Körperpflegeprodukte spezialisiert und bietet auch Lösungen für ovale oder eckige Flaschen an. In der Herstellung von Getränke- und Mineralwasserflaschen verarbeiten wir bereits hohe Anteile an Recyclingmaterial.

An ausgewählten Standorten setzt ALPLA auch das einstufige PET-Verfahren ein. Dieser Prozess kombiniert die Produktion des Preforms und das Streckblasen der Flasche in einer Maschine.

Spritzgießen (Injection Moulding/IM)

Spritzgießen ist eines der wichtigsten Verfahren zur Herstellung geformter Kunststoffteile. Dabei wird eine Kunststoffmasse unter Druck in eine Werkzeugform gespritzt und abgekühlt. Eine nahezu freie Wahl an Formen und Oberflächen ist gegeben. ALPLA produziert mit dieser Technologie hauptsächlich Einzelkomponenten und Verschlüsse. Verwendete Kunststoffmaterialien sind PS, PP und PE.

Spritzblasformen (Injection Blow Moulding/IBM):

Für kleinere Behälter mit hohen Qualitätsanforderungen wendet ALPLA an ausgewählten Standorten auch das einstufige Spritzblasverfahren an. Aufgrund der hohen Maßgenauigkeit, geringen Gewichtsschwankungen und der guten Oberflächenqualität eignet sich das Spritzblasformen insbesondere für die Herstellung von Tiegeln oder Deorollern. Übliche Kunststoffe, die mit dieser Technologie verarbeitet werden, sind PE, PP und PET.

MATERIALMANAGEMENT

56 Prozent der Ausgaben für die Herstellung unserer Verpackungssysteme entfallen auf Materialkosten. Ein wichtiger Anreiz also, auf den „spezifischen Materialverbrauch“ (g Material pro produziertes Stück) zu achten und diesen kontinuierlich zu reduzieren.

Im Zeitraum von 2011 bis 2015 konnten wir den spezifischen Materialverbrauch insgesamt um 13 Prozent verringern. Den deutlichsten Rückgang erzielten wir in der Business Unit IM-Caps mit minus 17, gefolgt von den Bereichen SBM und IM-PET (Preform) mit minus 7 Prozent. In der Business Unit EBM gab es einen Anstieg des spezifischen Materialverbrauchs, da die Flaschen an Volumen zugenommen haben.

Der Materialverbrauch nach Kunststoffarten hat sich in den Berichtsjahren 2014 und 2015 im Vergleich zu den Vorjahren kaum verändert. Nach wie vor verarbeiten wir hauptsächlich PET (50,7 Prozent) und HDPE (36,2 Prozent).

Recyclingmaterialien haben dabei einen Anteil von 5,1 Prozent rPET und 0,7 Prozent rHDPE. Allerdings ist die Nachfrage nach rPET regional sehr unterschiedlich. So verarbeiten wir in deutschsprachigen Ländern durchschnittlich fast 20 Prozent rPET. PP und LDPE haben mit 7,0 bzw. 0,3 Prozent einen deutlich geringeren Anteil an unserem Materialmix.

Der Einsatz von Masterbatches (Farbgranulate) und anderen Additiven macht bei ALPLA nur einen Anteil von 0,8 Prozent am Gesamtmaterialverbrauch aus. Diese Zusatzstoffe verändern die Eigenschaften der verarbeiteten Kunststoffe. Sie verleihen den Flaschen die gewünschte Farbe, verbessern ihre Schutzfunktion (z.B. Sauerstoffbarriere) oder machen sie gegen Umwelteinwirkungen resistent (z.B. UV-Strahlung).

Spezifischer Materialverbrauch im Zeitraum 2011–2015

Gesamt: -13 %

IM-Caps: -17 %

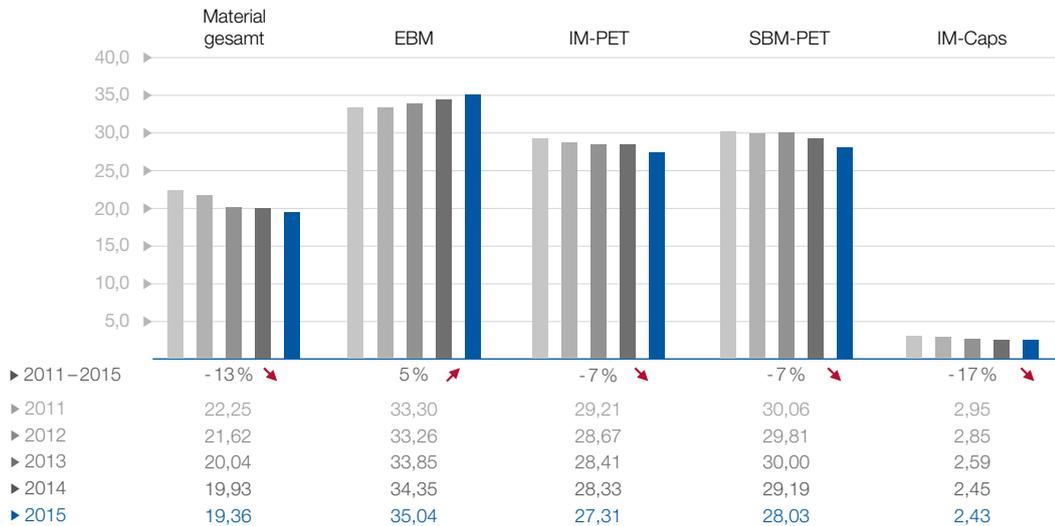
Business Unit SBM: -7 %

IM-PET (Preform): -7 %

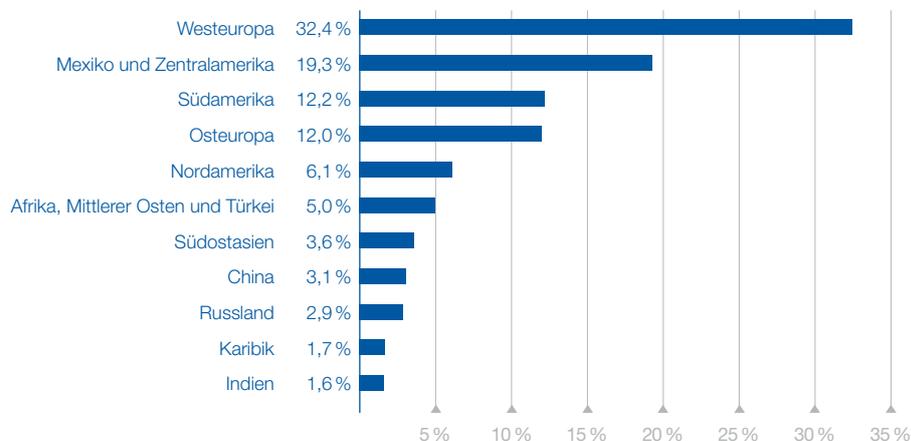
EBM: +5 %

SPEZIFISCHER MATERIALVERBRAUCH NACH TECHNOLOGIE

[g Material/Stück]



MATERIALVERBRAUCH NACH REGION 2015

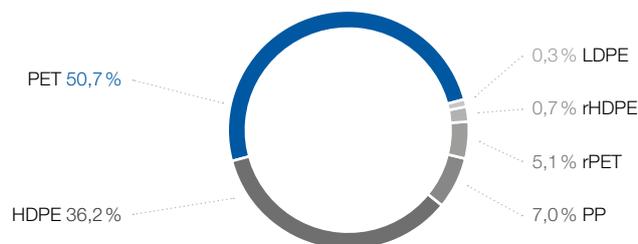


Herkömmliche Kunststoffe werden auf Basis von Erdöl hergestellt – und damit aus einem fossilen und nicht nachwachsenden Rohstoff. Im Sinne der Nachhaltigkeit bieten wir unseren Kunden Alternativen an. Zusätzlich zum Einsatz von Recyclingmaterialien setzen wir auf neue Kunststoffe aus nachwachsenden Rohstoffen. Neben der bereits weit verbreiteten Verwendung von Materialien wie „Plant PET“ (Coca-Cola) oder „Green PE“ (Braskem) arbeitet ALPLA in einem internationalen Konsortium an der Entwicklung von PEF.

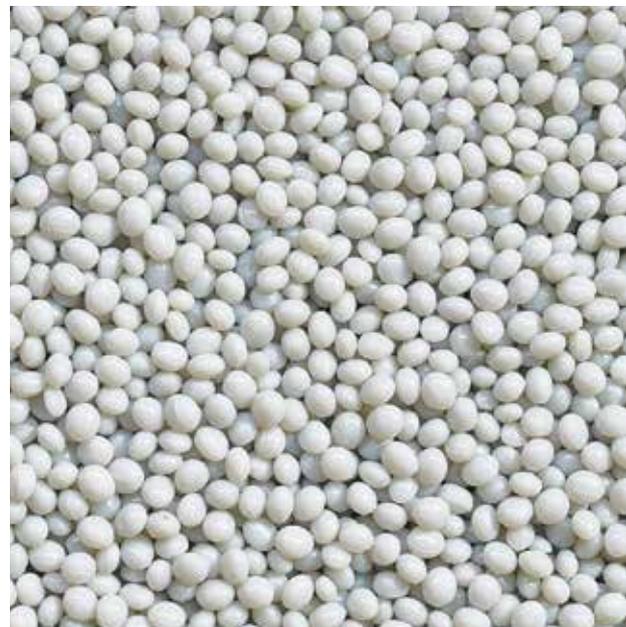
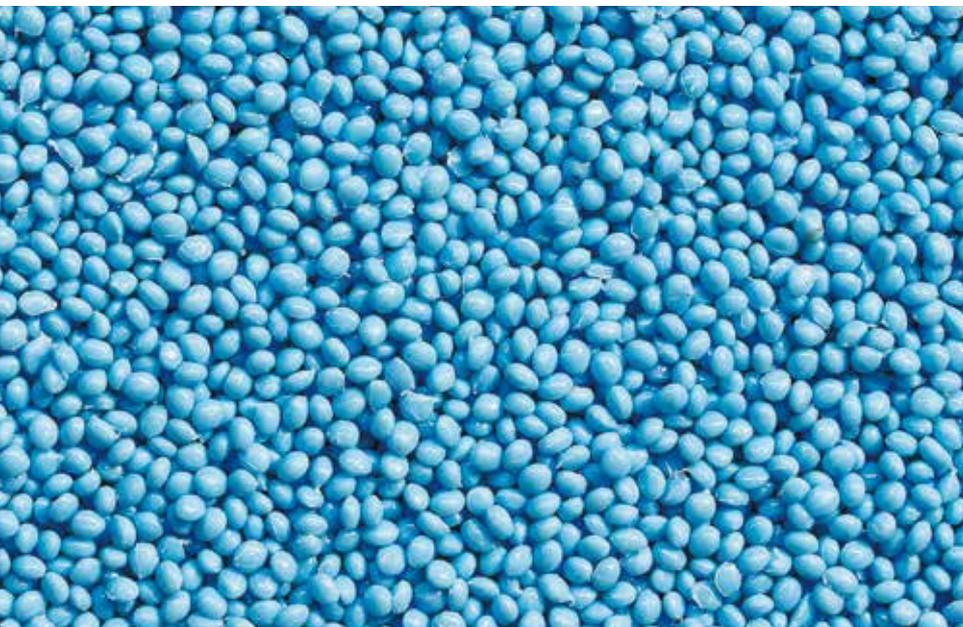
PEF (Polyethylenfuranat) wird zu hundert Prozent aus pflanzlichen Rohmaterialien hergestellt. Die Technologie zur Herstellung des biobasierten Kunststoffs stammt vom niederländischen Unternehmen Avantium. Wie Forschungsarbeiten und Abmusterungen gezeigt haben, ist PEF anderen Kunststoffarten in vielerlei Hinsicht sogar überlegen. Der Kunststoff verfügt über ausgezeichnete Eigenschaften, so ist beispielsweise die Gasbarriere für Sauerstoff zehn Mal höher als jene von PET. Das vollständig recyclingfähige Polymer eignet sich daher besonders für Nahrungsmittel und Getränke.

[Mehr zum Thema Recycling: Seite 58](#)

MATERIALAUFTeilUNG 2015 NACH TypEN



IM ZEITRAUM VON 2011 BIS 2015 KONNTEN WIR DEN SPEZIFISCHEN MATERIALVERBRAUCH INSGESAMT UM 5 PROZENT VERRINGERN.



„Foaming“: revolutionäre Entwicklung im Extrusionsblasen

Rund vier Jahre lang arbeitete ALPLA mit Partnern an der Entwicklung der Foaming-Technologie im Extrusionsblasen (EBM). Foaming (Schäumen) reduziert den Materialverbrauch bei voller Funktionalität und Recyclingfähigkeit.

Die erfolgreiche Anwendung der Foaming-Technologie bei der Herstellung von EBM-Kunststoffflaschen ist das Ergebnis der jahrelangen Forschung und Zusammenarbeit von ALPLA, Unilever und MuCell®. Bei der sogenannten mikrozellularen Schäumtechnologie wird ein Gas in die mittlere Schicht der Flaschenwand eingespritzt. Dadurch entstehen Blasen im Material, vergleichbar mit der Struktur einer Bienenwabe. Kunststoffverbrauch und Gewicht reduzieren sich um bis zu 15 Prozent.

Der Produktionsprozess ist rein physikalisch und erfordert keine chemischen Zusatzstoffe. Somit sind die Flaschen voll recyclingfähig. Zwar wird die Dichte des Materials verringert, die Wandstärke bleibt aber gleich. Daher haben die Flaschen in den Abfüllanlagen, beim Trans-

port und Handling die annähernd gleich gute Funktionalität wie herkömmliche EBM-Flaschen. Für den Endverbraucher ist der Unterschied sowohl optisch als auch in der Handhabung nicht erkennbar.

Seit 2014 produziert ALPLA am deutschen Standort Lübeck mit diesem Verfahren Duschgel-Flaschen für Unilever für den europäischen Markt. Für diese Produktlinie wird Unilever nach eigenen Angaben europaweit jährlich bis zu 275 Tonnen Kunststoff einsparen.

Renommierte Branchenauszeichnungen unterstreichen das Potenzial von Foaming für nachhaltigere Verpackungslösungen: Bereits im November 2014 gewann ALPLA den Sonderpreis der ARA (Altstoff Recycling Austria AG) im Rahmen der Verleihung des österreichischen Staatspreises „Smart Packaging“. 2015 erhielt ALPLA den PackTheFuture-Award in der Kategorie Ökodesign und Anfang 2016 schließlich den angesehenen WorldStar-Award der World Packaging Organisation in der Kategorie Health & Beauty.

Zahlreiche internationale Auszeichnungen für die Foaming-Technologie im Extrusionsblasen

MIKROZELLULARE FLASCHENWAND



Die mikrozellulare Schäumtechnologie (Foaming) MuCell® wurde am Massachusetts Institute of Technology (MIT), Boston, USA, entwickelt. Das Unternehmen MuCell® Extrusion LLC ist Spezialist für die Vermarktung und Weiterentwicklung der Technologie. Weiterführende Informationen unter www.mucellextrusion.com

UNSER ENGAGEMENT ZUM
KLIMASCHUTZ ENDET NICHT
AUF DEM FAHRRADSATTEL.

— WIR FÖRDERN
INNOVATIVE LÖSUNGEN
FÜR ENERGIEEFFIZIENZ
UND RESSOURCEN-
SCHONUNG.



ENERGIEMANAGEMENT

Energiemanagement und CO₂-Emissionen

Energie ist ein wichtiger Faktor für die Verarbeitung von Rohmaterial zu Kunststoffverpackungen. Der Energieverbrauch hat nicht nur einen großen Einfluss auf die Gesamtkosten der Produktion, sondern auch auf die Umwelt. ALPLA bemüht sich seit Jahrzehnten um einen effizienten und verantwortungsbewussten Umgang mit Energie und Ressourcen. Wir erachten es als selbstverständlich, im Sinne eines hohen Kundennutzens und der Umwelt nur die modernsten Technologien einzusetzen. Wie brancheninterne Vergleichszahlen belegen, ist das Energiemanagement bei ALPLA daher sehr ausgereift.

Die Kennzahl „spezifischer Energieverbrauch“ setzt den Stromverbrauch und das verarbeitete Material in Relation. 2011 betrug der spezifische Gesamtstromverbrauch (einschließlich Technical Centers und Büros) pro verarbeitetes Kilogramm Material 1,177 kWh/kg. Dank unterschiedlichster Maßnahmen konnten wir diesen spezifischen Energieverbrauch im Berichtszeitraum weiter senken: von 1,108 kWh/kg im Jahr 2014 auf 1,089 kWh/kg im Jahr 2015. Das entspricht einer Reduktion von 1,5 Prozent. Die Region mit dem größten Energieeinsatz war 2015 Westeuropa (33 Prozent), gefolgt von Mexiko und Zentralamerika (17 Prozent) und Südamerika (12 Prozent).

Absoluter Energieverbrauch nach Technologie
 Extrusionsblasen: 43 %
 Spritzguss: 34 %
 Streckblasen: 13 %

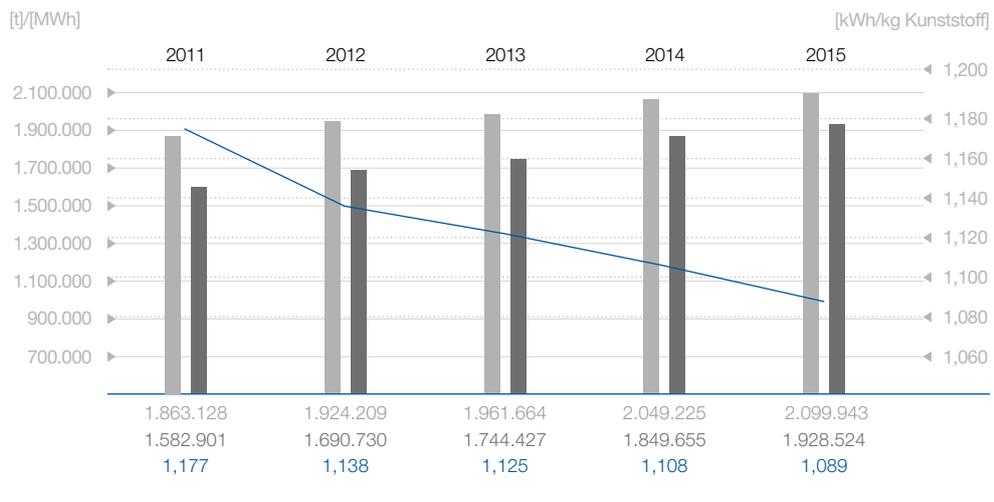
Energieverbrauch und spezifischer Energieverbrauch

Im Jahr 2014 benötigte ALPLA weltweit 2.050 GWh Strom, im Jahr 2015 waren es 2.099 GWh. Der Materialverbrauch lag 2014 bei 1,85 Millionen Tonnen, im Folgejahr 2015 bei 1,93 Millionen Tonnen.

Betrachtet man die Technologien in absoluten Zahlen, so führt Extrusionsblasen die Liste des Energieverbrauchs mit 43 Prozent vor Spritzguss mit 34 Prozent und Streckblasen mit 13 Prozent an. Beim spezifischen Energieverbrauch hingegen ist Spritzguss (Injection Moulding Caps) im Vergleich zu den anderen Technologien am energieintensivsten.



TOTAL ENERGIE- UND MATERIALVERBRAUCH UND SPEZ. ENERGIEVERBRAUCH 2015



- ▶ Energie [MWh]
- ▶ Material [Tonnen]
- ▶ Spez. Energieverbrauch [kWh/kg Kunststoff]

Im Jahr 2016 standen mehrere Produktionsbetriebe, unter anderem in Fußach (Bild unten), auf dem Prüfstand. Jährlich durchlaufen durchschnittlich fünf bis sechs Standorte ein Assessment. Das Einsparungspotenzial nach erfolgreich umgesetztem Assessment liegt zwischen 15 und 20 Prozent.



Energiemanagement bei ALPLA

Eine dem aktuellsten Stand der Technik entsprechende Infrastruktur ist für ALPLA der Schlüsselfaktor im Energiemanagement. Martin Stark, Director Corporate Plant Engineering und Verantwortlicher für Energiemanagement bei ALPLA, betont: „Modernisierung ist am wirksamsten.“

Jährlich führt ein eigenes Team mit Mitarbeitern aus Österreich, Spanien, Mexiko und Brasilien sogenannte Plant Energy Assessments durch. Dabei analysieren unsere Experten weltweit ausgewählte Betriebe hinsichtlich Energieverbrauch und Effizienz. Auf Basis der Ergebnisse und unter Berücksichtigung der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung des jeweiligen Werkes wird ein individueller Maßnahmenplan erstellt.

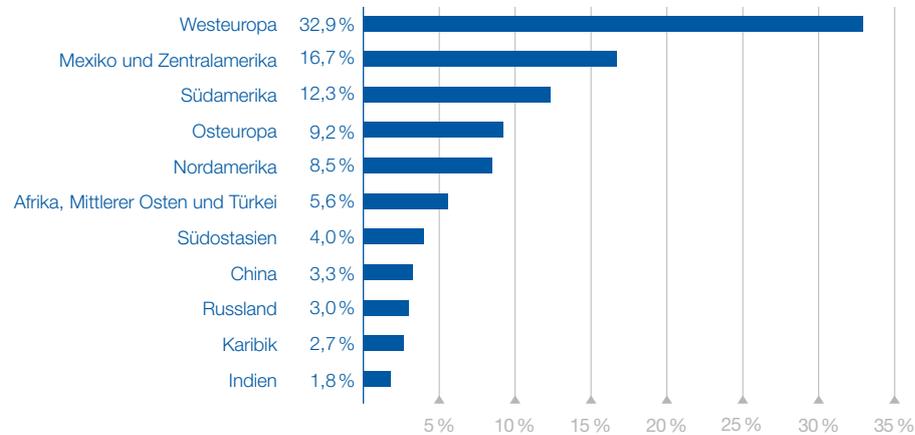
Im Jahr 2016 standen die Produktionsbetriebe in Fußach (Österreich), Noblejas (Spanien), Nowy Dwor (Polen), Mariscal (Mexiko) und Duque de Caxias (Brasilien) auf dem Prüfstand. Jährlich durchlaufen durchschnittlich fünf bis sechs Standorte ein Assessment. Die Dringlichkeit und Reihenfolge beurteilen wir aufgrund des spezifischen Energieverbrauchs der Werke.

Das Einsparungspotenzial nach erfolgreich umgesetztem Assessment liegt zwischen 15 und 20 Prozent. Etwa ein Drittel der Einsparungen ist durch Investitionen wie Neuanschaffungen von Anlagen und Maschinen oder Modernisierungen möglich. Zwei Drittel sind durch organisatorische Maßnahmen und Prozessoptimierungen insbesondere im Bereich Druckluft zu erreichen.

„NUR EIN SYSTEMATISCHES ENERGIEMANAGEMENT TRÄGT DAZU BEI, DEN ENERGIEVERBRAUCH, DIE ENERGIEKOSTEN UND EMISSIONEN AUF DAUER ZU REDUZIEREN.“

Martin Stark, Director Corporate Plant Engineering

ENERGIEVERBRAUCH NACH REGION



Nur ein systematisches Energiemanagement trägt dazu bei, den Energieverbrauch, die Energiekosten und Emissionen auf Dauer zu reduzieren. Das ist unser Ziel und zugleich die größte Herausforderung dieser Thematik. Für uns ist maßgeblich, dass der spezifische Energieverbrauch der Werke bei gleicher Konfiguration stabil bleibt. Dafür sorgen sowohl laufende Kontrollen als auch Schulungen der Mitarbeiter. Die Energiemanager in den Regionen erheben die Kennzahlen und ergreifen bei Bedarf entsprechende Maßnahmen.

Sämtliche Plant Energy Assessments führen wir nach den Richtlinien der energiespezifischen Norm ISO 50001 durch. Die europäischen Werke unterliegen der EU-Energieeffizienzrichtlinie und absolvieren alle vier Jahre die vorgeschriebenen Audits durch externe Unternehmen. Langfristig ist eine ISO-50001-Zertifizierung für diese Standorte geplant.

Alle für Energiemanagement und Plant Engineering verantwortlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter besuchen regelmäßig Trainings. In Zukunft wollen wir auch für Mitarbeiter im Bereich Wartung spezielle Schulungen konzipieren.

Für die Herstellung von Kunststoffflaschen ist Druckluft erforderlich. Druckluft ist neben Kälte und Klima der energieintensivste Faktor in unserem Produktionsprozess. ALPLA setzt stark auf Druckluftrecycling und Rückgewinnung der eingesetzten Energie.

Unsere PET-Maschinen sind beispielsweise standardmäßig mit Recyclingsystemen ausgerüstet. Dabei wird ein Teil der Druckluft im Herstellungsprozess weiterverwendet. Die Abwärme von Maschinen und Druckluftkompressoren setzen wir für Heizzwecke oder Heißwasserbereitstellung ein.

An unserem Standort in Berlin (Deutschland) installierten wir im Jahr 2015 sehr erfolgreich eine sogenannte freie Kühlung. Bei niedrigen Außentemperaturen können wir damit das Kühlwasser für EBM-Maschinen auf die erforderliche Temperatur abkühlen – und das mit geringem Einsatz von Energie und Technologie. Schon in den ersten vier Monaten sank der spezifische Energieverbrauch in diesem Werk von 0,92 auf 0,86. Nach der Testphase werden wir weitere Standorte daraufhin prüfen, ob sie für dieses System geeignet sind.

FÜR DEN ZEITRAUM 2011 BIS 2018 HAT SICH ALPLA DAS ZIEL GESETZT, DEN SPEZIFISCHEN STROMVERBRAUCH UM 15 PROZENT AUF 1 KWH/KG ZU VERRINGERN.

CO₂-EMISSIONEN UND CO₂-REDUKTION

CO₂-Emissionen

Unsere Produktion, die Betriebsmittel, der Transport unserer Produkte, die Verpackung und die Mitarbeiter verursachen den Ausstoß von Kohlenstoffdioxid (CO₂) und anderen Treibhausgasen.

Seit 2007 erheben wir die Emissionen des Stromverbrauchs unseres Unternehmens systematisch. Diese Daten dienen als Basis für strategische Maßnahmen zur Reduktion der Emissionen, die wir so gering wie möglich halten beziehungsweise kompensieren wollen. Als Messgröße dient der sogenannte CO₂-Fußabdruck (Carbon Footprint). Andere Treibhausgase geben wir in der Einheit CO₂-Äquivalent an. Dafür wird der Beitrag der Gase zum Treibhauseffekt in eine äquivalente CO₂-Menge umgerechnet.

Bei der Berechnung unserer Emissionsbilanz liegt der Fokus auf den indirekten Emissionen durch Energieerzeugung (Scope 2). Das sind alle Treibhausgasemissionen, die durch die Strom- und Wärmeerzeugung außerhalb unseres Unternehmens entstehen. Langfristig haben wir jedoch das Ziel, auch Scope 3 (indirekte

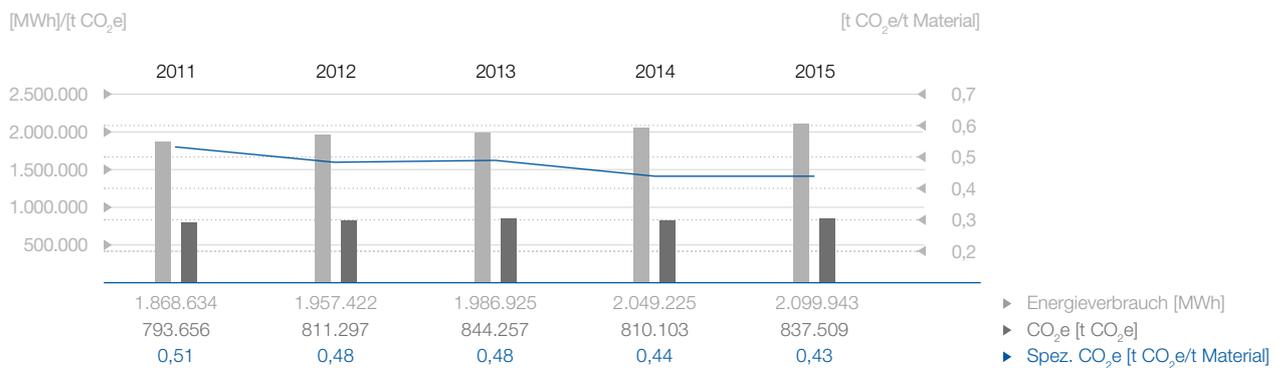
Emissionen durch die Herstellung fremdbezogener Materialien) und Scope 1 (direkte Emissionen durch die Verbrennung fossiler Brennstoffe im Unternehmen) zu dokumentieren.

Für ALPLA als Kunststoff verarbeitendes Unternehmen ist Scope 2 die aussagekräftigste und gleichzeitig maßgebliche Kategorie. Bisher erfassen wir Scope-1- und Scope-3-Emissionen ausschließlich für das Headquarter in Hard und am Standort Fußach. Mit der Beteiligung am „Klimaneutralitätsbündnis 2025“ haben wir uns verpflichtet, die Emissionen der Vorarlberger Standorte bis spätestens 2018 zu neutralisieren.

Um konzernübergreifend vergleichbare Daten zu erhalten, stellen wir die verursachten Emissionen dem eingesetzten Material gegenüber. Diese Kenngröße „Spezifisches CO₂-Äquivalent pro Tonne Material“ [t CO₂e/t Material] konnte in den vergangenen Jahren kontinuierlich gesenkt werden. Im Jahr 2011 verursachte ALPLA einen CO₂-Ausstoß von 0,51 Tonnen pro Tonne Material. 2015 lag der Wert bei 0,43 – das entspricht einem Rückgang von rund 14 Prozent.

[Mehr zum Klimaneutralitätsbündnis 2025 auf Seite 40](#)

CO₂-EMISSIONEN



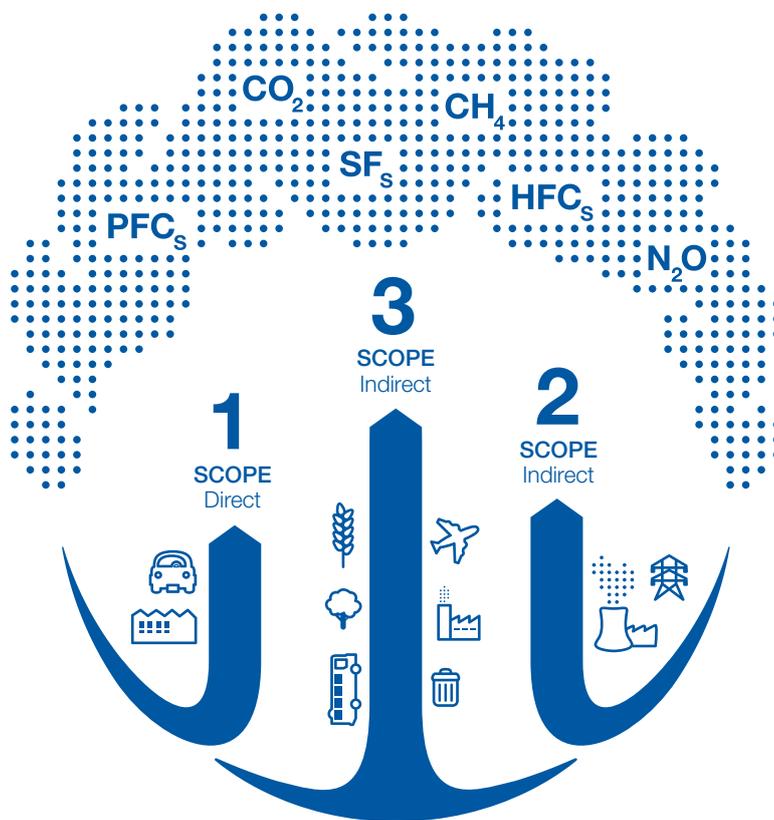
UNSER ZIEL IST ES, BIS ZUM JAHR 2018 DEN SPEZIFISCHEN ENERGIEVERBRAUCH (STROM) UM 15 PROZENT SOWIE DIE DADURCH ENTSTEHENDEN SPEZIFISCHEN CO₂-EMISSIONEN UM 20 PROZENT GEGENÜBER 2011 ZU SENKEN.



Erneuerbare Energieträger

Die Wahl der Energieträger für die Stromproduktion hat großen Einfluss auf die CO₂-Emissionen eines Unternehmens. ALPLA setzt aktiv und in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern auf erneuerbare Energieträger. Weltweit produzieren beispielsweise eigene Photovoltaikmodule jährlich 9,6 GWh Strom. Das

entspricht einer Reduktion der CO₂-Emissionen um 2.900 Tonnen. In Mexiko hat ALPLA einen umfassenden Kooperationsvertrag mit einem Windenergie-Park und konsumiert so jährlich 200 GWh Strom aus erneuerbaren Energieträgern. Dadurch werden weitere 90.000 Tonnen CO₂ eingespart.



EMISSIONSQUELLEN – SCOPES

Scope 1: direkte Emissionen durch Verbrennung von fossilen Energieträgern im Unternehmen selbst, Emissionen durch physikalische oder chemische Prozesse und flüchtige Emissionen.

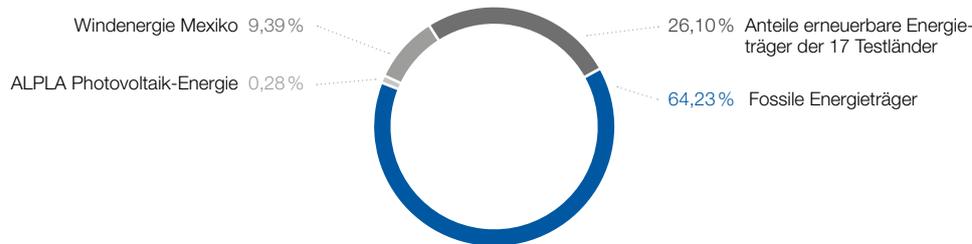
Scope 2: Indirekte Emissionen durch Energieerzeugung; dazu zählen Emissionen, die bei der Strom- und Wärmeerzeugung außerhalb des eigenen Unternehmens entstehen.

Scope 3: andere indirekte Emissionen, die durch von Dritten erbrachten Dienstleistungen und erworbenen Vorleistungen entstehen, wie zum Beispiel zugekaufte Materialien, Transporte zu Kunden, Mietfahrzeuge oder Geschäftsreisen.

BIS 2018 SOLL DER EINSATZ VON ERNEUERBAREN ENERGIETRÄGERN IM VERGLEICH ZUM BASISJAHR 2011 UM 50 PROZENT GESTEIGERT WERDEN.



ANTEIL DER ENEUERBAREN ENERGIETRÄGER 2015



Ein Bündnis für den Klimaschutz

Im Jahr 2015 gründete ALPLA gemeinsam mit neun anderen namhaften Vorarlberger Unternehmen das Klimaneutralitätsbündnis 2025. Das Ziel der beteiligten Betriebe ist es, den CO₂-Fußabdruck klimaneutral zu gestalten und damit einen freiwilligen Beitrag zum Erreichen der Klimaziele auf regionaler sowie globaler Ebene zu leisten. ALPLA möchte mit seiner Teilnahme besonders dem Verantwortungsbewusstsein für die nächsten Generationen nachkommen und sich aktiv für eine lebenswerte Region einsetzen.

In einem ersten Schritt messen und erfassen die Unternehmen ihre CO₂-Emissionen. Mit Hilfe der ermittelten Daten werden Effizienzmaßnahmen ausgearbeitet und der Energieverbrauch sinnvoll reduziert. Nicht vermeidbare Emissionen gleichen die Partner mit Hilfe von CO₂-Zertifikaten aus und unterstützen damit weltweite Klimaschutzprojekte. Das Bündnis, dem sich seit der Gründung insgesamt über 50 Unternehmen und Organisationen ange-

schlossen haben, strebt auch eine Zertifizierung der Betriebe nach ISO 14064 (Treibhausgasbilanzierung und Verifizierung) an. „Gemeinsam mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, der Unternehmensvereinigung und dem Land Vorarlberg können wir als Vorbild für andere Staaten, Regionen und Unternehmen dienen“, betont ALPLA CEO Günther Lehner.

ALPLA plant, bereits bis zum Jahr 2018 den gesamten CO₂-Ausstoß der Standorte in Vorarlberg zu neutralisieren. Zudem werden Emissionen der letzten Jahre rückwirkend kompensiert und fünf internationale Projekte zum Klimaschutz unterstützt. Darunter sind zwei Projekte in den Ländern Brasilien und Costa Rica, in denen ALPLA Produktionsstätten betreibt.

Gründung des Klimaneutralitätsbündnisses 2025 mit 9 weiteren Vorarlberger Unternehmen in 2015



WASSER- UND ABFALLMANAGEMENT

Wassermanagement

Im Produktionsprozess benötigen wir Wasser zur Kühlung beziehungsweise an unseren Verwaltungs- und Produktionsstandorten als Trink- und Brauchwasser. Wir beziehen unser Wasser zum Großteil über öffentliche Versorgungsnetze und zu einem geringen Anteil aus eigenen Brunnenanlagen.

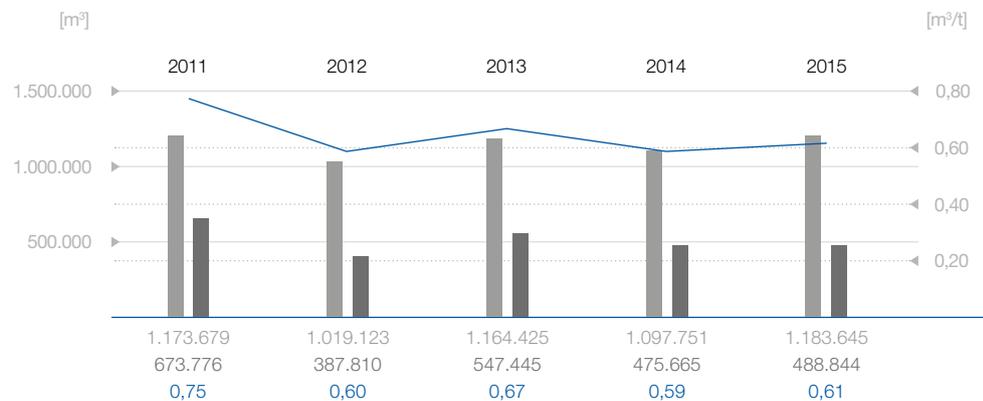
Der gesamte Frischwasserverbrauch lag 2015 bei knapp 1,2 Millionen m³ und hat sich trotz Produktionssteigerung gegenüber dem Vergleichsjahr 2011 nicht verändert. Der spezifische Frischwasserverbrauch lag 2015 bei 0,61 m³/Tonne Material. Seit dem Basisjahr 2011 konnte diese Kennzahl um 20 Prozent

signifikant gesenkt werden. Im Jahr 2015 fielen rund 0,4 Millionen m³ Abwasser an, das wir in das Kanalisationssystem einleiten.

Beim Wassermanagement haben wir uns zum Ziel gesetzt, eine konsequente Datenerhebung voranzutreiben. Die einzelnen Werke sind dafür verantwortlich, ihre Daten zum Frischwasserverbrauch und Abwasser zu erheben. 2015 erfüllten bereits 98 Werke diese Anforderung und berichteten ihre Zahlen an unsere interne Datenbank. Für die restlichen 61 Betriebe haben wir die Daten anhand der Mitarbeiteranzahl und des verwendeten Kühlwassersystems hochgerechnet.

Reduktion spezifischer Frischwasserverbrauch seit dem Basisjahr 2011: 20 %

WASSERVERBRAUCH



ALPA PLANT DEN PRODUKTIONSABFALL IM ZEITRAUM 2011 BIS 2018 UM 20 PROZENT ZU REDUZIEREN.



„WASSER IST EINE DER KOSTBARSTEN RESSOURCEN DER WELT. BESONDERS TRINKWASSER IST IN VIELEN REGIONEN SCHON LANGE KNAPP UND DIE KNAPPHEIT NIMMT ZU. DESWEGEN WIRD BEI ALPLA EIN BEWUSSTER UND SPARSAMER UMGANG GEFÖRDERT. BIS 2018 PLANEN WIR UNSEREN WASSER-VERBRAUCH UM 40 PROZENT IM VERGLEICH ZUM BASISJAHR 2011 ZU REDUZIEREN.“

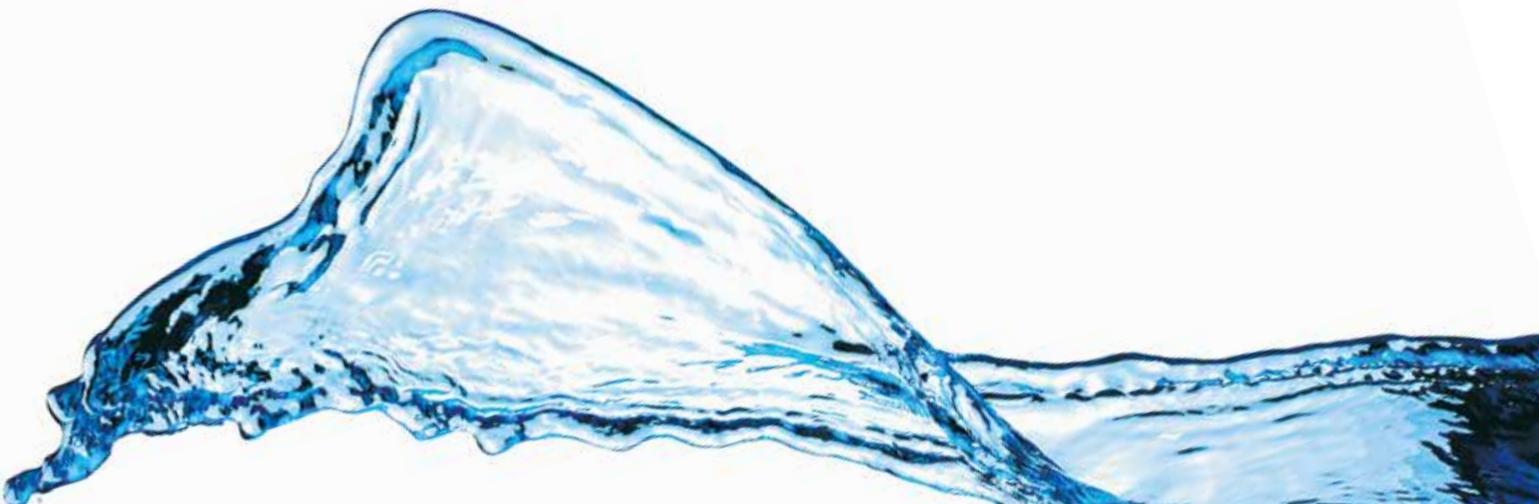
Linda Mauksch, Nachhaltigkeitsmanagement

Abfallmanagement

Wir bei ALPLA sind bestrebt, bei der Produktion unserer Verpackungssysteme so wenig Abfall wie möglich zu verursachen. Schon alleine aus Kostengründen, aber natürlich auch um Ressourcen und Umwelt zu schonen. Dennoch fallen Abfälle an. Sei es durch verunreinigtes oder nicht benötigtes Rohmaterial oder durch Ausschussware aus Fehlproduktion. „Andere Abfälle“ wie Sekundärverpackungen oder Metallabfälle sind von untergeordneter Bedeutung.

Einen Teil der Kunststoffabfälle können wir direkt oder nach einer Aufbereitung (Sammeln und Vermahlen) in den Produktionszyklus zurückführen. Die anderen Abfälle führen wir einer geregelten externen Verwertung zu.

Seit 2009 erheben wir die Abfallmengen der einzelnen Werke systematisch. Dafür hat ALPLA für alle Werke weltweit ein elektronisches Datensystem installiert und ist bemüht, die Datenqualität weiter zu erhöhen. In Zukunft möchten wir auch jene Daten erheben, für die Kunden verantwortlich sind. Wenn etwa ein Kunde Material für die Produktion bereitstellt und auch die Abfallentsorgung übernimmt. Kleinere Werke bzw. Inhouse-Betriebe liefern den Abfall an unsere Base Plants, wenn die Lagerkapazität vor Ort nicht vorhanden ist. Auch diese Mengen wollen wir zukünftig erfassen.



(Von links):

Klaus Allgäuer, Director Corporate Technics, Christian Zmöllnig, Head of Corporate Development & Innovation, und Christoph Hoffmann, Director of Corporate Strategy, Business Development & Sustainability, präsentieren die ALPLA Innovation History. Die Entwicklung von Maschinen und Produkten mit verschiedenen Technologien wird durch das ALPLA Innovationsmanagement sichergestellt.



ALPLA INNOVATION MANAGEMENT

ALPLA ist international als Technologieführer für kundenspezifische Verpackungslösungen aus Kunststoff bekannt und angesehen. Alwin Lehner, der Gründer des Unternehmens, ist selbst begeisterter Techniker und leidenschaftlicher Tüftler. Er war stets eine zentrale Triebfeder, wenn es darum ging, Maschinen und Prozesse zu verbessern. Immer mit dem Ziel vor Augen, möglichst effizient hochwertige Flaschen und Verpackungen herzustellen.

Eine Innovation ist eine neue Lösung für einen spezifischen Markt oder ein Marktsegment, die der Zielgruppe (Kunde oder Endkonsument) einen relevanten Nutzen und dem anbietenden Unternehmen einen wirtschaftlichen Vorteil bietet.

Wie eingangs erwähnt – ALPLA ist aus seiner Geschichte und Firmenphilosophie heraus seit jeher ein innovatives Unternehmen. Erst Erfindungen wie der legendäre ALPLAmat

(Blasmaschine) ermöglichten den raschen Aufstieg und wirtschaftlichen Erfolg. Unsere Innovation History verdeutlicht, dass Innovationen in der Vergangenheit überwiegend technologiegetrieben waren. Unser Ziel ist es, in Zukunft mit Produktinnovationen proaktiv auf Trends zu antworten und ein vorausschauendes Innovationsmanagement zu leben.

Deshalb startete ALPLA im Jahr 2014 einen neuen Prozess. Über ein eigenes Portal können Verantwortliche aus allen Regionen weltweit ihre Ideen einbringen. Das Innovation Team, das sich aus leitenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus dem Verkauf, der Technik und dem Maschinenbau zusammensetzt, bewertet diese Vorschläge nach einem bestimmten Kriterienkatalog. Dabei spielt die Frage, ob die mögliche Produktinnovation mit der nachhaltigen Unternehmensstrategie von ALPLA vereinbar ist, eine wichtige Rolle.



„IM FOKUS STEHEN DIE SUCHFELDER CONVENIENCE, NEUE MATERIALIEN WIE ZUM BEISPIEL BIOBASIERTE KUNSTSTOFFE UND KOSTENINNOVATIONEN.“

Christoph Hoffmann, Director of Corporate Strategy, Business Development & Sustainability

Entspricht die Idee den Kriterien und erhält sie auch die Zustimmung des Innovation Boards, startet die Projektplanung und damit die konkrete Projektphase. Seit 2014 trifft sich das Team alle sechs Wochen und bearbeitete seither rund 110 Vorschläge. „Darüber hinaus setzen wir uns im Team laufend mit der Weiterentwicklung des internen Prozesses und der Analyse von Markt- und Branchentrends auseinander“, erklärt Daniella Dittmar, Senior Manager Business Development & Innovation.

Als Leitfaden für seine Tätigkeit hat das Team sechs Suchfelder definiert, die sowohl

für alle Märkte als auch für ALPLA Kerntechnologien gelten. „Im Fokus stehen die Suchfelder Convenience, neue Materialien wie zum Beispiel biobasierte Kunststoffe und Kosteninnovationen“, sagt Christoph Hoffmann, Director of Corporate Strategy, Business Development & Sustainability. Relevante Kriterien für die Beurteilung von Ideen sind die Differenzierung zu bereits vorhandenen Lösungen, Verbraucherefreundlichkeit, Nachhaltigkeit, Kosteneinsparungen, Effizienz und Vorteile durch die Verpackung für den Inhalt.

„WENN ICH EINE TOLLE PRODUKTIDEE HABE, BRAUCHE ICH DAFÜR DIE RICHTIGE TECHNOLOGIE. UND DURCH NEUE TECHNOLOGIEN KÖNNEN WIEDERUM PRODUKTNEUHEITEN ENTSTEHEN.“

Christian Zmólnig, Head of Corporate Development & Innovation

ALPLA beschäftigt sich unter anderem mit der Substitution anderer Materialien wie Glas oder Aluminium durch Kunststoff. Als Glasersatz eignet sich PET hervorragend. PET-Verpackungen sind bruchsicher, leichter als Glas, recyclingfähig und überzeugen somit durch eine attraktive Ökobilanz. Zudem weisen sie sehr gute Barriereeigenschaften auf, was sich positiv auf die Haltbarkeit der Produkte auswirkt. Sogenannte Aerosole (Sprühbehälter) aus PET bieten eine gute Alternative zu Aluminiumdosen. Ein weiterer Trend, mit dem wir uns strategisch auseinandersetzen, sind flexible Verpackungen (Pouches/Stehbeutel).

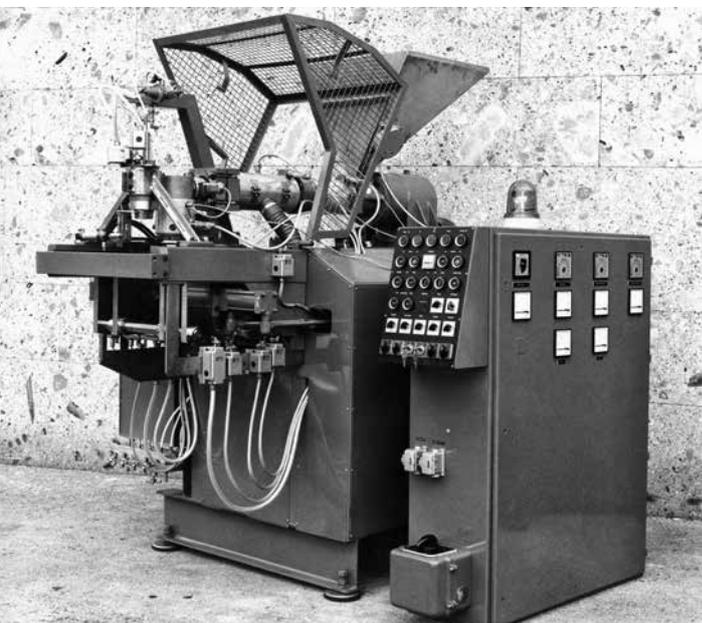
Ein Beispiel für eine Innovation, die Technologie und Nachhaltigkeit perfekt miteinander vereint, ist die Entwicklung der BMU-Maschine für das Extrusionsblasen. Erste Ideen dazu gab es bereits vor rund zwanzig Jahren, bis schließlich 2001 mit der „Gazelle“ ein erster Prototyp zur Verfügung stand. Diese Technologie ermöglicht eine äußerst effiziente, ressourcenschonende Produktion von EBM-Flaschen. Bis zum heutigen Datum entwickelte ALPLA

diesen Maschinentyp in mehreren Generationen bis zur vollelektrischen Variante weiter.

Wir bei ALPLA sind überzeugt: Erst das Zusammenspiel von einer nützlichen, marktorientierten Erfindung mit einer technologisch ausgereiften Umsetzung macht eine gute Innovation aus. „Diese beiden Dinge kann man nicht voneinander trennen – das eine setzt das andere voraus: Wenn ich eine tolle Produktidee habe, brauche ich dafür die richtige Technologie. Und durch neue Technologien können wiederum Produktneuheiten entstehen“, betont Christian Zmólnig, Head of Corporate Development & Innovation.

In den Technical Centers von ALPLA arbeiten weltweit Experten an individuellen Lösungen für unsere Kunden. Energieeffiziente Maschinen und Equipment sichern eine ökonomische Herstellung unserer Verpackungslösungen. Moderne Technologien wie virtuelles Prototyping oder 3D-Druck verbessern und beschleunigen den Produktentwicklungsprozess. Darin sehen wir einen wichtigen Beitrag, um auch in Zukunft Technologieführer zu bleiben.

Die Maschinenentwicklung bei ALPLA.

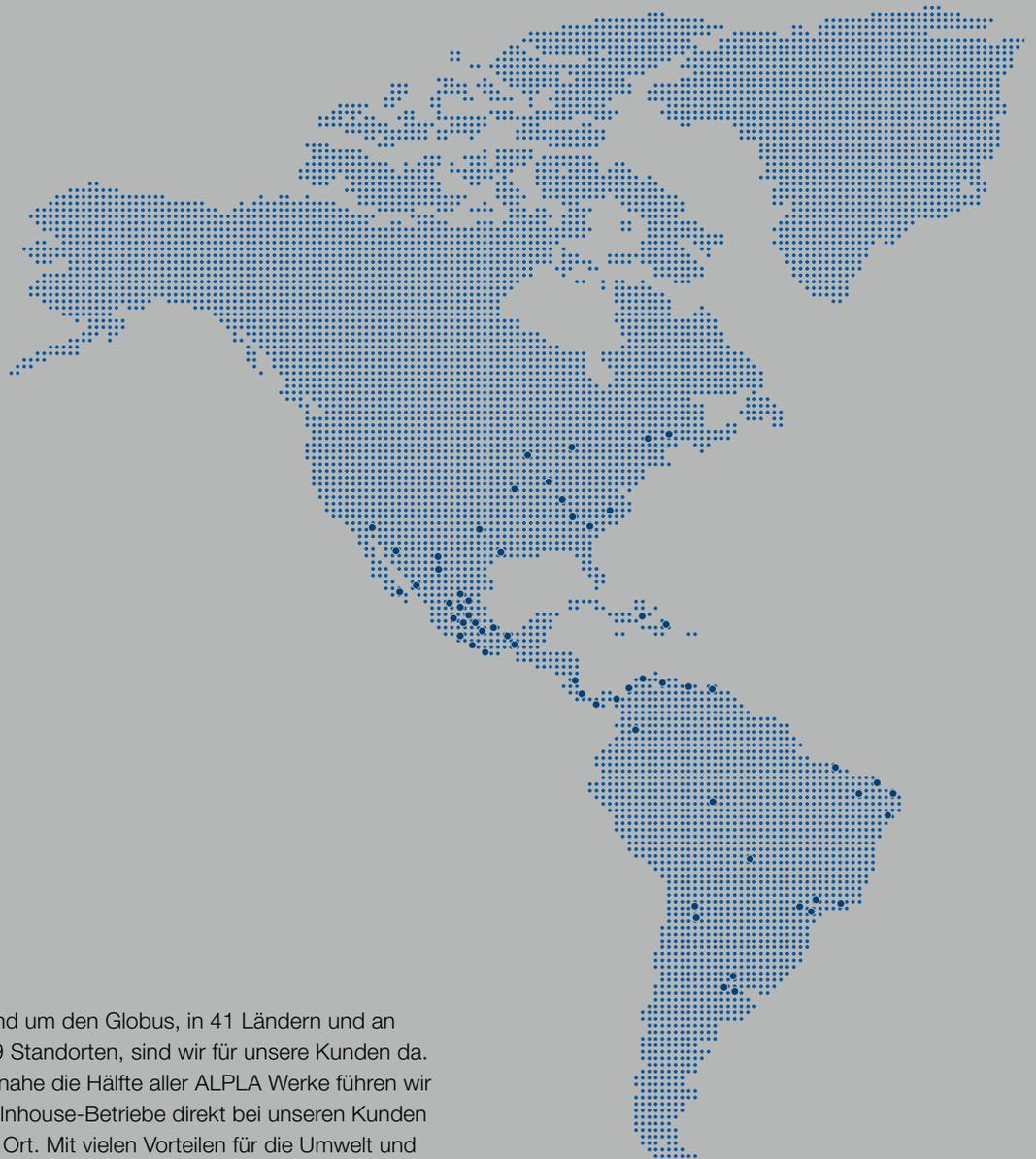




„GRÜNE“ BRANCHEN-TRENDS

Das nachhaltige Potenzial von Innovationen – neben zahlreichen anderen Trends sind folgende nachhaltige Eigenschaften von Produktneuheiten besonders gefragt: Leicht, wieder befüllbar, mehrfach verwendbar, einfaches Recycling, kindersicher, einfach zu öffnen und zu schließen, weniger Abfall, platzsparend, ressourcenschonend, einfach zu transportieren, gute Dosierung, sorgfältige Restentleerung, kühlbar, verbraucherfreundlich, gebrauchsfertig, einfache Anwendung, kostensparend ...

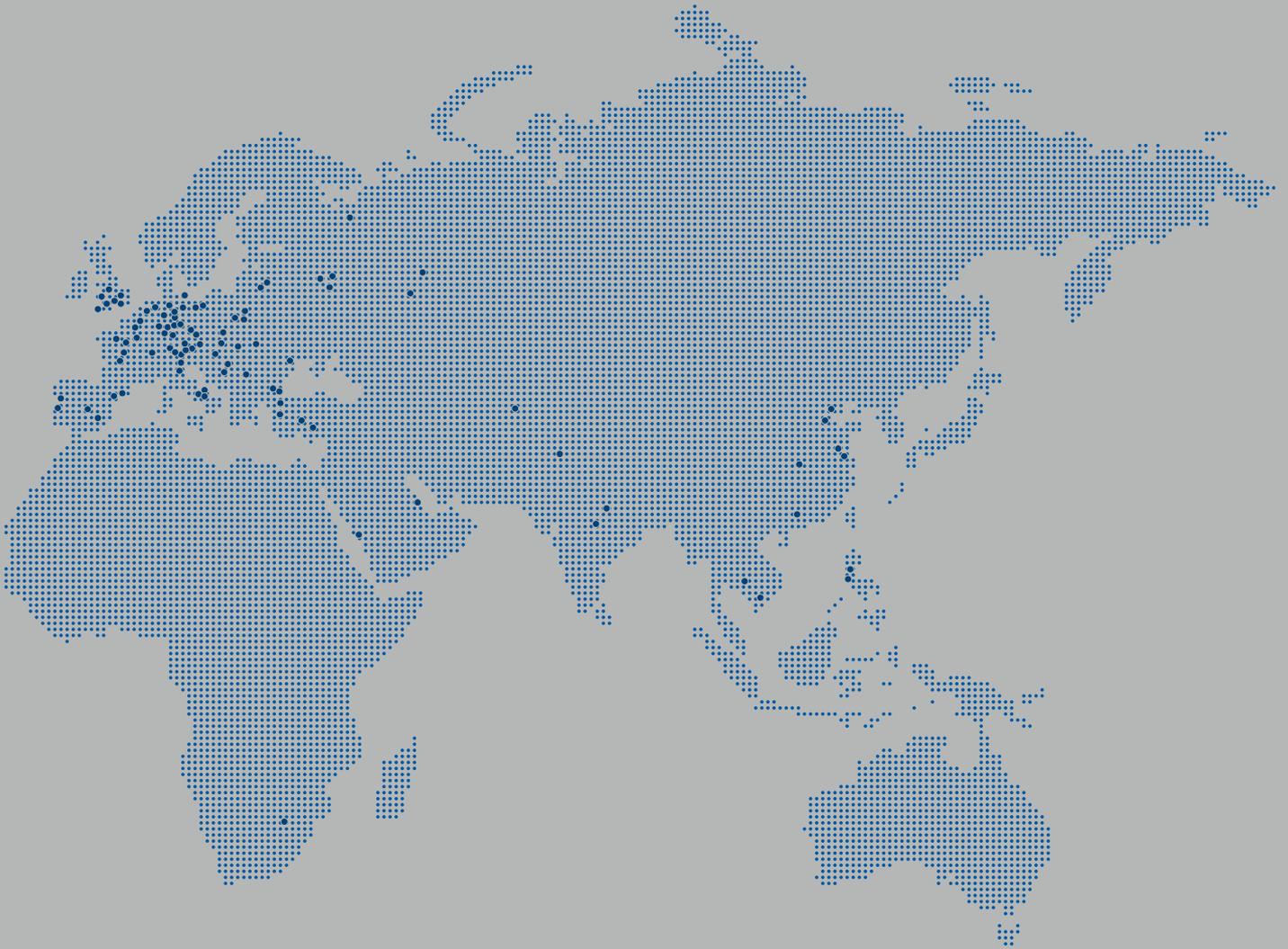
— WELTWEITE PRÄSENZ: WO WIRD PRODUZIERT?



Rund um den Globus, in 41 Ländern und an 159 Standorten, sind wir für unsere Kunden da. Beinahe die Hälfte aller ALPLA Werke führen wir als Inhouse-Betriebe direkt bei unseren Kunden vor Ort. Mit vielen Vorteilen für die Umwelt und die Zusammenarbeit. Darüber hinaus umfasst unser weltweites Netzwerk bereits sieben Technical Centers: In Hard, Toluca, São Paulo, Atlanta, Bangkok, Shanghai und Hyderabad entwickeln Experten maßgeschneiderte Lösungen für internationale Konzerne oder regionale Kunden.

41 LÄNDER

159 WERKE



73 INHOUSE-BETRIEBE

7 TECHNICAL CENTERS



INDIEN

Seit dem Jahr 2006 ist ALPLA in Indien aktiv. Aktuell gibt es neben dem regionalen Headquarter in Hyderabad fünf Produktionsstandorte. Vagish Dixit leitet als Regional Manager ALPLA India die Region. Seine Frau Shobha Dixit, Deputy General Manager Corporate Affairs, ist verantwortlich für Corporate Social Responsibility. Über laufende Projekte berichtet sie im Interview:

Was bedeutet für Sie persönlich Nachhaltigkeit?

Meinem Ehemann Vagish und mir liegt das Wohlergehen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr am Herzen. Sie möchten wir besonders fördern, aber darüber hinaus auch der regionalen Bevölkerung Hilfe und Unterstützung zukommen lassen.

Welche Schwerpunkte setzen Sie in diesem Bereich?

Unser Fokus liegt auf Corporate Social Responsibility und somit auf den sozialen Aspekten der Nachhaltigkeit. Hier gilt unsere Aufmerksamkeit besonders Kindern und Menschen mit Behinderung. Natürlich engagieren wir uns im Bereich Sustainability auch bei Energie, Umwelt, Arbeitssicherheit und Hygiene.

KLARER FOKUS AUF DEN SOZIALEN ASPEKTEN DER NACHHALTIGKEIT

Ein Interview mit Shoba Dixit, Deputy General Manager Corporate Affairs, ALPLA India, über laufende Projekte im Bereich Corporate Social Responsibility.

Hat ALPLA India ein spezielles Programm für Menschen mit Behinderung initiiert?

Ja, unser Ziel ist es, mindestens zwanzig Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit Behinderung in unseren Werken einen sicheren Arbeitsplatz zu geben. Derzeit sind es 13 (Stand Mai 2016), fünf weitere sollen im Laufe des Jahres 2016 folgen. Wir arbeiten eng mit regionalen NGOs zusammen, um möglichst gut auf die besonderen Anforderungen dieser Menschen eingehen zu können. Sie erhalten spezielle Trainings, und wir passen die Sicherheitsbestimmungen in unseren Betrieben an. Beispielsweise erfolgt ein Brandalarm nicht nur akustisch über Sirenen, sondern auch optisch über Warnleuchten, damit Gehörlose sofort darauf aufmerksam werden. Über WhatsApp werden sie aktiv eingebunden.

Mit Schulprojekten fördern Sie schon die Jüngsten in der Gesellschaft, warum?

Eine gute schulische Ausbildung ist für die Zukunft der Kinder von großem Wert. Wir unterstützen Schulen in Baddi und Pashamylaram finanziell. In Pashamylaram fördern wir beispielsweise bereits seit drei Jahren den Mittagstisch oder – wie im vergangenen Jahr – ein Sommerprogramm für Schüler der achten und neunten Klassen.

Zeigt die rege Beteiligung der Mitarbeiter, dass diese Themen vielen ein Anliegen sind?

Es ist sehr erfreulich, dass wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für soziales Engagement begeistern können. Einem Aufruf zum Blutspenden im Werk in Baddi folgten innerhalb kürzester Zeit mehr als siebzig Personen. Alle haben mitgeholfen, aus diesem Projekt einen großen Erfolg zu machen.

ALPLA INDIA

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: 731

Anzahl Werke: 6

Umsatz: 7,1 Mrd. INR (95 Mio. EUR)

Auch unsere Mitarbeiterinnen im Werk Pashamylaram werden aktiv eingebunden.





DIREKT BEIM KUNDEN – INHOUSE-LOGISTIK UND WALL-TO-WALL

Ein erfolgreiches Beispiel für eine ALPLA Inhouse-Kooperation ist Werner & Mertz in Deutschland. Das 1867 als Wachswarenfabrik gegründete Familienunternehmen mit Sitz in Mainz ist auf Reinigungs- und Pflegeprodukte spezialisiert. Knapp 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter produzieren bekannte Marken wie Frosch, Erdal, Emsal sowie Produkte für die Gebäudereinigung und den Einsatz in Großküchen.

Seit zwanzig Jahren arbeiten Werner & Mertz und ALPLA in Mainz zusammen. Was waren die Gründe für dieses Inhouse-Werk?

Detlef Matz: Es haben sowohl ökologische als auch ökonomische Faktoren eine Rolle gespielt. Durch die Produktion unserer Verpackungen im Inhouse-Werk sparen wir jährlich rund 1,5 Millionen LKW-Kilometer und 250.000 Liter Diesel – und damit auch entsprechend CO₂-Äquivalente. Zudem bringt diese Form der Zusammenarbeit eine enorme Zeitersparnis und einen hohen Flexibilisierungsgrad mit sich. So sind wir zum Beispiel bei Kapazitätsänderungen sofort reaktionsfähig. Wir müssen nicht erst einen Bestellvorgang auslösen, der tagelang bearbeitet wird, bevor die Produktion startet.

Birgitta Schenz: Meiner Einschätzung nach wäre unsere Recyclat-Initiative nie so weit gediehen, wenn wir nicht so eng mit ALPLA Experten zusammenarbeiten würden. Manche Dinge funktionieren einfach besser, wenn die Menschen vor Ort zusammenarbeiten. Abstimmungen sind nicht langwierig, sondern persönlich und auf kurzem Wege möglich.

Was schätzen Sie besonders an der Zusammenarbeit?

Birgitta Schenz: Die Partnerschaft ist kooperativ und zukunftsgerichtet. Durch die langfristige Zusammenarbeit ist ein gegenseitiges Vertrauen entstanden. Hier wird nicht nur über Preise und Liefertermine gesprochen, sondern auch über gemeinsame Werte und Ziele. Für uns war von Beginn an klar, dass ALPLA sehr wichtig für

DIE TÜR FÜR IDEEN IST OFFEN

Im Gespräch berichten drei Vertreter von Werner & Mertz, Birgitta Schenz (Leiterin Unternehmenskommunikation), Uwe-Jürgen Eggert (Umwelt und Projektmanagement) und Dr. Detlef Matz (Leiter Nachhaltigkeitsmanagement), über die Vorteile der Inhouse-Kooperation mit ALPLA.

unsere Recyclat-Initiative ist. Anfangs musste intern schon Überzeugungsarbeit geleistet werden, aber mit großem Erfolg: Nun fördert ALPLA das Konzept der Öko-Effektivität der Initiative. Wir verfolgen ein echtes Kreislaufprinzip mit dem Ziel, ohne Rohöl für die Produktion von Kunststoffverpackungen auszukommen. Stattdessen wollen wir einen Wertstoff aus einer bisher ungenutzten Quelle so hochwertig aufbereiten, dass er sogar für lebensmitteltaugliche Verpackungen verwendet werden kann. Das ist unsere Vorstellung eines effektiven Rohstoffkreislaufs. Über zehn Millionen transparente PET-Flaschen aus hundert Prozent Recyclat mit einem zwanzigprozentigen Anteil aus der Quelle „Gelber Sack“ (Anm.: Sammelsystem für Verpackungsabfälle in Deutschland und Österreich) wurden schon produziert. Und jede Woche wächst die Summe von Verpackungen, die in einem echten Kreislauf gehalten werden.

Detlef Matz: Wir schätzen es sehr, dass auch ALPLA CEO Günther Lehner zu Geschäftsterminen mit Reinhard Schneider, unserem geschäftsführenden Gesellschafter, nach Mainz kommt. Die Inhaber beider Unternehmen tauschen sich auf Augenhöhe aus – das hat eine hohe Wertigkeit. Ein Vorteil, den familiengeführte Unternehmen wie ALPLA und Werner & Mertz nutzen können.

Was erhoffen Sie sich von ALPLA für die zukünftige Zusammenarbeit?

Uwe-Jürgen Eggert: Mit dem Neubau des Inhouse-Werkes, der 2017 starten wird, legen wir einen weiteren wichtigen Grundstein für die Zukunft unserer Partnerschaft. Der moderne Bau, in dem die Produktion untergebracht wird, rückt noch näher an unsere Abfüllung heran, so dass die Warenlogistik noch effizienter und umweltgerechter wird.

Was sind aus Ihrer Sicht Trends der Kunststoffverpackung? Was sucht der Endkunde, sucht er zum Beispiel tatsächlich konkret nach Flaschen aus Recycling-Material?

Birgitta Schenz: Sehr aufgeklärte Endkunden mit hoher Affinität zum Thema achten sicher

bewusst auf die Verpackung. Der durchschnittliche Endkunde folgt wohl eher seinem Vertrauen in eine Marke wie Frosch, in ein Unternehmen mit dessen Geschichte und funktionierenden Produkten. Wir haben inzwischen auf Millionen von Frosch-Produkten kleine Infobroschüren aufgebracht. Denn für den Endverbraucher ist es trotz des leichten Graustichs der Verpackung nicht ersichtlich, dass diese zu hundert Prozent aus Recyclingmaterial besteht. Also informiert der Frosch den Endverbraucher, dass er mit seinem Einkauf etwas richtig Gutes zum Schutz der Umwelt tut. Diese Botschaft ist mittlerweile im wahrsten Sinne angekommen: Produkte mit diesem Aufkleber werden von den Konsumenten bevorzugt.

Detlef Matz: Unser größtes Bestreben ist es, weitere Partner ins Boot zu holen. Die Verwendung von Recyclat aus der Quelle "Gelber Sack" für Verpackungen soll Standard werden und sich wirtschaftlich lohnen. Rezeptur und Verpackung müssen dieselbe Haltung zu Umweltfragen verkörpern – dieses Bewusstsein zu schaffen, ist eine unserer größten Herausforderungen.

Wie beurteilen Sie die Chancen und die Bedeutung von nachhaltigen Materialien wie PEF?

Uwe-Jürgen Eggert: Alles, was nicht wie beispielsweise Zuckerrohr tropischen Ursprungs ist und damit in Konkurrenz zur Nahrungsmittelproduktion steht, beurteilen wir grundsätzlich positiv. Wir stehen solchen Zukunftsthemen offen gegenüber. Wesentlich ist auch die Recycling- bzw. Kreislauffähigkeit, die durch eine Vermischung der Kunststoffsorten nicht beeinträchtigt werden darf.

Wenn es um das Ende des Produktlebenszyklus einer Kunststoffflasche geht – welche Initiativen wünschen Sie sich?

Uwe-Jürgen Eggert: Dass es dieses Ende nicht gibt.

INHOUSE-WERK ALPLA, STANDORT MAINZ

Start der Inhouse-Produktion am Standort Mainz: 1996

Mitarbeiter: 40 (Stand Juni 2016)

Produktion läuft an fünf Tagen pro Woche im 3-Schicht-Betrieb

Kapazität: 100 Millionen Flaschen pro Jahr/700.000 Flaschen pro Tag; ab 2018 (nach Neubau) 150 Millionen jährlich

Technologien: EBM und SBM mit insg. 8 Maschinen

Preforms und Verschlüsse kommen aus den ALPLA Standorten Kaiserslautern, Oudenaarde und Föritz

www.werner-mertz.de

BEIM KUNSTSTOFF-RECYCLING
SCHÖPFEN WIR AUS EINEM
REICHEN ERFAHRUNGSSCHATZ.

— SEIT MEHR ALS
20 JAHREN TUN
WIR ALLES DAFÜR.



— END OF LIFE CYCLE — AUS ALT MACH NEU

Die Natur ist das Vorbild für die Kreislaufwirtschaft. Verwendete Verpackungen sollten gesammelt, recycelt und in den Produktionsprozess zurückgeführt werden. Mit eigenen

Recyclingwerken, einer konsequenten Abfallvermeidung in unseren Werken und der Unterstützung von Upcycling-Projekten unterstützen wir das Cradle-to-Cradle-Prinzip.

FLASCHENRECYCLING

ALPLA glaubt an Recycling

Seit über zwanzig Jahren beschäftigen wir uns bei ALPLA intensiv mit dem Recycling von PET. Wir unterstützen unsere Kunden gerne, wenn es darum geht, recycelte Kunststoffe (PET, HDPE und PP) zu hochwertigen Verpackungen zu verarbeiten. Diese Kunststoffe sind hochqualitative Produkte und eine sehr gute Alternative zu Neuware.

Die Verwendung von recycelten Kunststoffen schont fossile Rohstoffe und reduziert den Ausstoß von CO₂. Vergleicht man etwa die CO₂-Bilanz von lebensmitteltauglichem PET-Recycling-Material (kurz rPET) und Neugranulat, so schneidet rPET um 67 Prozent* besser ab. Das entspricht einer Einsparung von 1,4 Tonnen CO₂-Äquivalent pro Tonne Material.

Seit 2005 ist ALPLA Joint-Venture-Partner bei einem PET-Recyclingwerk in Mexiko (Toluca), das jährlich rund 15.000 Tonnen lebensmitteltaugliche rPET-Flakes mittels URRC-Prozess (nach der United Resource Recovery Corporation) herstellt. Zudem übernahm ALPLA 2011 die Mehrheitsanteile der österreichischen PET Recycling Team GmbH. Dieses Werk in Wöllersdorf verfügt über eine jährliche Kapazität von 35.000 Tonnen rPET in Lebensmittelqualität. rPET kann wieder zu

Verpackungen bzw. Flaschen für Nahrungsmittel und Getränke verarbeitet werden (Bottle to Bottle Recycling).

2012 investierte ALPLA schließlich in den Bau eines weiteren PET-Recyclingwerks in Radomsko (Südpolen). Rund 75 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter recyceln hier seit 2013 jährlich ca. 50.000 Tonnen PET-Flaschen. Ausgestattet ist das Werk mit zwei Sortier- und Waschlينien sowie einer Extrusionslinie. Die Jahresleistung liegt bei rund 13.500 Tonnen lebensmitteltauglichem rPET und 33.600 Tonnen Flakes (nicht lebensmitteltauglich). Diese Flakes können für die Herstellung von rPET oder in der Folien- und Faserindustrie zum Einsatz kommen. Sie eignen sich also für die Produktion von Textilien, Umreifungsbändern (Strapping) und Folien. „Fast alle gesammelten Flaschen für unser Werk in Polen kommen auch aus Polen. Es gibt sehr viele Kleinunternehmen vor Ort, die PET-Flaschen sammeln und vorsortieren. Sie haben das Marktpotenzial von Recycling erkannt. Dadurch zeigt der Markt eine interessante Dynamik“, berichtet Georg Lässer, ALPLA Corporate PET Recycling Services.

Beide PRT(PET Recycling Team)-Betriebe in Polen und Österreich sind hundertprozentige ALPLA Töchter.

*Quelle: Broschüre „Recycling für den Klimaschutz“, Alba Group, 2012.

„FAST ALLE GESAMMELTEN FLASCHEN FÜR UNSER WERK IN POLEN KOMMEN AUCH AUS POLEN. ES GIBT SEHR VIELE KLEINUNTERNEHMEN VOR ORT, DIE PET-FLASCHEN SAMMELN UND VORSORTIEREN. SIE HABEN DAS MARKT-POTENZIAL VON RECYCLING ERKANNT. DADURCH ZEIGT DER MARKT EINE INTERESSANTE DYNAMIK.“

Georg Lässer, ALPLA Corporate PET Recycling Services



„TROTZ SCHWANKENDER ERDÖLPREISE UND ANDERER HERAUSFORDERUNGEN STEHEN WIR FEST HINTER DEM THEMA RECYCLING.“

Günther Lehner, CEO



Modernste Technologie für eine lebenswerte Zukunft durch optimierte Effizienz: das ALPLA Recyclingwerk in Radomsko, Polen.

Derzeit sind die Rahmenbedingungen für Kunststoffrecycling schwierig, wofür verschiedenste Faktoren verantwortlich sind. Die massive Talfahrt der Rohölpreise in den vergangenen Jahren hat recycelte Kunststoffe unter enormen Preisdruck gesetzt. Insbesondere der aufwändige Herstellungsprozess von rPET bis zur Lebensmitteltauglichkeit kann preislich hier nicht mithalten. Dennoch ist es ALPLA CEO Günther Lehner wichtig festzuhalten: „Trotz schwankender Erdölpreise und anderer Herausforderungen stehen wir fest hinter dem Thema Recycling.“

Die steigenden Produktionsmengen von Folien und Folienverpackungen absorbieren einen großen Teil der am Markt erhältlichen rPET-Flakes. Dagegen stagnieren die Sammelraten der Kunststoffverpackungen, auch in Europa. Maßnahmen zur Aufklärung von Endkonsumenten und verpflichtende Recyclingquoten einschließlich Kontrollen sollten unserer Meinung nach ausgebaut werden. Hinzu kommt, dass immer mehr farbige PET-Flaschen in den Kreislauf gelangen, was sich negativ auf die Sammelquoten für klares rPET auswirkt und das Recycling zusätzlich qualitativ erschwert.

Nach wie vor ist die Wiederverwertung von anderen Kunststoffen wie HDPE um einiges komplexer und schwieriger als bei PET. Auf

Kundenwunsch kaufen wir diese Materialien selbstverständlich zu und verarbeiten sie. Insbesondere am amerikanischen Markt gibt es dafür eine entsprechende Nachfrage. Wir bei ALPLA stehen voll und ganz hinter Recyclinginitiativen und freuen uns, wenn wir für unsere Kunden solche Projekte umsetzen können. Noch sind wir auf die Vorbildwirkung von vorausschauenden Unternehmen und umweltbewussten Endkonsumenten angewiesen. Recyclingkunststoffe dürfen nicht nur aus Preisgründen für Verpackungen eingesetzt werden. Sie sind als ein ernstzunehmender Wirtschaftszweig mit positiven Auswirkungen auf die Umwelt und die Zukunft unserer Branche zu sehen.

Wir sind der Überzeugung, dass Recycling nicht nur aufgrund gesetzlicher Bestimmungen wichtig und richtig ist.

Ist eine stoffliche Verwertung (Sammeln und Recyceln) nicht möglich, sollten gebrauchte Verpackungen zumindest thermisch verwertet werden. Dadurch wird der Heizwert der Kunststoffabfälle beispielsweise für Fernwärme oder Strom genutzt. Die Deponierung ist die schlechteste Form der Entsorgung. Daher unterstützen wir wie bereits in Polen auch private Sammelorganisationen.



ALPLA setzt ein eigenes Recyclingzeichen zur Stärkung des Bewusstseins bei Kunden und Konsumenten ein

RECYCLING BEI ALPLA





Die ALPLA Firmenzentrale liegt direkt am österreichischen Bodenseeufer. Deshalb ist es für uns selbstverständlich, einen Beitrag für saubere Gewässer zu leisten.

„ZERO PELLET LOSS“-PAKT – MARINE LITTER

Ein Pakt für saubere Gewässer

Bis zu 150 Millionen Tonnen Abfall befinden sich in den Meeren, geschätzte 10 Millionen Tonnen kommen jährlich dazu – ein Großteil davon sind Kunststoffabfälle. Meerestiere und Vögel verwechseln diese Verschmutzungen mit Nahrung, verenden oder bringen sie so in die Nahrungskette des Menschen.

Fast 80 Prozent der Abfälle gelangen über große Flüsse vom Festland in die Ozeane. Eine der Haupttransportrouten in Österreich ist die Donau, die neben zahlreichen anderen Ursachen auch durch Kunststoffverluste aus der Industrie verschmutzt wird. Die Industrie ist sich ihrer Verantwortung für saubere Gewässer bewusst und möchte die Verluste in Zukunft verhindern.

Im März 2015 gründeten daher das zuständige österreichische Bundesministerium (BM-LFUW) und der Fachverband der Chemischen Industrie Österreichs (FCIÖ) den Pakt „Zero Pellet Loss“. ALPLA schloss sich dem Pakt mit zwanzig anderen Unternehmen aus der Kunststoffbranche an. Ziel ist es, den Eintrag der Industrie in die Donau von derzeit rund 7 Kilogramm Kunststoffrohstoff täglich auf unter 1 Kilogramm zu reduzieren. Auch die IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen e.V. hat Mitte 2015 die Initiative „Null Granulatverlust“ in Deutschland ins Leben gerufen, die ALPLA ebenfalls unterstützt.

Seit Unterzeichnung der Vereinbarungen setzen die österreichischen und deutschen ALPLA Standorte mit Unterstützung durch das Sustainability Management einen umfassenden Maßnahmenplan konsequent um. In einem ersten Schritt wurden verantwortliche Personen in den einzelnen Betrieben definiert und Bestandsaufnahmen durchgeführt. Die breite Information der Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter und Lieferanten sowie entsprechende Schulungen schaffen das nötige Bewusstsein bei allen Beteiligten. Zudem verhindern einfache, aber sinnvolle Investitionen, dass Kunststoffgranulat im Produktionsprozess verloren geht: Auffangbehälter, Reinigungsstationen, speziell gefertigte Auffangsiebe für Abflüsse sind einige konkrete Beispiele. Regelmäßige Kontrollen und Wartungsarbeiten stellen die langfristige Einhaltung und Effizienz der Maßnahmen sicher.

Mittlerweile haben wir die Initiative im gesamten west- und osteuropäischen Raum kommuniziert und dort auch großteils umgesetzt. Ein erster Zwischenbericht des FCIÖ bestätigte Ende März 2016, dass die vielfältigen Maßnahmen greifen und Verluste tatsächlich zurückgehen. Nicht zuletzt deshalb möchte ALPLA den Maßnahmenplan möglichst rasch in allen weiteren Regionen einführen.

Ziel der Industrie:
Reduktion des täglichen
Eintrags auf 1 kg Kunststoff

FLASCHENHÄUSER-PROJEKT IN UGANDA

ALPLA fördert Upcycling-Projekt in Uganda

Die Akademie für Soziale Innovation (SINA) in Uganda baut aus Kunststoffflaschen Lernräume für Jugendliche. Dieses Projekt schont Ressourcen, vermeidet Umweltverschmutzung, macht scheinbar nutzlosen Müll wertvoll und gibt jungen Menschen Raum für Arbeit und Ausbildung. ALPLA unterstützt die Initiative seit Herbst 2015 finanziell.

Die Bevölkerung in Uganda wächst rasch, Baumaterial für neue Häuser ist jedoch Mangelware. Zudem benötigt die Herstellung der Ziegelsteine für traditionelle Bauten enorm viel Brennmaterial. Dafür werden Regenwälder abgeholzt – mit negativen Auswirkungen auf unser Klima und den Wasserhaushalt.

Wie in den meisten sogenannten Entwicklungsländern gibt es auch in Uganda weder eine geregelte Müllentsorgung noch Recycling. Besonders Kunststoffflaschen werden achtlos weggeworfen oder vor der eigenen Haustüre verbrannt. Die Akademie für Soziale Innovation

(SINA) nutzt kostenlose Ressourcen wie diesen Kunststoffmüll und schafft damit Dinge von Wert – getreu dem Upcycling-Prinzip „Müll ist nur dann Müll, wenn du ihn verschwendest!“.

Schüler und ihre Mentoren bauen die Lernräume der Akademie eigenhändig aus Kunststoffflaschen. Dafür füllen sie die Flaschen mit trockenem Lehm und binden sie mit einer Schnur zusammen. Die Lücken dazwischen werden mit Lehm aufgefüllt, die Wände abschließend verputzt. Nach dem Anstrich ist ein Haus aus Kunststoffflaschen optisch nicht von einem herkömmlichen zu unterscheiden. Aufgrund der guten Isolationswirkung der mit Lehm gefüllten Flaschen herrscht im Inneren eine konstante Temperatur von 22 Grad. Aus nutzlosem Abfall entsteht so ein günstiges, stabiles und umweltfreundliches Gebäude. SINA arbeitet mit Ingenieuren an der Weiterentwicklung dieser Bautechnik und gibt Workshops zur professionellen Verbreitung der Technik.

SOCIAL INNOVATION ACADEMY (SINA)

2009: Etienne Salborn gründet den Verein Jangu e.V. mit dem Ziel, Waisenkinder in Uganda mit Bildungspatenschaften zu unterstützen.

2014: Jangu-Absolventen entwickeln SINA als Bildungsort, der benachteiligte Jugendliche zu Sozialunternehmern ausbildet. Die Unternehmen der SINA-Schüler schaffen Arbeitsplätze und beweisen, dass sozialer und ökologischer Mehrwert mit wirtschaftlichem Erfolg Hand in Hand gehen können.



WAS WIR ZU AKTUELLEN THEMEN
DER NACHHALTIGKEIT UNTER-
NOMMEN HABEN, REICHT UNS
NOCH LANGE NICHT.

— SCHLIESSLICH
WAR DAS ERST DER
ANFANG. ES GIBT
NOCH VIEL ZU TUN.



— ALPLA NACHHALTIGKEITS-PROGRAMM

Das folgende Nachhaltigkeitsprogramm gibt einen Überblick über neue Herausforderungen für die nächsten drei Jahre. Damit setzen wir uns ehrgeizige Ziele, die wir laufend evaluieren und weiterentwickeln.

UNTERNEHMENSETHIK UND LEGAL COMPLIANCE

Ziele	Wer	Termin
Globale Car Policy inkl. CO ₂ -Kriterien Code of Conduct überarbeiten	Corporate HR und Corporate Finance	2016
Globaler Umwelttag – Juli 2017	Nachhaltigkeitsmanagement	2017
CO ₂ -Neutralität der österreichischen Werke und Maßnahmen	Nachhaltigkeitsmanagement	2018

BESCHÄFTIGUNG UND ARBEITSBEDINGUNGEN

Ziele	Wer	Termin
Führungskräfte-Qualifizierung & Nachhaltigkeitsworkshops Nachhaltigkeitsworkshop für Lehrlinge Employer Branding durch Nachhaltigkeit	Corporate HR und Corporate Technics	2016
Programm zur Bewusstseinsbildung bzgl. Nachhaltigkeitsthemen	Corporate HR	2016
Office Building/nachhaltiges Raumkonzept Globale Mitarbeiterbefragung	Corporate HR und Corporate Plant Engineering	2017
Burnout-Prevention-Kurs	Corporate HR	2017
Reaktion auf globale Mitarbeiterbefragung Rahmenbedingungen schaffen	Corporate HR	2018

LIEFERANTENMANAGEMENT

Ziele	Wer	Termin
Supply Chain Mapping – strategische Lieferanten Supplier-Management-Programm	Corporate HR, Corporate Business Units, Corporate Purchase, Corporate Technics und Sustainability Management	2016
Einkauf/Purchase Sensibilisierung (Sustainability Training) IT-Geräte, Einkauf nach Nachhaltigkeitskennzahlen Solidarity Sourcing/Responsible Sourcing	Corporate HR, Corporate Business Units, Corporate Purchase, Corporate Technics und Sustainability Management	2017

„DIE UMSETZUNG DER ZIELE IST KERNAUFGABE DES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENTS UND ENG MIT DEN STRATEGISCHEN UNTERNEHMENSZIELEN VERBUNDEN.“

Linda Mauksch, Nachhaltigkeitsmanagement

EFFIZIENTER RESSOURCENEINSATZ IN DER PRODUKTION

Ziele	Wer	Termin
PEF-Strategy für Kommunikation Energy-Reduktion – Effizienzmaßnahmen in den Werken (Regionen, Länder)	Corporate ISBM Management; Corporate Plant Engineering	2016
Produktspezifischer-CO ₂ -Fußabdruck-Rechner	Corporate Sales Management und Sustainability Management	2017
Industrie 4.0 als Konzept PEF-Projekt umgesetzt	Corporate IT, Corporate Business Unit	2018

RECYCLING

Ziele	Wer	Termin
rPET Materialeinsatz verstärken Forschung für weitere Recyclingwerke	Corporate Recycling Services	2016
rHDPE Materialeinsatz verstärken Forschung intensivieren Strategie entwickeln zu Stärkung von rHDPE		
Ocean Plastics – Material testen	Corporate Recycling Services	2017
Voraussetzungen für Verarbeitung rHDPE schaffen HDPE-Recycling-Projekte pushen Ocean Plastics – Material testen	Corporate Recycling Services	2018

MARKT- UND INNOVATIONSFÜHRERSCHAFT

Ziele	Wer	Termin
Verkauf/Sales Sensibilisierung (Sustainability Training) Sales-Präsentation überarbeiten Ideen mit Nachhaltigkeitskriterien bewerten	Corporate Sales Management und Sustainability Management; Corporate Technics und Innovation Management	2016
Zwei Inventionen mit Nachhaltigkeitsaspekten	Corporate Technics und Innovation Management	2018

INHOUSE-LOGISTIK UND WALL-TO-WALL

Ziele	Wer	Termin
Wall-to-Wall-Konzept – small/local Bewertung der Logistikpartner in Bezug auf Nachhaltigkeit	Corporate Logistics	2016

— GRI CONTENT INDEX

Nachfolgender Index gibt einen Überblick über die berichteten GRI-Indikatoren nach dem Standard G4.

Allgemeine Standardangabe	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seitenverweis
Strategie und Analyse		
G4-1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	8 f.
Organisationsprofil		
G4-3	Name der Organisation	5
G4-4	Überblick Produkte	5
G4-5	Hauptsitz der Organisation	5
G4-6	Überblick wichtigste Standorte	5, 50 f.
G4-7	Eigentümerverhältnisse und Rechtsform	5
G4-8	Märkte	5
G4-9	Größe der Organisation, Umsatzerlöse, Gesamtkapitalisierung, Dienstleistungen	4
G4-10	Beschäftigungsprofil	6
G4-12	Beschreibung der Lieferkette	25 ff.
G4-13	Veränderungen in der Aktionärsstruktur, Veränderung in der Lieferkette, wesentliche Veränderungen in der Organisation	Nicht relevant
Verpflichtung gegenüber externen Initiativen		
G4-14	Vorsorgeprinzip	25
G4-15	Selbstverpflichtung zu freiwilligen Initiativen	43
G4-16	Aktive Mitgliedschaften	13
Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen		
G4-17 bis G4-23	Wesentliche Aspekte und Grenzen	12
Einbindung von Stakeholdern		
G4-24 bis G4-27	Einbindung von Stakeholdern	11
Berichtsprofil		
G4-28 und G4-29	Berichtszeitraum und vorheriger Bericht	10
G4-30	Berichtszyklus	10
G4-31	Kontakt zu Nachhaltigkeitsmanagement	Umschlag
GRI-Index		
G4-32	GRI-Index	68 f.
Struktur und Zusammensetzung der Unternehmensführung		
G4-34	Führungsstruktur und Kontrollorgane, Komitees für Nachhaltigkeit	10
Integrität		
G4-56	Code of Conduct	13, 25

Spezifische Standardangabe	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Seitenverweis
KATEGORIE: ÖKOLOGISCH		
Materialien		
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	25 ff., 30, 32 f., 61 ff.
G4-EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht und Volumen	6, 30, 36
G4-EN2	Anteil der Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz	30, 32, 58
Energie		
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	36 ff., 41
G4-EN3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	36, 38, 42
G4-EN5	Energieintensität	6
G4-EN6	Senkung des Energiebedarfs	36
Wasser		
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	44
G4-EN8	Gesamtwasserentnahme nach Quelle	6, 44
Emissionen		
G4-EN8	Angaben zum Managementansatz	36, 39, 41
G4-EN 16	Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	6
G4-EN 18	Intensität der THG-Emissionen	39
G4-EN 19	Reduzierung der THG-Emissionen	39, 41
Produkte und Dienstleistungen		
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	46 ff.
G4-EN27	Maßnahmen zur Bekämpfung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	46 ff.
Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte		
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	24 ff.
G4-EN32	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	24
KATEGORIE: GESELLSCHAFTLICH		
Beschäftigung		
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	16 ff.
G4-LA1	Gesamtzahl der Mitarbeiter und Fluktuation	4, 6
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	16, 20
G4-LA6	Arbeitsunfälle	6
Vielfalt und Chancengleichheit		
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	16, 18
G4-DMA	Vielfalt und Chancengleichheit	6
Bewertung von Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken		
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	24 f.
G4-LA14	Anteil der auf Arbeitspraktiken geprüften Lieferanten	24
GESELLSCHAFT		
Lokale Gemeinschaft		
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	21, 53, 63
G4-SO1	Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzung und Förderprogramme	21, 53, 63
Korruptionsbekämpfung		
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	13
G4-SO4	Schulungen zur Korruptionsprävention	13
G4-SO5	Korruptionsfälle	Keine

— GLOSSAR

Abkürzung	Erklärung
CO ₂ e	Kohlenstoffdioxid-Äquivalente = Treibhausgaspotenzial von allen Treibhausgasen, verglichen am globalen Erwärmungseffekt von Kohlenstoffdioxid über einen Zeitraum von 100 Jahren
EBM	Extrusion Blow Moulding
Green PE	Biobasiertes – High-Density Polyethylen
GRI	Global Reporting Initiative
GWP	Global Warming Potential
HDPE	High-Density Polyethylen
IM-Caps	Injection Moulding Caps
IM-PET	Injection Moulding Preforms
ISBM	Injection Stretch Blow Moulding
LDPE	Low-Density Polyethylene
PEF	Polyethylenfuranat
PET	Polyethylenterephthalat
PETG	Polyethylenterephthalat Glykol
Plant PET	Biobasiertes Polyethylenterephthalat
PP	Polypropylen
rHDPE	Recycling-High-Density-Polyethylen
rPET	Recycling-Polyethylenterephthalat
SBM	Stretch Blow Moulding

— IMPRESSUM

Über Fragen, Anregungen oder Kritik zu unserem Nachhaltigkeitsbericht oder unseren Tätigkeiten freuen wir uns!

Herausgeber

ALPLA Werke – Alwin Lehner GmbH & Co KG
Mockenstraße 34, 6971 Hard, Österreich

Ansprechpartner bei ALPLA

Linda Mauksch
sustainability@alpla.com
T: +43 5574 602 548

Redaktion

Alexandra Dittrich, Pzwei. Pressearbeit.
www.pzwei.at

Inhaltliche Begleitung, Konzeption und redaktionelle Unterstützung

denkstatt GmbH
Dominic Fiel, ALPLA

Gestaltung

Konzett & Brenndörfer OG
Agentur für Werbung und Kommunikation
www.agenturkb.com

Fotos und Illustrationen

Adolf Bereuter
Aleksandar Gogic
Konzett & Brenndörfer
Wojciech Pacewicz/APA-Fotoservice
Beate Rhomberg
Manuel Riesterer
Scanderbeg Sauer
Marcus Steinbrücker
Matthias Weissengruber
Wolfgang Wolak/APA-Fotoservice

Lektorat und Übersetzung

WIENERS+WIENERS GmbH

Druck

BULU – Buchdruckerei Lustenau GmbH

Papier

Munken Polar

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurden bei Personen nicht durchgängig die weibliche und die männliche Form angeführt. Entsprechende Formulierungen gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für beide Geschlechter.

Dieser Bericht wurde CO₂-neutral und auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt.



