

VÖSLAUER  
NACHHALTIGKEITSBERICHT  
2017





*Wir bewahren einen  
15.000 Jahre alten Schatz.  
Deshalb arbeiten wir  
mit Verantwortung  
und neuen Ideen  
an nachhaltigem Erfolg.*

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



VÖSLAUER

## ÜBER DEN NACHHALTIGKEITSBERICHT

WIR BERICHTEN IN DER VORLIEGENDEN PUBLIKATION ÜBER DEN ZEITRAUM VON JÄNNER BIS DEZEMBER 2017. DER VORHERGEHENDE NACHHALTIGKEITSBERICHT WURDE 2016 VERÖFFENTLICHT. SPEZIFISCHE KENNZAHLEN IM UMWELTBEREICH WERDEN NUN NEU AUCH RÜCKWIRKEND FÜR DIE VERGANGENEN JAHRE, WIE BRANCHENÜBLICH, AUF ABGEFÜLLTE FLASCHEN BEZOGEN.

WEITERE INFORMATIONEN AUS DEM VERGANGENEN BERICHT STIMMEN MIT DEM VORLIEGENDEN BERICHT ÜBEREIN. UNSER NACHHALTIGKEITSBERICHT ERSCHEINT ALLE ZWEI JAHRE.

DER BERICHT UMFASST DIE VÖSLAUER MINERALWASSER GMBH HINSICHTLICH PRODUKTION UND VERTRIEB BIS ZUM ZENTRALLAGER BZW. VERLEGER. AUF LIEFERANTINNENSEITE IST DIE SCHNITTSTELLE DAS WERK BAD VÖSLAU, WOBEI DIE ROH-, HILFS- UND BETRIEBSSTOFFE MIT IHREM EIGENTLICHEN CO<sub>2</sub>-FOOTPRINT BERÜCKSICHTIGUNG FINDEN.

ES GAB KEINE WESENTLICHEN ÄNDERUNGEN BEI BERICHTSUMFANG UND -GRENZEN IM VERGLEICH ZUM VERGANGENEN BERICHT. BETRIEBSDATEN FÜR INDIKATOREN STAMMEN AUS PRÄZISEN ERFASSUNGEN.

DATEN FÜR FOOTPRINT-BERECHNUNGEN AUSSERHALB DES BETRIEBS – WIE ETWA DATEN ZUR CO<sub>2</sub>-BERECHNUNG VON PET – STAMMEN VON INTERNATIONAL ANERKANNTEN DATENBANKEN UND ENTSPRECHEN HÖCHSTEN STANDARDS.

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

\_\_\_\_\_ ZUKUNFTSFÄHIGES  
WIRTSCHAFTEN.<sup>1</sup>

*Liebe Leserin, lieber Leser,*

um einen 15.000 Jahre alten Schatz zu bewahren, braucht es neue Ideen und Menschen, die bereit sind, Verantwortung zu übernehmen. Wir wollen ganz genau wissen, wie unser unternehmerischer Erfolg entsteht. Wir wollen ihn aktiv mitgestalten – gemeinsam mit unseren MitarbeiterInnen und LieferantInnen – für unsere KundInnen und die BürgerInnen unserer Heimatregion. Vöslauer ist ein österreichisches Familienunternehmen und deshalb stehen hinter der Marke viele engagierte Menschen, die jeden Tag aufs Neue einem großen Anspruch gerecht werden wollen:

Österreichs nachhaltigste, innovativste und dynamischste Getränkemarke zu sein.

Am Anfang steht unsere Ursprungsquelle in Bad Vöslau – mit reinstem Mineralwasser, das auch noch für unsere Kinder und künftige Generationen aus eigener Kraft ans Tageslicht sprudeln soll. Deshalb engagieren wir uns für unsere Region – als verlässlicher Arbeitgeber, ökologisch und kulturell.

Wir wollen wissen, was unsere KonsumentInnen bewegt, wie sie ihren Durst löschen und mit welchen

gesellschaftspolitischen Themen sie sich auseinandersetzen. Wir wollen uns daran orientieren – in unserem Planen und Handeln:

So sammeln und recyceln wir, reduzieren Material und unseren CO<sub>2</sub>-Fussabdruck. Wir optimieren unsere Systeme, verlagern den Transport von der Straße auf die Schiene, setzen auf Strom aus Wasserkraft und Sonnenlicht. Wir achten auf die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer KonsumentInnen. Wir sind attraktiver regionaler Arbeitgeber mit flexiblen und familienorientierten Angeboten.

Wir verstehen Nachhaltigkeit als zentralen Bestandteil unserer Unternehmensgeschichte und unserer Zukunft. Wir arbeiten schon seit Langem an ehrgeizigen Nachhaltigkeitszielen und kommen ihnen jeden Tag ein Stückchen näher. Was wir im abgelaufenen Jahr 2017 erreicht haben, möchten wir mit diesem Bericht 100 Prozent transparent auf den Tisch legen. Für Vöslauer ist das jedoch nur ein Zwischenbericht. Es ist die Bilanz eines Jahres auf dem Weg zu großen Zielen. Warum? Weil wir gerne die Nummer 1 sind – und das nachhaltig.



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

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

## BESTEHENDE MASSNAHMEN & ZIELE



WEITERFÜHRUNG  
DES GESUNDHEITS-  
PROGRAMMS



AKTUELL  
HABEN WIR  
70 % rePET-ANTEIL  
BEI UNSEREN  
1,5 L FLASCHEN.



EINSPARUNG  
VON 860 MWH  
ERDGAS BEI  
HEISSWASSER-  
ERZEUGUNG



MITARBEITERINNEN 2017.  
< 2 ARBEITSUNFÄLLE  
< 10 % FLUKTUATIONSRATE  
PENSIONSANTRITTSALTER  
> 60

# Bestehende Maßnahmen



WIR BEZIEHEN  
ZU 100 %  
ÖKOSTROM.



ERRICHTUNG EINER  
PHOTOVOLTAIKANLAGE  
ZUR STROMERZEUGUNG  
VON 250.000 KWH



BEWUSSTSEINS-  
BILDUNG.  
KREISLAUFWIRTSCHAFT  
UND ERHÖHUNG  
RECYCLING-QUOTE  
IN ÖSTERREICH



SEIT 1. JULI 2018  
SIND EINE FRAU  
UND EIN MANN IN DER  
GESCHÄFTSFÜHRUNG.

## GROSSE NACHHALTIGKEITSZIELE. HEUTE - 2020 - 2025.

Wir setzen uns ambitionierte Ziele für Nachhaltigkeit. Wir sind stolz darauf, berichten zu können, dass wir 2017 den Großteil unserer Ziele erreichen konnten. Für 2020 sowie für 2025 haben wir uns noch ambitioniertere Ziele gesetzt, die eine positive Auswirkung auf Umwelt und Gesellschaft mit sich bringen und unsere Rolle als Marktführer und klare Nummer 1 weiter ausbauen. Mit den großen Zielen „CO<sub>2</sub>-Neutralität“ und „100 % Recycling-Anteil“ bündeln wir unsere bisherigen Initiativen und setzen einen neuen Schwerpunkt.



STETIGE  
REDUKTION DES  
ZUCKER- UND  
KALORIENGHALTS  
UNSERER  
PRODUKTE



EWIGE QUELLE.  
2017 LAG DER  
VERBRAUCH AN WASSER  
AUS TIEFENBOHRUNG  
PRO FLASCHE  
BEI 1,32 L.

## BESTEHENDE MASSNAHMEN & ZIELE



### NACHHALTIG ERFOLGREICH.

ES IST UNSER ZIEL, 104 MILLIONEN EURO GESAMTUMSATZ ZU ERWIRTSCHAFTEN.



### NACHHALTIG AUF MEHREREN BEINEN.

NICHT NUR IM HEIMISCHEN MARKT WOLLEN WIR FEST VERANKERT SEIN, SONDERN AUCH IM AUSLAND. UNSER ZIEL 2020: 15 % EXPORTQUOTE



### VERPACKUNGEN VON MORGEN.

WIR TESTEN INTENSIV ALTERNATIVE VERPACKUNGSLÖSUNGEN UND SETZEN AUCH IN ZUKUNFT STARK AUF INNOVATIVE GLAS-MEHRWEGPRODUKTE.



### JEDES GRAMM ZÄHLT.

WIR REDUZIEREN UNSER EINGESETZTES MATERIAL ERNEUT UM 5 % (IM VERGLEICH ZU 2020).



### NACHHALTIG FÜR DIE UMWELT.

7 % WENIGER CO<sub>2</sub> PRO LITER IM VERGLEICH ZU 2015



### ÖSTERREICHS ERFOLGREICHSTER ANBIETER VON MINERALWASSER UND NEAR-WATER-GETRÄNKEN.

WIR WOLLEN NICHT NUR DIE NUMMER 1 IM HANDEL UND IN DER GASTRONOMIE SEIN, SONDERN AUCH DIE NUMMER 1 IM BEREICH ONLINE UND SOCIAL MEDIA SOWIE BEI INNOVATIONEN.

# Ziele



### IMMER UND IMMER UND IMMER WIEDER: KOMMUNIKATION IM SINNE DER KREISLAUFWIRTSCHAFT.

WIR SCHAFFEN MEHR BEWUSSTSEIN UND TRAGEN DAZU BEI, DIE SAMMELQUOTE ZU ERHÖHEN. DURCH AUFFÄLLIGE KOMMUNIKATION AM PRODUKT UND STARKE NUTZUNG UNSERER EIGENEN KANÄLE, WIE WEBSITE UND SOCIAL MEDIA.



### AUF KLEINEM FUSS.

2025 SIND WIR EIN CO<sub>2</sub>-NEUTRALER BETRIEB.



### MATERIAL IM KREISLAUF.

BIS 2025 BESTEHEN DIE PET-FLASCHEN UNSERER EIGENEN MARKEN ZU 100 % AUS rePET (= RECYCELTE FLASCHEN) UND UNSERE FOLIEN UND ETIKETTEN AUS 100 % RECYCLING-MATERIAL. JEDE GETRÄNKEKISTE ODER MEHRWEG-GLASFLASCHE, DIE WIR AUSSCHIEDEN, SOLL ZU 100 % IN EINEN RECYCLING-KREISLAUF KOMMEN UND WIRD DADURCH NEUGEBOREN.



### NACHHALTIG VERANTWORTUNGSVOLLE SCHWERPUNKTE.

DIE ZUFRIEDENHEIT UNSERER MITARBEITERINNEN LIEGT UNS AM HERZEN UND DIE VEREINBARKEIT VON FAMILIE & BERUF IST EIN WESENTLICHER SCHLÜSSEL DAFÜR. DARÜBER HINAUS WOLLEN WIR EINEN BEITRAG ZUR INTEGRATION LEISTEN UND FÜNF MITARBEITERINNEN MIT ANERKANNTEM FLÜCHTLINGS-STATUS ANSTELLEN.

### MASSNAHMEN & ZIELE:

- Bestehende Maßnahmen
- Ziele 2020
- Ziele 2025

## INHALT

<b>1</b>	<b>UNTERNEHMENSPORTRÄT VÖSLAUER</b>	<b>12</b>
1.1	Wir sind gerne die Nummer 1. Und das nachhaltig. Vöslauer auf einen Blick.	13
1.2	Wir leben Nachhaltigkeit im gesamten Kreislauf.	15
1.3	Vöslauer Ziele und Strategie 2020 und 2025.	16
1.4	Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen der Vöslauer Mineralwasser GmbH.	17
<b>2</b>	<b>UNSERE PRODUKTE</b>	<b>18</b>
2.1	Das Lifestyle-Wasser für mehr Wohlbefinden. Gesundheit und Ernährung.	20
2.2	Bio & Fair Trade. Wir achten auf das, was reinkommt: Natürliche Inhaltsstoffe.	21
<b>3</b>	<b>EWIGE QUELLE</b>	<b>22</b>
3.1	Naturschutz und Quellschutz. Die Sicherung der Vöslauer Quellen für nächste Generationen.	24
3.2	Wasser effizient nutzen.	25
<b>4</b>	<b>VERPACKUNG &amp; RECYCLING</b>	<b>26</b>
4.1	Die richtige Flasche im richtigen Moment. Einweg, Zweiweg und Mehrweg.	28
4.2	Material im Kreislauf führen – weiter so! Recycling-Material in PET-Flaschen und Kisten.	29
4.3	Materialeffizienz bei höchster Funktionalität – Jedes Gramm zählt. Einsparung von Verpackungsmaterial.	29
<b>5</b>	<b>NUMMER 1 BEIM KLIMASCHUTZ</b>	<b>30</b>
5.1	Vöslauer auf dem Weg in eine klimafreundliche Zukunft. Klimaschutz entlang der gesamten Wertschöpfungskette.	32
5.2	Mehr Getränke produzieren – weniger Energie verbrauchen. Energieeffizienz und erneuerbare Energie.	33
5.3	Wir sind gut unterwegs – mit dem richtigen Mobilitäts-Mix. Logistik und Mobilität.	33

## INHALT

<b>6</b>	<b>CHANCEN FÜR MITARBEITERINNEN</b>	<b>34</b>
6.1	Stabiler und wichtiger Arbeitgeber in der Region. Beschäftigungsentwicklung bei Vöslauer.	36
6.2	Wir werden Familie & Beruf gerecht. Vereinbarkeit von Beruf & Familie.	36
6.3	Wir leben Vielfalt in allen Dimensionen. Vielfalt und Chancengleichheit.	37
6.4	Wie wir uns weiterbilden. Aus- und Weiterbildung.	37
6.5	Faire Bezahlung ist unsere Realität. Einkommensschere.	37
<b>7</b>	<b>GESUNDHEIT UNSERER MITARBEITERINNEN</b>	<b>38</b>
7.1	Vöslauer steht für Wohlbefinden – Das leben wir auch intern. Gesundheit & Sicherheit unserer MitarbeiterInnen.	40
<b>8</b>	<b>REGION &amp; STAKEHOLDER</b>	<b>42</b>
8.1	Ursprungsquelle Thermalbad Vöslau. Unsere regionale Verantwortung.	44
8.2	Unsere Produkte halten, was wir versprechen. Faire Werbung.	44
8.3	Nachhaltigkeit als Lifestyle-Aspekt. Bewusstseinsbildung für Nachhaltigkeit bei unseren KundInnen.	45
8.4	Zeig mir deine PartnerInnen und ich sag dir, wer du bist. Nachhaltige LieferantInnen.	46
8.5	Wasserdichte Compliance – Unternehmensethik.	46
8.6	Hilfe für Menschen in Not. Spenden & Sponsoring.	47
<b>9</b>	<b>ANHANG</b>	<b>48</b>
9.1	Corporate Governance und Nachhaltigkeit.	49
9.2	Unsere Stakeholder.	49
9.3	Qualitätsmanagement und Produktverantwortung.	49
9.4	Überblick zu Managementsystemen bei Vöslauer.	50
9.5	Prüfestat.	51
9.6	GRI Index.	52
9.7	Nachhaltigkeitsprogramm.	58
9.8	Daten.	62
	Icon-Vokabular.	77
	Impressum.	79

UNTERNEHMENSPORTRÄT VÖSLAUER



**1.1 \_\_\_\_\_ WIR SIND GERNE DIE  
NUMMER 1. UND DAS NACHHALTIG.  
VÖSLAUER AUF EINEN BLICK.**

*Die Vöslauer Mineralwasser GmbH<sup>2</sup> ist Österreichs führender Mineralwasserhersteller mit einem klaren Bewusstsein für unternehmerische Leistung und regionale Wertschöpfung sowie einem gewissenhaften Umgang mit Umwelt und Gesellschaft.*

Die Vöslauer Mineralwasser GmbH liegt direkt an der 660 Meter tiefen Quelle in Bad Vöslau in Niederösterreich<sup>3</sup> und ist mit einem Marktanteil von 40,5 Prozent die klare Nummer 1 am Mineralwassermarkt und einem Jahresumsatz von 99,4 Millionen Euro der größte Abfüller von natürlichem Mineralwasser und Near-Water-Getränken in Österreich. Der Bezug zur Region ist uns ausgesprochen wichtig, denn die Quelle ist unser

Ursprung und liefert uns unser wichtigstes Gut: reines, natürliches Mineralwasser.

Mit 201 MitarbeiterInnen sind wir einer der wichtigsten Arbeitgeber und Investoren in der Region. Vöslauer ist ein Familienunternehmen und gehört zur börsennotierten österreichischen Unternehmensgruppe Ottakringer Getränke AG<sup>4</sup> und ist Lizenznehmer von Pepsi-Cola und Lohnabfüller für Almdudler.

Im Jahr 2017 verkauften wir 322,6 Millionen Liter Getränke. Davon entfielen 87,7 Prozent auf unsere eigenen Marken „Vöslauer Mineralwasser“, „Balance“, „Bio“, „Flavours“ und „Tee“. Weitere 12,3 Prozent wurden für die Marken Almdudler und Pepsi-Cola produziert. Die Exportquote unserer Produkte betrug 11,8 Prozent, wobei wir vor allem nach Deutschland, Ungarn und in die Slowakei exportierten.<sup>5</sup>

*<sup>6</sup> Mit 1. Juli 2018 erfolgte eine Umwandlung der Vöslauer Mineralwasser AG in eine GmbH. Die operative Tätigkeit von Vöslauer bleibt durch die neue Gesellschaftsform unverändert.*

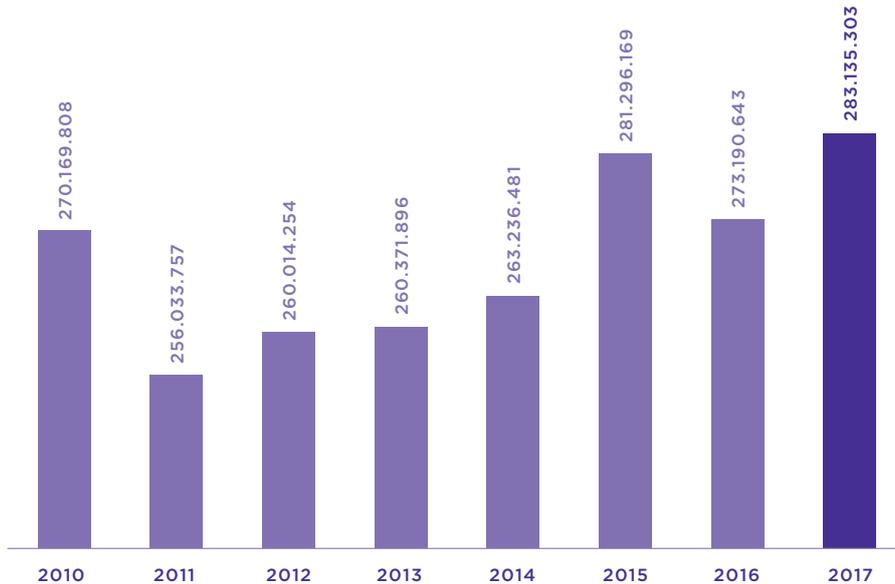
**UNSERE PRODUKTPALETTE.<sup>6</sup>**



<sup>2</sup> GRI 102-1  
<sup>3</sup> GRI 102-3, GRI 102-4  
<sup>4</sup> GRI 102-5  
<sup>5</sup> GRI 102-6  
<sup>6</sup> GRI 102-2

WESENTLICHE KENNZAHLEN.<sup>7</sup>

VÖSLAUER GETRÄNKE - ABGEFÜLLTE FLASCHEN EIGENE MARKEN IN LITER



GETRÄNKEVOLUMEN IN LITER (EXKLUSIVE LOHNABFÜLLUNG):



JAHRESUMSATZ INSGESAMT:



EXPORTQUOTE:



MARKTANTEIL WERTMÄSSIG:



Seit dem Jahr 2014 ist die Vöslauer Thermalbad GmbH eine 100-prozentige Tochter der Vöslauer Mineralwasser GmbH.<sup>8</sup> Der vorliegende Bericht und alle im Bericht behandelten Themen beziehen sich auf die Getränkeproduktion der Vöslauer Mineralwasser GmbH.<sup>9</sup> Basisinformationen zum Thermalbad sind im Bericht enthalten, Details zum Thermalbad finden sich online unter [www.thermalbad-voeslau.at](http://www.thermalbad-voeslau.at).

ANZAHL DER MITARBEITER-INNEN:



<sup>7</sup> GRI 102-7  
<sup>8</sup> GRI 102-10  
<sup>9</sup> GRI 102-45



### 1.3 VÖSLAUER ZIELE UND STRATEGIE 2020 UND 2025.

*Wir streben immer nach neuen Zielen – langfristigen, strategischen und nachhaltigen. Nur das garantiert auf Dauer den wirtschaftlichen Erfolg und sichert Arbeitsplätze. Aber großer Erfolg bedeutet auch große Verantwortung – gegenüber der Umwelt, dem Ressourcen- und Energieverbrauch, unseren MitarbeiterInnen sowie späteren Generationen.*

Im vergangenen Jahr setzten wir uns neue Ziele für 2025 und verfolgten nach wie vor die Ziele für 2020. Jedes Jahr überprüfen wir, inwieweit wir unsere Ziele erreicht haben, wo es noch Handlungsbedarf gibt und wo wir neue und innovative Wege einschlagen können. Unser Ziel „Nachhaltig die Nummer 1 durch nachhaltig erfolgreiches Wirtschaften“ bedeutet: wirtschaftliche, ökologische und soziale Ziele miteinander zu vereinen.

#### STRATEGIE VÖSLAUER – ZIELE 2020:

##### *„Nachhaltig erfolgreich“*

Es ist unser Ziel, 104 Millionen Euro Gesamtumsatz zu erwirtschaften.

##### *„Österreichs erfolgreichster Anbieter von Mineralwasser und Near-Water-Getränken“*

Wir wollen nicht nur die Nummer 1 im Handel und in der Gastronomie sein, sondern auch die Nummer 1 im Bereich Online und Social Media sowie bei Innovationen.

##### *„Nachhaltig auf mehreren Beinen“*

Nicht nur im heimischen Markt wollen wir fest verankert sein, sondern auch im Ausland. Unser Ziel 2020: 15 Prozent Exportquote.

##### *„Nachhaltig für die Umwelt“*

Sieben Prozent weniger CO<sub>2</sub> pro Liter im Vergleich zu 2015.

##### *„Nachhaltig verantwortungsvolle Schwerpunkte“*

Die Zufriedenheit unserer MitarbeiterInnen liegt uns am Herzen und die Vereinbarkeit von Familie & Beruf ist ein wesentlicher Schlüssel dafür. Darüber hinaus wollen

wir einen Beitrag zur Integration leisten und fünf MitarbeiterInnen mit anerkanntem Flüchtlingsstatus anstellen.

##### *„Nachhaltig für die Region“*

Das Thermalbad Vöslau ist das Aushängeschild und Herzstück der Gemeinde und der Region und trägt somit nachhaltig zur regionalen Wertschöpfung bei.

#### STRATEGIE VÖSLAUER – ZIELE 2025:

##### *„Auf kleinem Fuß“*

2025 sind wir ein CO<sub>2</sub>-neutraler Betrieb (Scope 3)  
Etappenziel 2018: 2018 haben wir eine CO<sub>2</sub>-neutrale Produktion (Scope 1).

##### *Jedes Gramm zählt*

Wir reduzieren unser eingesetztes Material erneut um fünf Prozent (im Vergleich zu 2020).

##### *Material im Kreislauf*

Bis 2025 bestehen die PET-Flaschen unserer eigenen Marken zu 100 Prozent aus rePET (= recycelte Flaschen) und unsere Folien und Etiketten aus 100 Prozent Recycling-Material. Jede Getränkebox oder Mehrweg-Glasflasche, die wir ausscheiden, soll zu 100 Prozent in einen Recycling-Kreislauf kommen und wird dadurch neugeboren.

##### *Verpackungen von morgen*

Wir testen intensiv alternative Verpackungslösungen und setzen auch in Zukunft stark auf innovative Glas-Mehrwegprodukte.

##### *Immer und immer und immer wieder: Kommunikation im Sinne der Kreislaufwirtschaft*

Wir schaffen mehr Bewusstsein und tragen dazu bei, die Sammelquote zu erhöhen. Durch auffällige Kommunikation am Produkt und starke Nutzung unserer eigenen Kanäle, wie Website und Social Media.

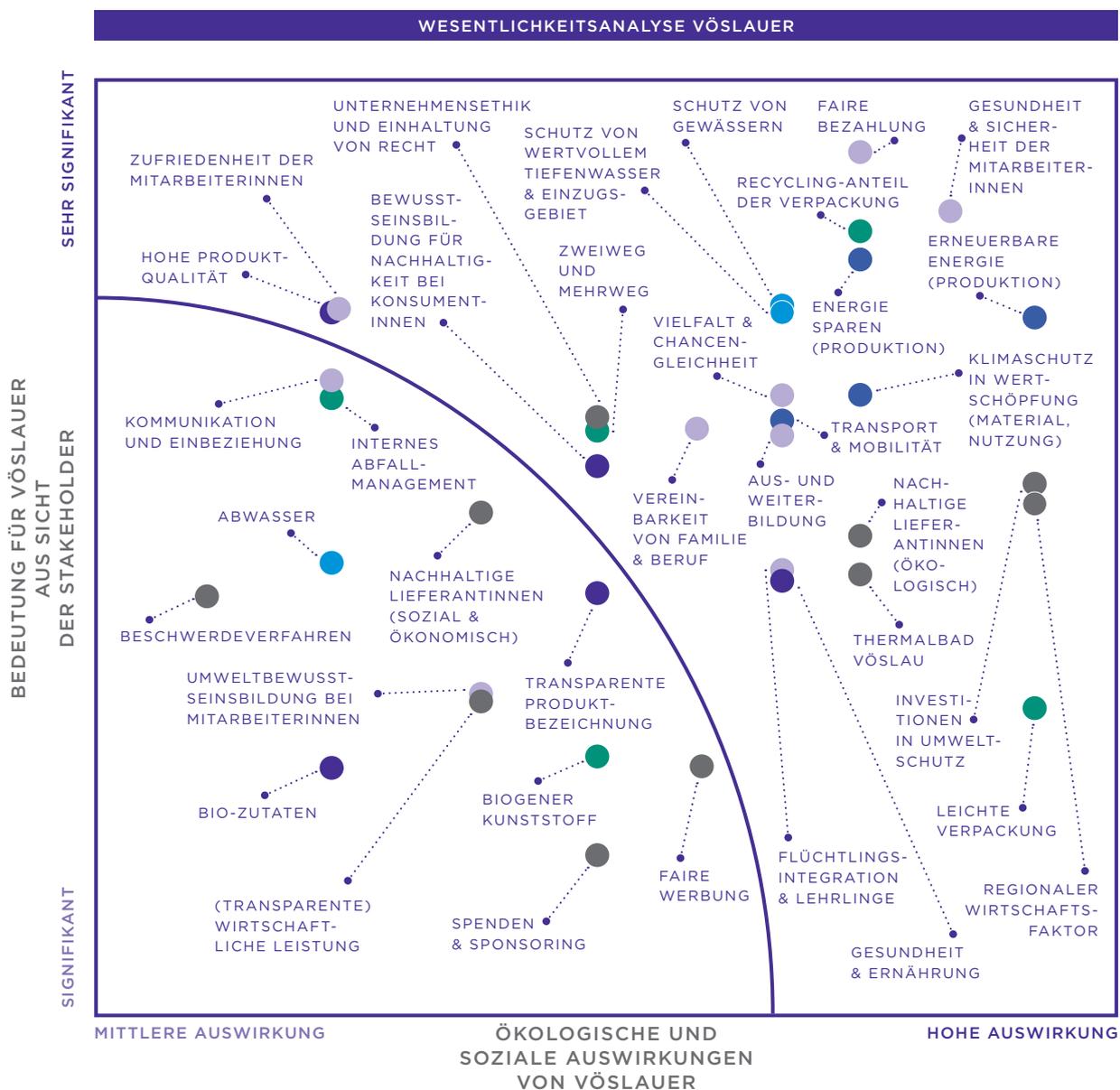


1.4 WESENTLICHE NACHHALTIGKEITSTHEMEN DER VÖSLAUER MINERALWASSER GMBH.

Um die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen aus dem Wertschöpfungskreislauf zu identifizieren, befragten wir 2015 jene Personengruppen, die mit Vöslauer in Verbindung stehen: KundInnen aus Handel und Gastronomie, LieferantInnen und WirtschaftspartnerInnen, MitarbeiterInnen sowie VertreterInnen aus Wissenschaft, Medien und Behörden. In Summe wurden 231 Personen



eingeladen, unseren Online-Fragebogen zu beantworten, die Rücklaufquote betrug 38,5 Prozent. Darüber hinaus wurden bei Vöslauer im Rahmen eines Workshops, der ebenfalls 2015 stattfand, die Auswirkungen der Nachhaltigkeitsthemen auf Umwelt, Gesellschaft sowie Regional- und Volkswirtschaft bewertet. Damit wurden die wesentlichen „Nachhaltigkeits-Impacts“ der Vöslauer GmbH identifiziert. Unsere wesentlichen Themen sind jene, die mit den höchsten Erwartungen unserer Anspruchsgruppen bzw. mit den größten Impacts verbunden sind. Das Ergebnis ist in folgender Matrix abgebildet.<sup>10</sup>



<sup>10</sup> GRI 102-44, GRI 102-46, GRI 102-47

UNSERE PRODUKTE



## UNSERE PRODUKTE

### GETRÄNKE FÜR EINEN NACHHALTIGEN LEBENSSTIL.

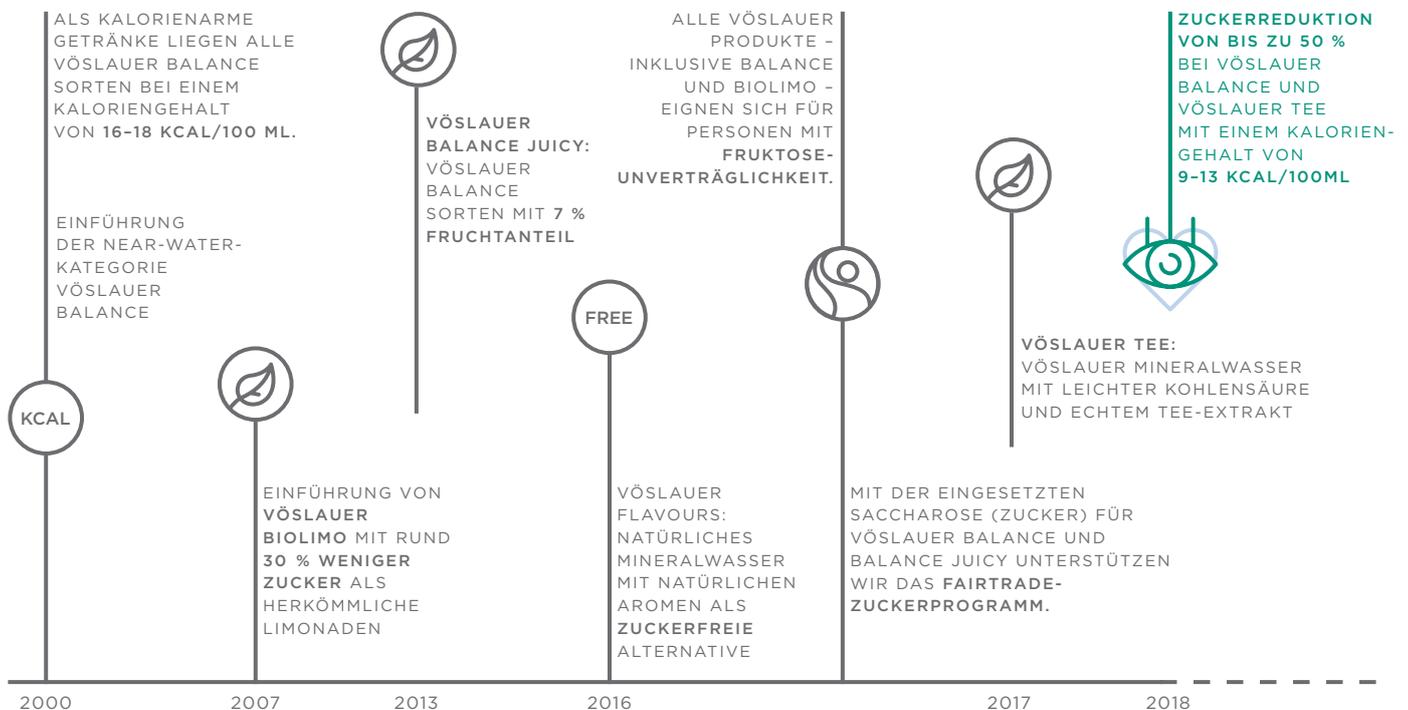
Viel Trinken unterstützt das Wohlbefinden und die Gesundheit. Die Basis all unserer Produkte ist Vöslauer Mineralwasser mit seiner speziellen Mineralstoffzusammensetzung. Gute Produkte brauchen neben der perfekten Basis, wie dem Vöslauer Mineralwasser, auch faire Zutaten, das ist uns bewusst.



### DAS HABEN WIR ERREICHT - DAS NEHMEN WIR UNS VOR!

Mehr als 90 Prozent unserer Getränke haben keinen oder einen geringen Kaloriengehalt. Wir achten darauf, dass für „Vöslauer Bio“ (Limonade) und die Near-Water-Getränke „Vöslauer Balance“ bzw. „Balance Juicy“ und „Vöslauer Flavours“ nur natürliche Zutaten gewählt werden. Wir konnten bei „Vöslauer Balance“, „Vöslauer Juicy“, „Vöslauer Flavours“ und „Vöslauer Tee“ bis zu 50 Prozent des Zuckergehalts reduzieren. Bei biologischem Anbau und Fair Trade setzen wir starke Impulse. Alle Vöslauer Produkte sind vegan und frei von Farbstoffen und künstlichen Süßstoffen.

*Nie im Stillstand!  
Zeitgemäße  
Produktentwicklung  
ist uns wichtig!*



## 2.1 DAS LIFESTYLE-WASSER FÜR MEHR WOHLBEFINDEN. GESUNDHEIT UND ERNÄHRUNG.

### MINERALWASSER ALS TEIL EINES GESUNDEN LEBENSSTILS.

Wasser bei sich zu tragen, ist mittlerweile Teil eines gesunden Lebensstils. Dies unterstützt ein gesundes Trinkverhalten von mindestens zwei Litern pro Tag. In den letzten Jahren hat Mineralwasser stetig an Marktanteilen gewonnen – in Österreich bildet es nun die größte Kategorie unter allen alkoholfreien Getränken. Als Marktführer hat Vöslauer wesentlich daran mitgewirkt. Unsere Marktkommunikation ist darauf aufgebaut, Mineralwasser als Premiumprodukt und als Teil des Lifestyles zu positionieren. Wir schaffen anspruchsvolles Design und gehen immer wieder Kooperationen mit namhaften KünstlerInnen und DesignerInnen ein. Diesmal wurde im Rahmen der Vöslauer Design Week Competition mit Florian Puschmann zusammengearbeitet. Das Ergebnis: der Vöslauer Clip & Go – ein funktionales wie chices Accessoire, bestehend aus einem Gurt und einem Kunststoffring. Der Clip & Go ermöglicht es, Vöslauer PET-Flaschen unkompliziert und überall hin mitzunehmen – man hängt sich die Flasche einfach um (und hat somit die Hände frei). Wir wollen unsere KonsumentInnen mit neuen Gestaltungen und ästhetischen Zugängen zur Welt des Wassers und des Trinkens begeistern. Dabei geht es um sinnvolle Dinge, die neue Funktionen und ästhetische Ansprüche übernehmen.

### MINERALSTOFFE FÜR DEN KÖRPER.<sup>11</sup>

Vöslauer Natürliches Mineralwasser zeichnet sich durch seinen Mineralstoffgehalt aus. Gerade Mineralstoffe sind für uns wichtig, da sie genauso wie Vitamine nicht vom Körper selbst hergestellt werden können. Wir brauchen sie aber unter anderem als Bausteine von Körperstrukturen, für die Aufrechterhaltung des Wasserhaushaltes oder etwa den Aufbau von Enzymen.

### VÖSLAUER GETRÄNKE MIT KEINEM ODER GERINGEM KALORIENGEHALT.<sup>12</sup>

Im Rahmen unseres oft sehr hektischen und schnelllebigen Lebensstils achten viele Menschen zu selten auf ausreichend Flüssigkeit und greifen oft zu Getränken mit zu hohem Kaloriengehalt. Vöslauer Mineralwasser

ist Österreichs beliebtester Durstlöcher und wird in den Sorten prickelnd, mild, ohne und superprickelnd angeboten – natürlich mit null Kaloriengehalt! Neben unserem Mineralwasser bieten wir auch Vöslauer Balance und Vöslauer Balance Juicy als kalorienarme Varianten (weniger als 20 Kilokalorien pro 100 ml) an. Und weil wir uns ständig verbessern wollen, haben wir 2018 den Zucker bei allen Vöslauer Balance und Juicy reduziert. Vöslauer Biolimo ist mit durchschnittlich 24 Kilokalorien pro 100 ml unser Produkt mit dem größten Nährwert. Für unsere Bio-Limonade verwenden wir im Durchschnitt 30 Prozent weniger Zucker bei der Herstellung unseres Produktes als herkömmliche Limonadenhersteller.

### EIGNUNG FÜR MENSCHEN MIT FRUKTOSEMALABSORPTION.

Früher haben wir Vöslauer Balance mit Fruktose gesüßt. Seit Ende 2015 haben wir – in Zusammenarbeit mit ErnährungsberaterInnen – die Süßung von Fruktose auf Saccharose umgestellt. Mehr und mehr Menschen leiden an Fruktosemalabsorption und verarbeiten isoliert zugesetzte Fruktose einfach schlechter im Körper. Der Gesamtfruktosegehalt hat sich seit der Umstellung durchschnittlich halbiert (je nach Sorte und je nach Fruchtsaftanteil). Der Anteil an freier Fruktose konnte durch die Süßung mit Saccharose um 60–95 Prozent reduziert werden.



<sup>11</sup> FP7

<sup>12</sup> FP6

**2.2 BIO & FAIR TRADE.  
WIR ACHTEN AUF DAS, WAS  
REINKOMMT: NATÜRLICHE  
INHALTSSTOFFE.**

**NATÜRLICHE INHALTSSTOFFE.**

Sowohl Saccharose (Zucker) als auch Fruktose sind natürlichen Ursprungs. Wobei Saccharose vorwiegend in der Zuckerrübe und im Zuckerrohr vorkommt und Fruktose vor allem in Früchten, Honig und Agavendicksaft. Wir verzichten auf künstliche Süßungsmittel. Vöslauer Balance ist natürliches Mineralwasser verfeinert mit ausgesuchten natürlichen Aromen und Extrakten von Früchten, Blüten und Kräutern. Vöslauer Balance Juicy bietet mit einem Fruchtanteil von sieben Prozent einen intensiven Geschmack und ist dabei natürlich frei von Farb- und Konservierungsstoffen. Alle Balance und Balance Juicy Sorten sind 100 Prozent vegan.

**INHALTSSTOFFE AUS BIOLOGISCHEM  
ANBAU.<sup>13</sup>**

Vöslauer Biolimo ist Österreichs erste Premiumlimonade mit Fruchtsaft und Zucker, die zu 100 Prozent aus kontrolliert biologischer Landwirtschaft stammen. 2017 wurden 94 Tonnen Bio-Rübenzucker bezogen. Seit Februar 2017 haben wir auch „Vöslauer Tee“ im Sortiment. Diese sind natürlich, leicht prickelnd, kalorienarm und ohne Konservierungsstoffe sowie zu 100 Prozent bio und vegan.



**FAIRTRADE ZUCKERPROGRAMM.<sup>14</sup>**

Bei der Umstellung von Fruktose auf Saccharose (Zucker) im Rahmen von Vöslauer Balance und Balance Juicy haben wir uns 2015 mit verschiedenen Zucker-Optionen beschäftigt. Dabei hat uns das Fairtrade Zuckerprogramm voll und ganz überzeugt. Mit unserem Einstieg in das Fairtrade Zuckerprogramm per 1.1.2016 können wir einen Beitrag zur Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen in Entwicklungsländern leisten. Die Zertifizierung erfolgt dabei über die FAIRTRADE Gesellschaft, welche auch die Einhaltung der FT-Standards regelmäßig kontrolliert. Die Standards sind hierbei umfassend und zielen auf einen fairen und ökologischen Anbau sowie Handel und eine langfristige Weiterentwicklung der Kleinbauern ab.



<sup>13</sup> FP2

<sup>14</sup> FP2

EWIGE QUELLE



**WENIGER WASSER ENTNEHMEN, ALS AUS NATÜRLICHEM ZUSTROM WIEDER ZUFLIESST.**

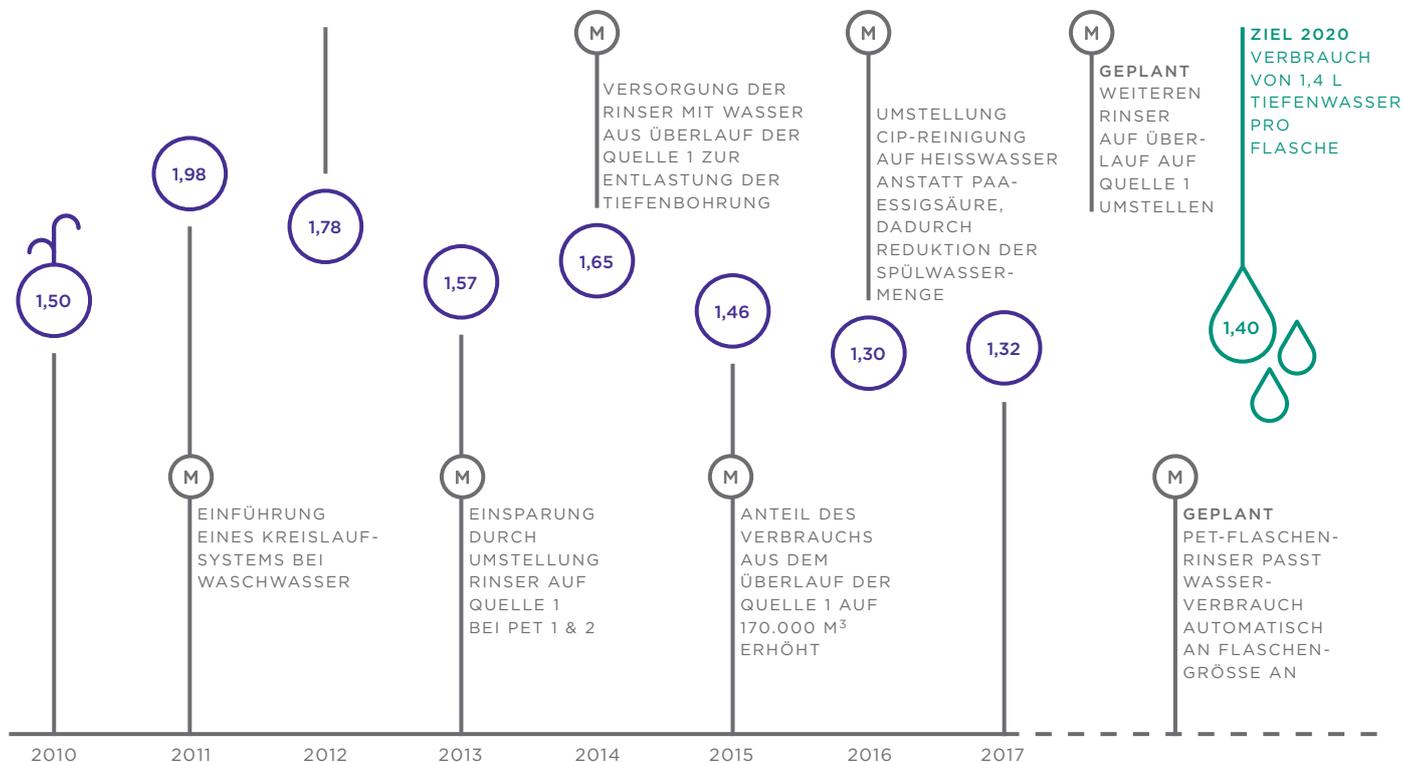
Die Quelle ist unser Ursprung. Sie ist Tradition, Lebensader, Naturschatz und Grundlage aller Produkte und Konzepte. Unser Wasser ist ein Schatz unserer Vergangenheit. Es kommt aus 660 Meter tief gelegenen Quellen und ist mindestens 15.000 Jahre alt. Dadurch ist das Wasser perfekt geschützt und völlig natürlich. Es ist klar und rein, frei von Schadstoffen und mit wertvollen Mineralien. Durch die kontrollierte Wasserentnahme können wir garantieren, dass unser wertvolles Mineralwasser auch für nachfolgende Generationen vorhanden ist.



**DAS HABEN WIR ERREICHT - DAS NEHMEN WIR UNS VOR!**

Wertvolles Wasser aus der Tiefenbohrung ist für unsere Getränke vorbehalten. Für unsere Prozesse wollen wir zunehmend Alternativen verwenden, wie beispielsweise den Überlauf von Quelle 1, der ansonsten ungenutzt abfließen würde. Wir haben uns vorgenommen, pro abgefüllte Flasche nicht mehr als 1,4 Liter Wasser aus der Tiefenbohrung einzusetzen. Das haben wir bereits 2016 erreicht. Trotzdem arbeiten wir weiter daran, uns zu verbessern. Aufgrund der geringen Entnahmemengen bleibt das Alter unseres Wassers der Tiefenbohrungen konstant bei über 15.000 Jahren.

*Wir konnten unseren Verbrauch „Wasser aus Tiefenbohrung“ optimieren!*



VERBRAUCH AN WASSER (LITER) AUS DEN TIEFENBOHRUNGEN PRO ABGEFÜLLTE FLASCHE (INKL. LIZENZ- UND LOHNABFÜLLUNG)  
MASSNAHMEN (M) IN GRAU



### 3.1 \_\_\_\_\_ NATURSCHUTZ UND QUELLSCHUTZ. DIE SICHERUNG DER VÖSLAUER QUELLEN FÜR NÄCHSTE GENERATIONEN.

#### EINSPARUNG VON WERTVOLLEM MINERALWASSER.

Die Vöslauer Quellen bestehen aus sieben verschiedenen Quellen:

##### *Quelle 1*

Es handelt sich dabei um eine artesische Schüttung, die nicht reguliert werden kann. Diese Quelle wird für den Badbetrieb im Thermalbad verwendet. Ihr Überlauf wird in der Getränkeproduktion auch für Spül- und Reinigungszwecke sowie für Lizenzabfüllung verwendet.

##### *Quellen 2, 3, 4, und 5*

Diese Quellen schütten direkt in die Becken des Thermalbads oder werden in der Sauna verwendet und sind somit nicht relevant für Vöslauer Getränke.

##### *Quelle 6 (470 m tief) und Quelle 7 (700 m tief)*

Dies sind die Tiefenwasserquellen, die für die Abfüllung von Vöslauer Mineralwasser verwendet werden.

*Quelle 7.2 (150 m tief)* ist ein Trinkwasserbrunnen.

Das Mineralwasser der Quellen 6 und 7 ist unser wichtigstes Gut und wir reservieren es nur für unsere KundInnen. Um diese Tiefenquellen zu schonen, haben wir in den vergangenen Jahren den Überlauf der Quelle 1 verstärkt für Spül- und Reinigungszwecke genutzt. Dieses Wasser würde ansonsten ungenutzt in den Hansybach abfließen. Darüber hinaus setzen wir in geringem Umfang auch Triestingtaler Leitungswasser ein.

Die Gesamtwassermenge, die wir jährlich zur Produktion unserer Produkte entnehmen, liegt im Rahmen unseres Wasserrechtskonsenses. So haben wir 2017 427.200 Kubikmeter Wasser aus der Tiefenbohrung entnommen. Wir haben uns vorgenommen, ausgehend vom Basisjahr 2012 100.000 Kubikmeter an Wasser einzusparen. Dieses Ziel haben wir 2016 erreicht. Durch konsequentes Wassermanagement sank in den letzten Jahren der Verbrauch an Wasser aus der Tiefenbohrung auf 1,32 Liter pro abgefüllte Flasche. In Zukunft wollen wir auch 1,40 Liter nicht überschreiten.

#### WASSER AUS DER TIEFENBOHRUNG BLEIBT KONSTANT BEI ÜBER 15.000 JAHREN.<sup>15</sup>

Das wir unser Mineralwasser nachhaltig nutzen, zeigt sich daran, dass sich an der Alterszusammensetzung des Wassers nichts ändert. Dies wird laufend durch ein unabhängiges Institut überprüft. Die Untersuchungen gemäß Radiokarbonmethode zeigen, dass es seit Jahren keine Veränderung im Alter des Wassers der Vöslauer Quellen 6 und 7 gibt. Und das ist gut so, denn bei einem „natürlichen Mineralwasser“ darf es zu keinen Schwankungen kommen. Wir können somit stolz behaupten, dass das Alter unseres Wassers – aufgrund der Entnahmemengen im Rahmen unseres Wasserrechtskonsenses – konstant bei über 15.000 Jahre bleibt.

#### QUELLSCHUTZ UND SCHONGEBIET RUND UM BAD VÖSLAU.<sup>16</sup>

Das Wasser für die Vöslauer Quellen stammt aus dem Voralpengebiet (v. a. Rax, Schneeberg), sinkt auf über 2.000 Meter ab, erwärmt sich und löst dabei zahlreiche Mineralien aus dem Gestein. Entlang der tektonischen Bruchlinien steigt es bei Bad Vöslau wieder auf etwa 660 Meter auf. Dieser Prozess dauert mehr als 15.000 Jahre und trägt so zur natürlichen Reinheit des Wassers bei. Quellschutz im klassischen Sinn wäre somit nicht notwendig. Uns ist dennoch wichtig, jedes Risiko von Einträgen von Oberflächenwasser zu eliminieren. Gemeinsam mit den Gemeinden Bad Vöslau und Baden setzen wir uns daher für ein Schongebiet rund um unsere Quellen ein.

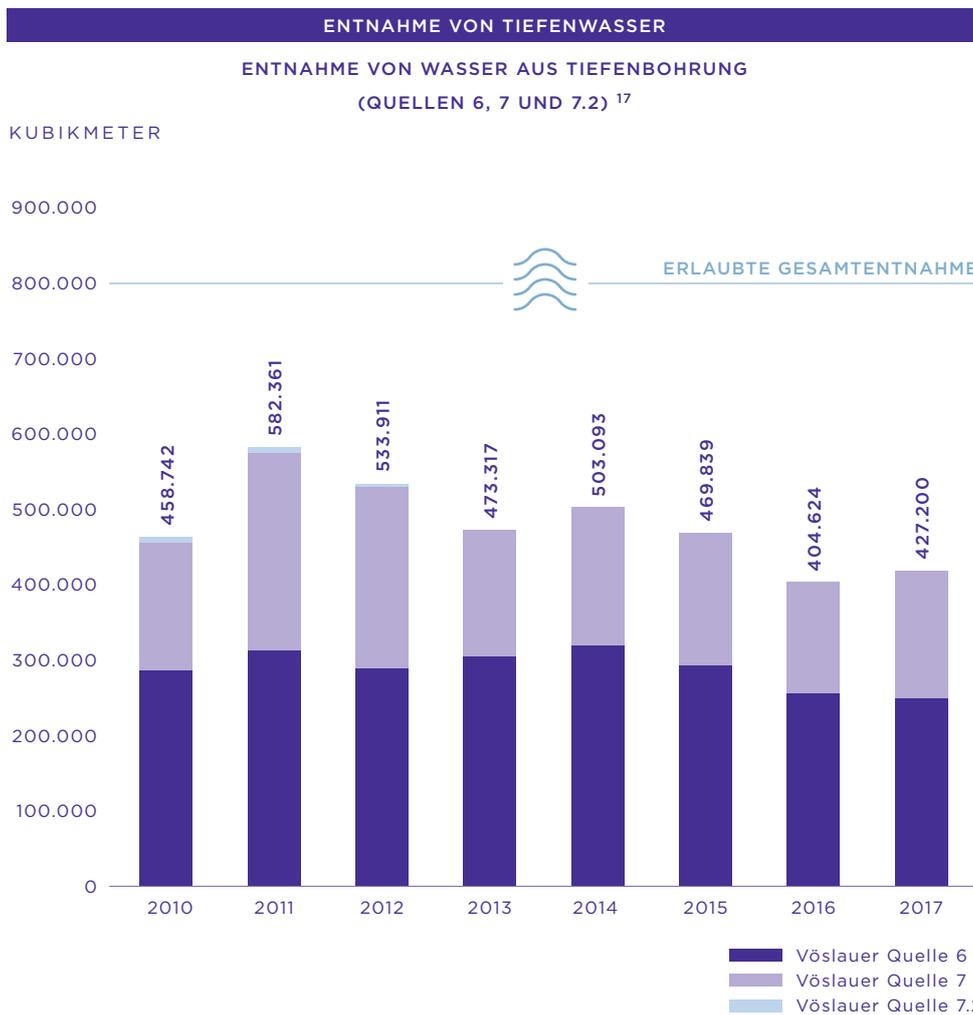
#### WACHSTUM ÖKOLOGISCH SINNVOLL GESTALTET.

Wir wachsen kontinuierlich und sichern damit unser Fortbestehen als wichtiger Arbeitgeber in der Region. Wachstum braucht Platz und um zukünftig noch effizienter agieren zu können, wurde eine Erschließung bzw. Zusammenlegung von zwei gegenüberliegenden und bislang unabhängigen Betriebsarealen durchgeführt. Im Zuge dieser Bautätigkeiten wurde es notwendig, den angrenzenden Hörmbach zu verlegen. Dass die Verlegung des Baches und die Neugestaltung des angrenzenden Grünstreifens unter den ökologisch besten Voraussetzungen vonstattengehen muss, war für uns von Anfang an klar und selbstverständlich. Wir haben es durch eine kooperative Herangehensweise seitens Vertreter der Behörden und des Betriebes sowie durch



<sup>15</sup> GRI 303-2

<sup>16</sup> GRI 304-3



ökologische Planung geschafft, die Ursprungssituation zu verbessern. So wurde das Flussbett bewusst breiter gestaltet und eine Uferbegrünung durchgeführt, was in Summe den Lebensraum erweitert und sich positiv auf die Biodiversität auswirkt. Nach der Verlegung konnte somit der Zustand des Baches verbessert werden.

### 3.2 WASSER EFFIZIENT NUTZEN.

Wasser ist ein wertvolles Gut und das bezieht sich nicht nur auf unser 15.000 Jahre altes Mineralwasser. Wir sparen Wasser, wo es möglich ist. Deswegen achten wir nicht nur bei der Entnahme unseres Wassers auf den

Verbrauch, sondern auch auf einen effizienten Umgang mit Wasser entlang der Wertschöpfungskette und bei all unseren Prozessen.

Um Wasser effizient zu nutzen, wurden zahlreiche Maßnahmen durchgeführt. Dadurch gelang es, den Verbrauch von Wasser pro abgefüllte Flasche auf 1,32 Liter zu reduzieren. In Zukunft sind weitere Maßnahmen geplant. Details zu den Maßnahmen sind im Anhang näher angeführt.

<sup>17</sup> GRI 303-1

VERPACKUNG & RECYCLING



**WIR VERPACKEN ÄSTHETISCH,  
PRAKTISCH UND ÖKOLOGISCH.**

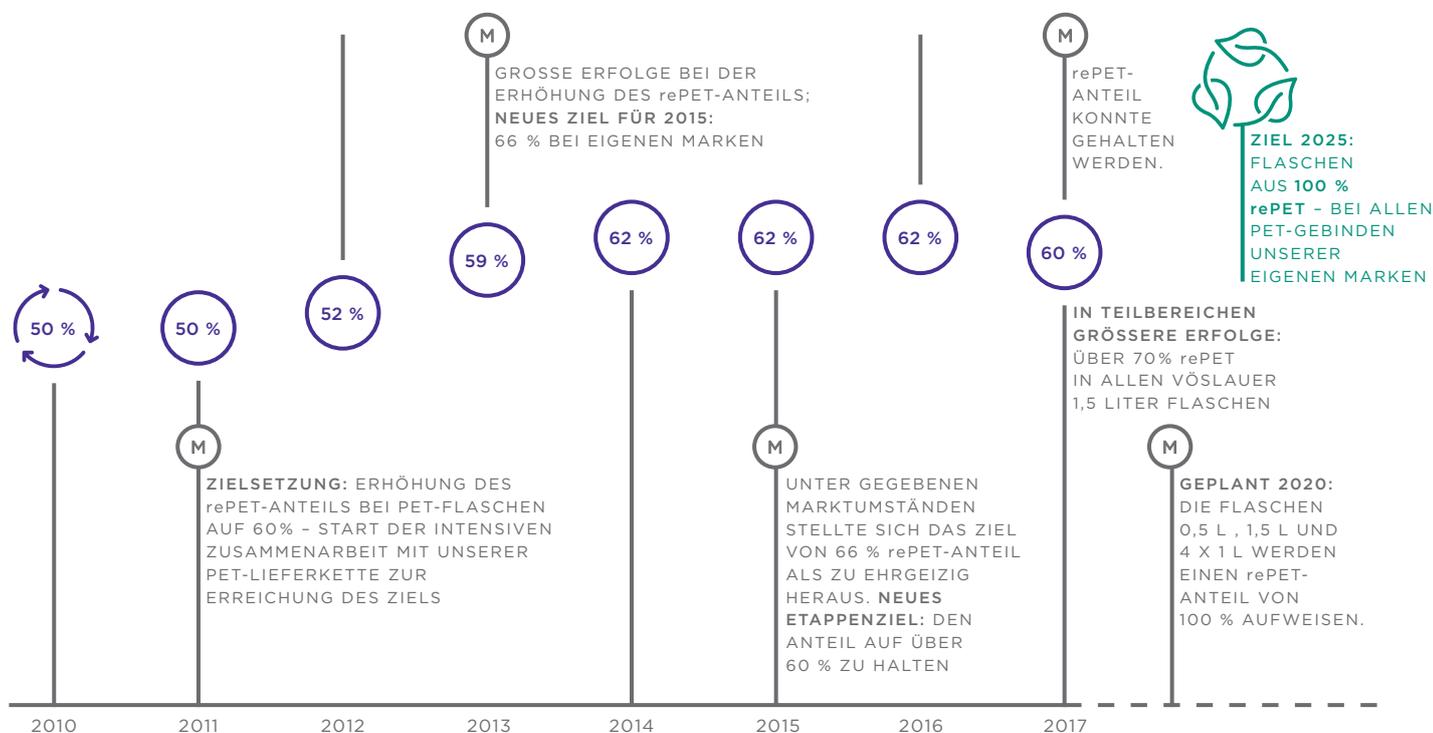
Wir legen großen Wert auf Qualität, Ästhetik und Funktionalität. Gleichzeitig gibt es gerade hier ein großes Potenzial, die Umwelt zu entlasten: einerseits durch Einsparung von Material, andererseits aber auch insbesondere durch gelebte Kreislaufwirtschaft. Das Verwenden von Recycling-Materialien ist einer unserer wertvollsten Schlüssel, um unsere Umweltperformance zu verbessern.



**DAS HABEN WIR ERREICHT -  
DAS NEHMEN WIR UNS VOR!**

Unsere rePET(Recyclat)-Anteile sind die höchsten der Getränkeindustrie und das soll so bleiben! In den letzten Jahren haben wir den rePET-Anteil sukzessive gesteigert. Nun möchten wir den nächsten großen Schritt setzen: Alle PET-Flaschen unserer eigenen Marken sollen in Zukunft nur noch aus rePET bestehen. Die ersten 100 Prozent rePET-Flaschen werden demnächst auf den Markt kommen. Violette Kisten bestehen übrigens schon jetzt zu 100 Prozent aus Recycling-Kunststoff. Etiketten und Folien sollen bis 2025 aus 100 Prozent Recycling-Material bestehen. Außerdem haben wir uns das Ziel gesetzt, die von uns eingesetzten Materialien von 2020 bis 2025 um weitere fünf Prozent zu reduzieren.

*Wir sind Recycling-Meister!  
Und haben uns ein  
ambitioniertes Ziel gesetzt:  
100 Prozent rePET bis 2025.*



RECYCLAT-ANTEIL BEI ALLEN PET-FLASCHEN  
BEI EIGENEN MARKEN (VÖSLAUER PRODUKTE)  
MASSNAHMEN (M) IN GRAU



#### 4.1 DIE RICHTIGE FLASCHE IM RICHTIGEN MOMENT. EINWEG, ZWEIWEG UND MEHRWEG.

Seit Jahren arbeiten wir erfolgreich an einem schonenden Umgang mit unseren Ressourcen und einer effizienten und nachhaltigen Produktion unserer Verpackungsmaterialien. Dabei beschränken wir uns nicht auf die Optimierung einzelner Teilbereiche. Wir zeichnen uns vor allem durch eine Vielzahl an Maßnahmen aus – wie der Reduktion des Verpackungsgewichts oder der Erhöhung des rePET-Anteils über alle Gebinde.

In der Gastronomie ist Tischkultur und die damit verbundene Ästhetik ein wichtiger Faktor. Bei KonsumentInnen sind verschiedene Gewohnheiten sowie der Lebensstil für die Kaufentscheidung wesentlich. Wir wollen für alle Bedürfnisse die richtigen Produkte anbieten.

##### GLAS-MEHRWEG.

Für die Gastronomie bieten wir seit Jahren Glas-Mehrweg an. Ebenso bieten wir seit Ende 2014 eine Glas-Mehrwegflasche im Handel an. Mit diesem Angebot erfüllen wir ein Marktbedürfnis und bleiben gleichzeitig unserem eigenen Anspruch an Ästhetik, Innovation und Nachhaltigkeit treu. 2017 haben wir Glas-Mehrweg im Handel weiter forciert. Entsprechend stieg der Anteil von Glas-Mehrwegprodukten an der Gesamtabfüllung auf über zehn Prozent in den Bereichen Handel und Gastronomie. Die Vöslauer Glasflaschen werden bei uns nach ihrer gründlichen Reinigung wieder neu befüllt und ausgegeben. Wir gehen davon aus, dass eine Vöslauer Glas-Mehrwegflasche zwischen 15 bis 25 Umläufe ins Werk hat, um dort gereinigt und wieder befüllt zu werden. Die grüne Vöslauer Glasflasche hat einen Recycling-Anteil von 68 Prozent und in der zartblauen Glasflasche beläuft sich dieser auf 24 Prozent.

##### PET-ZWEIWEG.

Die Zweiwegflasche oder PET-Pfandflasche wird von den KonsumentInnen nach dem Gebrauch wieder in den Handel zurückgebracht. Von dort kommt sie wieder zu uns und anschließend zur PET to PET Recycling GmbH. Die Rücklaufquote ist dabei sehr hoch und beträgt mehr als 95 Prozent. Der Vorteil des Vöslauer Zweiwegsystems: das sortenreine Material sichert eine ausreichende Menge an qualitativ hochwertigem rePET (PET-Recyclat)!

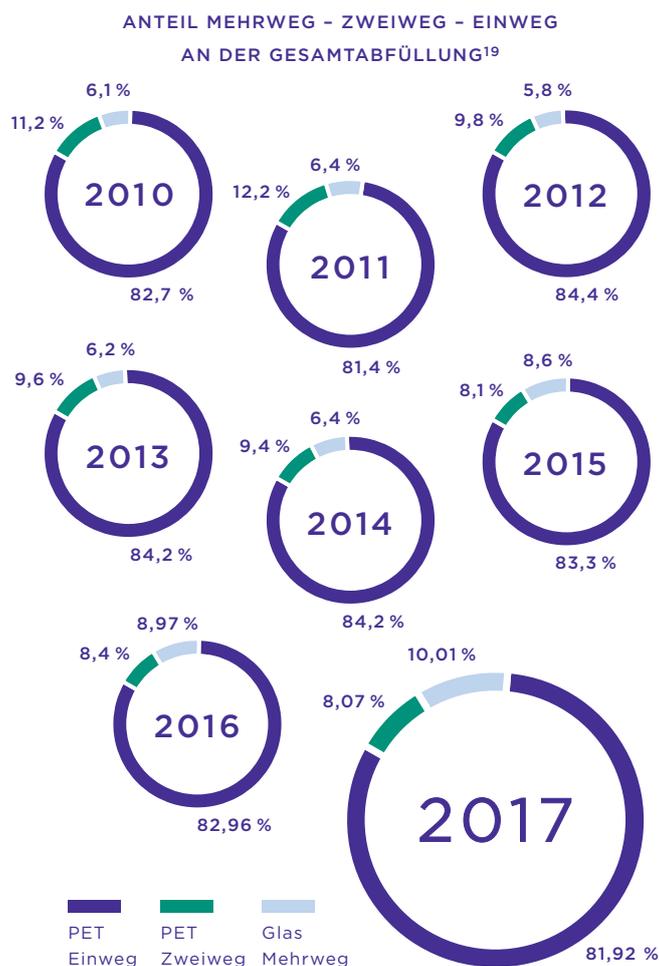


##### PET-EINWEG.

Die Entsorgung der PET-Einwegflasche erfolgt über die Kunststoffsammlung. Das gesammelte Material wird zu rePET (PET-Recyclat) verarbeitet. So werden aus Flaschen wieder Flaschen – übrigens mit dem höchsten rePET-Anteil in der Branche.

Egal zu welcher Flasche Vöslauer unsere KundInnen greifen, sie können sicher sein, dass wir den für die Umwelt schonendsten Weg einschlagen. Wir optimieren alle Systeme von der Herstellung bis zur Entsorgung – gleich ob es sich um PET-Einweg, PET-Zweiweg oder Glas-Mehrweg handelt. So reduzieren wir von Jahr zu Jahr den gesamten Umweltfußabdruck unserer Getränke. Mehr dazu im Kapitel „Energie und Klima“.

Vöslauer ist zu 20 Prozent an der PET to PET Recycling Österreich GmbH beteiligt. Damit tragen wir wesentlich dazu bei, dass hochwertiges PET-Recycling-Material am österreichischen Markt erhältlich ist. In der PET-to-PET-Anlage werden jährlich rund 870 Millionen PET-Flaschen verarbeitet und der Wiederverwertung in Lebensmittelverpackungen zugeführt.<sup>18</sup>



<sup>18</sup> GRI 203-2, GRI 301-1

<sup>19</sup> GRI 301-3

#### 4.2 MATERIAL IM KREISLAUF FÜHREN – WEITER SO! RECYCLING-MATERIAL IN PET-FLASCHEN UND KISTEN.

Unsere rePET-Anteile sind die höchsten der Getränkeindustrie und das soll so bleiben!

Prinzipiell sind alle Vöslauer PET-Flaschen zu 100 Prozent recycelbar. Jede Vöslauer PET-Flasche kann wieder zu einer Flasche verarbeitet werden – vorausgesetzt, sie kommt in den Sammelkreislauf.

Wir hatten uns zum Ziel gesetzt, bei allen Vöslauer Flaschen einen durchschnittlichen rePET-Anteil von 60 Prozent zu erzielen, das ist uns gelungen! Bei allen Vöslauer 1,5 Liter Flaschen können wir sogar einen Anteil von über 70 Prozent halten. Unsere Erfolge haben uns motiviert, weiterhin ambitionierte Ziele zu setzen. Bis 2020 sollen die Flaschen 0,5 l, 1,5 l und 4 x 1 l einen rePET-Anteil von 100 Prozent aufweisen. Bis 2025 wollen wir bei unseren eigenen Marken bei allen Gebinden einen 100 Prozent rePET-Anteil haben. Außerdem sollen bis dahin auch alle von uns verwendeten Folien und Etiketten aus 100 Prozent Recycling-Material bestehen.

Auch bei unseren Kisten setzen wir uns für Recycling ein. Gebrauchte Kisten werden gemahlen und zu neuen Kisten verarbeitet. Seit 2014 arbeiten wir auch das Material gebrauchter Flaschenverschlüsse in unsere Getränkekisten ein. Unsere 8 x 1 l Splitkiste besteht zu 20 Prozent aus Recycling-Material. Unsere violetten Kisten bestehen annähernd aus 100 Prozent Recycling-Material.

Aktuell prüfen wir den Einsatz von Beachplastic und untersuchen andere Materialalternativen, um die Innovationspotenziale der Zukunft voll ausschöpfen zu können.



#### 4.3 MATERIALEFFIZIENZ BEI HÖCHSTER FUNKTIONALITÄT – JEDES GRAMM ZÄHLT. EINSPARUNG VON VERPACKUNGSMATERIAL.

**MATERIALEINSATZ**  
IN GRAMM PRO PRODUZIERTEM LITER IN GLASGEBINDEN

	MATERIAL-EINSATZ GLASFLASCHE (DURCHSCHNITT)	DURCHSCHNITTLICHES VERPACKUNGS-GEWICHT PRO PET-ARTIKEL
2010	782	29,49
2011	769	28,75
2012	782	27,58
2013	767	27,83
2014	743	27,39
2015	723	26,02
2016	717	26,54
2017	712	25,18

Mit der 1 Liter Glas-Mehrwegflasche in der 8 x 1 l Splitkiste brachten wir eine praktische Antwort auf die schweren Glasflaschen auf den Markt. Um rund zehn Prozent leichter als herkömmliche Glasflaschen liegt sie nicht nur gut in der Hand, sondern besticht auch durch ihr elegantes Design.

Bei all unseren PET-Gebinden konnten wir im Vergleich zu 2010 durchschnittlich rund zehn Prozent Material einsparen. Mit jedem weiteren Gramm Gewichtseinsparung wird es herausfordernder, noch zusätzlich Material zu reduzieren – insbesondere, wenn wir keine Kompromisse bei Qualität, Ästhetik und Funktionalität eingehen wollen.

In Zukunft wollen wir weiterhin unseren Fokus auf das Thema Materialreduktion legen. Details zu unseren Maßnahmen finden Sie im Nachhaltigkeitsprogramm im Anhang des Berichts.

NUMMER 1 BEIM KLIMASCHUTZ



**ENERGIE UND KLIMA.**

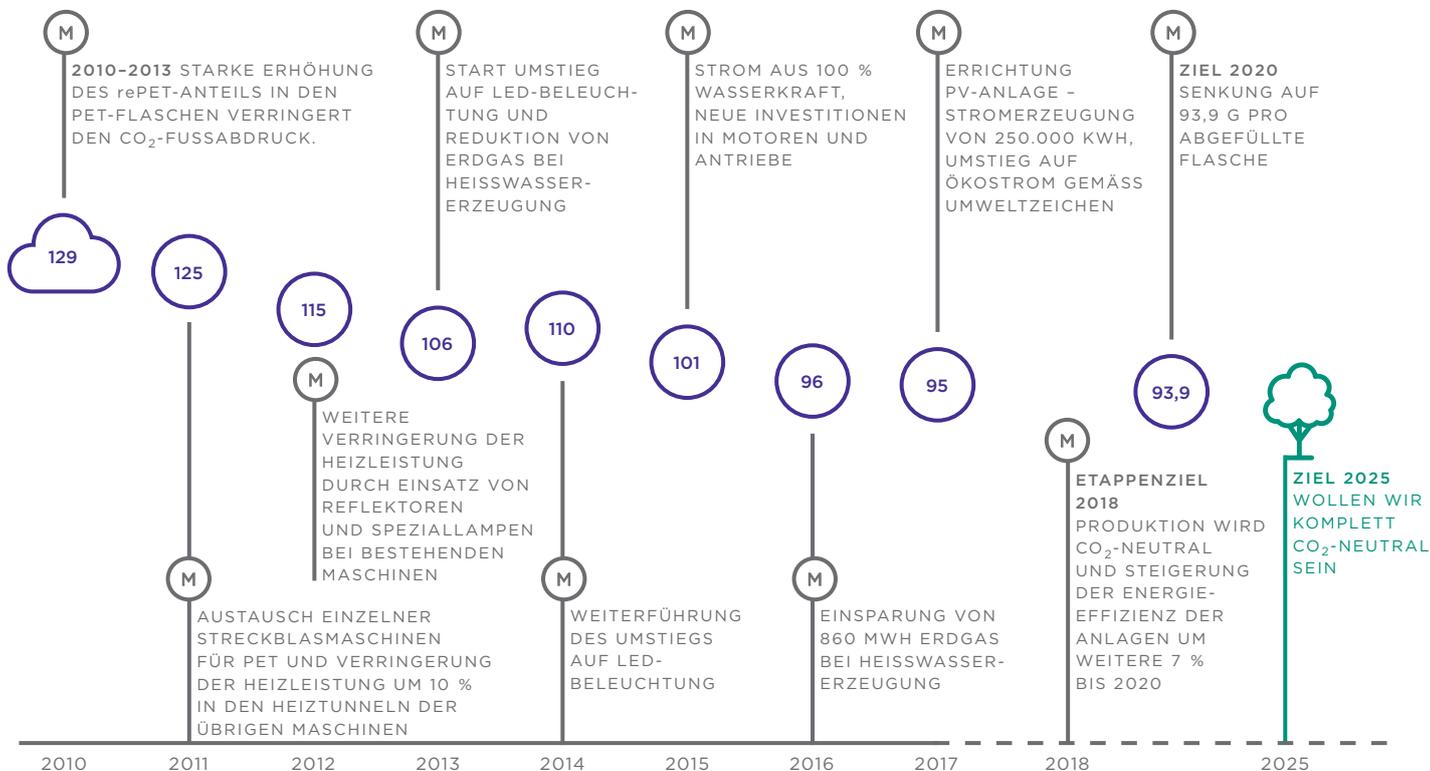
Wir sind gefordert, so zu leben und zu wirtschaften, dass von Jahr zu Jahr weniger klimaschädliches CO<sub>2</sub> in die Atmosphäre gelangt. Mit der Wahl der richtigen Materialien und Vorprodukte, effizienter Produktion, dem Einsatz erneuerbarer Energie, Recycling und Mehrweg können wir unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck deutlich verringern.



**DAS HABEN WIR ERREICHT -  
DAS NEHMEN WIR UNS VOR!**

Auf die Verringerung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks unserer erzeugten Getränke sind wir besonders stolz. Von 2010 bis heute konnten wir ihn um mehr als 25 Prozent reduzieren, gemessen an unserem Ausgangswert von 2006 sogar halbieren! Der Einsatz von Strom aus erneuerbaren Quellen und unsere ständige Optimierung der Produktion trugen dazu bei. Wesentlichen Anteil hatte dabei auch unser Erfolg bei der Steigerung des rePET-Anteils. In allen Punkten wollen wir engagiert bleiben. In der Produktion wollen wir 2018 schon CO<sub>2</sub>-neutral sein und für 2025 haben wir uns das Ziel gesetzt, komplett CO<sub>2</sub>-neutral zu sein.

*Weniger ist mehr!  
Wir verkleinern unseren  
CO<sub>2</sub>-Fußabdruck bis zur  
CO<sub>2</sub>-Neutralität.*



CO<sub>2</sub>-FUSSABDRUCK DER PRODUKTE  
(G CO<sub>2</sub>-ÄQU. PRO ABGEFÜLLTE FLASCHE  
INKL. LOHN- UND LIZENZABFÜLLUNG)  
MASSNAHMEN (M) IN GRAU



Jeder unserer Produktionsschritte hinterlässt einen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, den sogenannten Carbon Footprint. Der gesamte CO<sub>2</sub>-Verbrauch pro Liter Vöslauer errechnet sich dabei aus den verschiedenen Teilbereichen, wie Inhaltsstoffe, Verpackung, Transport, MitarbeiterInnen, Kühlmittel sowie Strom- und Energieverbrauch bei der Produktion.

Der größte Teil des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks unserer Getränke liegt außerhalb der eigenen Werkstore. Insbesondere die Verpackung ist ein wesentlicher Faktor im CO<sub>2</sub>-Fußabdruck. Die Erhöhung des rePET-Anteils und Gewichtseinsparungen konnten den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck verringern. Auch ein konstanter Schienenanteil bei der Auslieferung ließ den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck sinken. Insgesamt gelang es uns, fast jeden Teilbereich des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks zu verringern.

Um unserem Ziel, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu verringern, näher zu kommen, haben wir 2017 eine Photovoltaikanlage (mit einer Kapazität von 250.000 kWh) errichtet. Seit 2010 konnten wir kontinuierlich CO<sub>2</sub> reduzieren. Unser Ziel für 2020 ist eine weitere Senkung auf 93,9 g pro abgefüllte Flasche. Und weil uns das noch nicht genug ist, sind wir 2018 schon in der Produktion CO<sub>2</sub>-neutral und bis 2025 sogar komplett CO<sub>2</sub>-neutral.

Unsere Fortschritte waren auch groß genug, dass wir – wieder umfassend gesehen vom Rohstoff bis zum Recycling – seit dem letzten Bericht rund 2.600 Tonnen CO<sub>2</sub> weniger bewirken konnten. Dies entspricht einer absoluten Einsparung von acht Prozent. Und das, obwohl wir mehr Getränke erzeugen.

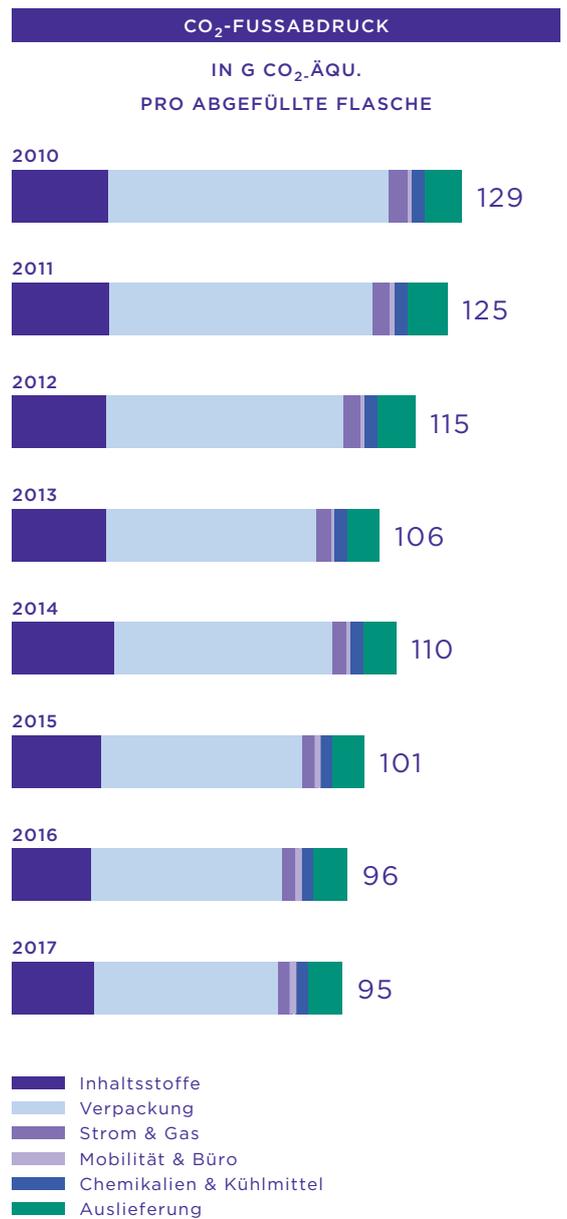
Durch die Wahl der richtigen Materialien und Vorprodukte, effiziente Produktion, den Einsatz erneuerbarer Energie, Recycling und Mehrweg wollen wir unsere ehrgeizigen Klimaziele erreichen.

### 5.1 \_\_\_\_\_ VÖSLAUER AUF DEM WEG IN EINE KLIMAFREUNDLICHE ZUKUNFT. KLIMASCHUTZ ENTLANG DER GESAMTEN WERTSCHÖPFUNGSKETTE.

Nicht nur die Emissionen pro abgefüllte Flasche haben wir verringert, auch der gesamte CO<sub>2</sub>-Ausstoß ist gesunken. 2015 betrug die Gesamtemissionen unserer Produkte von den Materialien bis zur Auslieferung rund

33.000 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente. 2017 waren es etwa 30.500 Tonnen. Diese Einsparung gelang, obwohl wir im selben Zeitraum mehr Getränke abfüllten.<sup>20</sup>

Wir wollen den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unserer Produkte weiter reduzieren. Dafür haben wir zahlreiche Maßnahmen geplant, die entlang der gesamten Wertschöpfungskette wirken. Mehr dazu im Nachhaltigkeitsprogramm im Anhang des vorliegenden Berichts.



<sup>20</sup> GRI 305-5

**5.2 MEHR GETRÄNKE  
PRODUZIEREN – WENIGER ENERGIE  
VERBRAUCHEN. ENERGIEEFFIZIENZ  
UND ERNEUERBARE ENERGIE. <sup>21</sup>**

Wir sind Partner des klima:aktiv pakt2020, der Klimaschutzinitiative des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus. Wir verpflichten uns damit, die Energieeffizienz von 2005 bis 2020 um 22 Prozent zu verbessern. Dafür sind noch sieben Prozent Effizienzsteigerung notwendig. Seit 2010 gelang es uns, – trotz einer Erhöhung der Abfüllmengen – den Energieverbrauch zu senken. In diesem Zeitraum sank der Erdgasverbrauch von rund 6.100 auf 4.950 MWh, der Stromverbrauch von rund 14.100 auf 13.000 MWh. Die Errichtung einer Photovoltaikanlage konnte den Stromverbrauch aus dem Netz weiter senken. Durch die Optimierung der Heißwasseranlage können wir 860 MWh Erdgas jährlich einsparen. Die Optimierung unserer Kälteanlage und Kompressoren soll den Stromverbrauch weiter senken. Wir beziehen Ökostrom. Details zu weiteren geplanten sowie getätigten Effizienzmaßnahmen finden sich im Nachhaltigkeitsprogramm im Anhang des vorliegenden Berichtes.



**5.3 WIR SIND GUT  
UNTERWEGS – MIT DEM  
RICHTIGEN MOBILITÄTS-MIX.  
LOGISTIK UND MOBILITÄT.**

Im Bereich Transport und Mobilität verfolgen wir eine konsequente Verringerung der Umweltbelastungen. Wir beziehen unsere Vorprodukte (z. B. Etiketten, Papier, Preforms) aus Österreich bzw. aus der Region und stimmen die Logistik unserer Waren bis ins Detail ab. Dadurch konnten wir trotz Produktionssteigerung die Menge unserer Transportkilometer konstant halten. Nach einer Verringerung beim Schienenanteil im Jahr 2011 konnten wir den Anteil wieder auf den sehr guten Wert von knapp 30 Prozent bringen. Diesen wollen wir auch in Zukunft halten.

Auch die bereits erfolgreich umgesetzten innerbetrieblichen Maßnahmen (Sprintspar-Training, Umrüsten der Pkw-Flotte) zur Verbesserung des Mobilitätsverhaltens im täglichen Betrieb haben sich im Laufe der letzten Jahre bezahlt gemacht und werden laufend weitergeführt.

Um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, setzen wir auch auf e-Mobilität. 2017 haben wir für unsere MitarbeiterInnen einen Infotag zum Thema e-Mobilität veranstaltet. Unser Pool-Fahrzeug fährt bereits elektrisch und durch unsere Dienstwagenregelung fördern wir gezielt Elektrofahrzeuge. Ein Überblick zu den Maßnahmen findet sich im Nachhaltigkeitsprogramm im Anhang des vorliegenden Berichtes.



**STROM- UND GASVERBRAUCH**

IN KWH PRO 100 ABGEFÜLLTE FLASCHEN  
(INKL. LOHN- UND LIZENZABFÜLLUNG)

	STROM*	GAS*	SUMME
2010	4,55	1,96	6,51
2011	4,67	1,74	6,41
2012	4,58	1,69	6,27
2013	4,64	1,83	6,47
2014	4,53	1,71	6,24
2015	4,30	1,60	5,9
2016	4,23	1,66	5,89
2017	4,05	1,53	5,58

<sup>21</sup> GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 302-4

CHANCEN FÜR MITARBEITERINNEN



## CHANCEN FÜR MITARBEITERINNEN

### CHANCEN FÜR MITARBEITERINNEN.

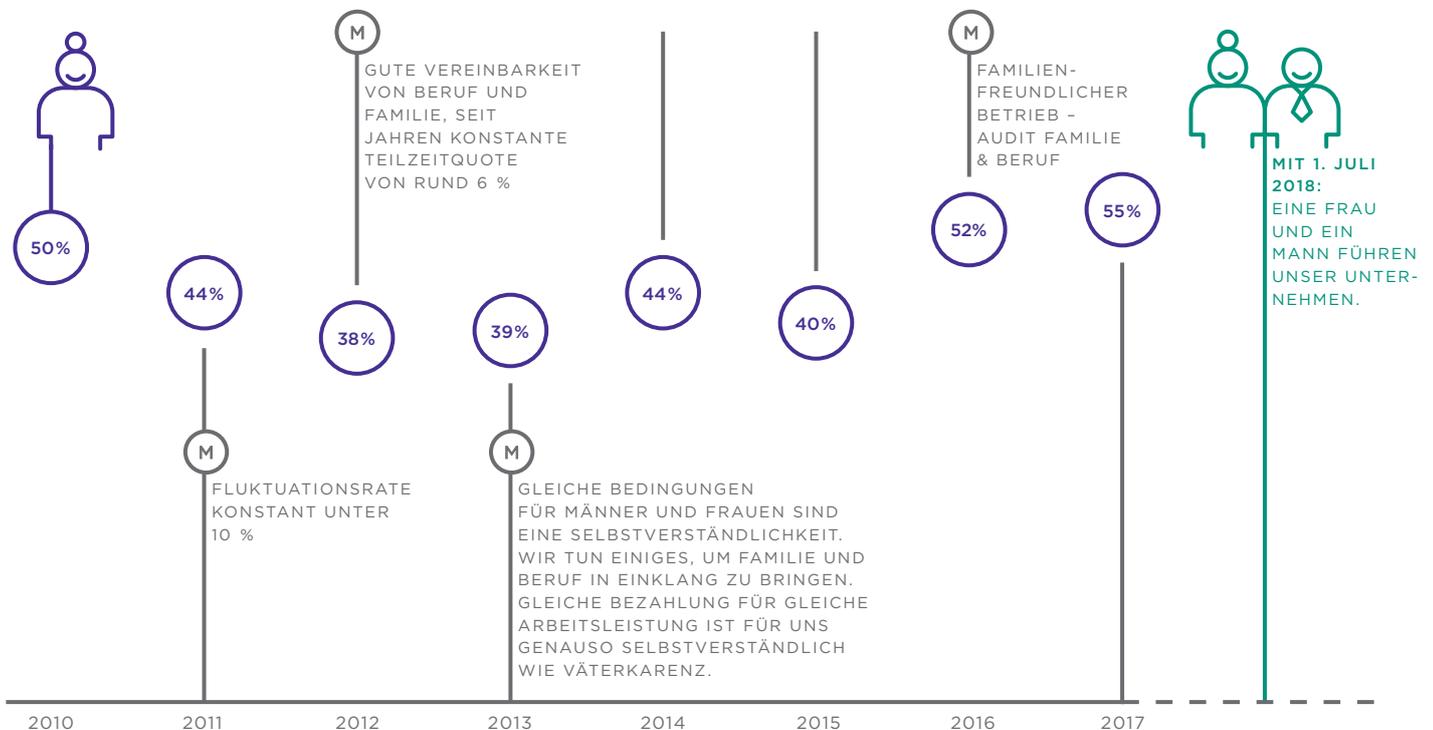
Der Erfolg von Vöslauer ist das Verdienst unserer MitarbeiterInnen, die sich mit Engagement und Herz dafür einsetzen, dass unsere KundInnen ein Top-Produkt bekommen und Vöslauer zu der Marke wurde, die sie heute ist. Veränderungen sind für uns selbstverständlich und Weiterentwicklung ein Muss. Mit engagierten MitarbeiterInnen wollen wir die Vöslauer Zukunft gestalten, unabhängig von Geschlecht, Alter, Herkunft oder sexueller Orientierung. Wir wollen ein Umfeld schaffen, in dem alle ihre Potenziale entfalten können.



### DAS HABEN WIR ERREICHT - DAS NEHMEN WIR UNS VOR!

Auf unsere Frauenquote bei Führungskräften sind wir stolz. Sie liegt nun bei über 50 Prozent. Mit dem Jahr haben wir diesen Prozentsatz auch in der Geschäftsführung erreicht. Im Hintergrund tun wir bereits seit Jahren viel für Chancengleichheit. Seit 2016 tragen wir etwa offiziell das Audit „berufundfamilie“. Diversität leben wir auch bezüglich Herkunft, unser Ziel von fünf Lehrlingen mit anerkanntem Flüchtlingsstatus haben wir zwar noch nicht erreicht, aber wir konnten bereits zwei Flüchtlingen eine Ausbildungsstelle geben. Die Zufriedenheit im Betrieb ist hoch, unser Ziel einer Fluktuationsrate von unter zehn Prozent haben wir erreicht.

## Wir können unseren Frauenanteil bei Abteilungsleiterinnen halten!



ANTEIL FRAUEN IN DER ABTEILUNGSLEITUNG  
MASSNAHMEN IN GRAU

## CHANCEN FÜR MITARBEITERINNEN

Was wäre ein Unternehmen ohne seine MitarbeiterInnen?  
Der Erfolg von Vöslauer ist das Verdienst unserer 201 MitarbeiterInnen, die sich mit Engagement für Top-Produkte einsetzen. Wer bei uns oder für uns arbeitet, braucht Ehrgeiz, Neugier, Kreativität, Sorgfalt und Veränderungsbereitschaft. Und ein großes Herz.

### 6.1 STABILER UND WICHTIGER ARBEITGEBER IN DER REGION. BESCHÄFTIGUNGSENTWICKLUNG BEI VÖSLAUER.

Seit 2006 wächst unser Team ständig, mittlerweile zählen wir 201 MitarbeiterInnen. Und wir sind ein stabiler Arbeitgeber. Im Durchschnitt arbeitete 2017 ein/e MitarbeiterIn bzw. ein Mitarbeiter zehn Jahre bei uns. Die Fluktuationsrate liegt bei 9,9 Prozent.<sup>22</sup>



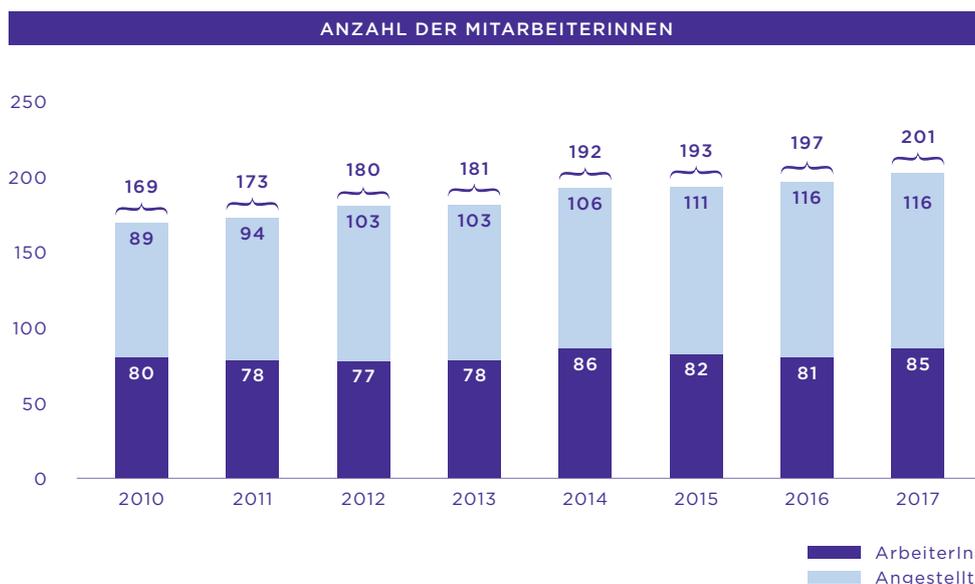
### 6.2 WIR WERDEN FAMILIE & BERUF GERECHT. VEREINBARKEIT VON BERUF & FAMILIE.

Frauen wie Männer wollen Familie und Beruf bestmöglich vereinen. Gleiche Bedingungen für Männer und Frauen sind für uns eine Selbstverständlichkeit und wir setzen viele Maßnahmen, um diese beiden Lebensbereiche in Einklang zu bringen – etwa durch flexible Arbeitsmodelle oder individuelle Karenzlösungen für Frauen und Männer. Auch durch familienbewusstes Verhalten der Führungskräfte sowie Fortbildungs- und Fördermöglichkeiten der Beschäftigten mit Familie setzen wir klare Impulse.

2017 waren neun Frauen bei Vöslauer in Karenz und zehn Frauen in einer Teilzeitbeschäftigung. Für flexible und individuelle Lösungen sind wir als Arbeitgeber für alle MitarbeiterInnen offen.<sup>23</sup>

Die Umfrage „Great Place to Work<sup>®</sup>“, an der wir 2015 teilgenommen haben, hat gezeigt, dass wir in der Zustimmung zur Aussage „Die Mitarbeiter werden ermutigt, einen guten Ausgleich zwischen Berufs- und Privatleben zu finden“ zwar leicht über dem Durchschnitt der Industrie und Produktion in Österreich liegen, aber wir haben hier für uns einen Handlungsbedarf erkannt.

Um uns dem Thema strukturiert zu widmen, haben wir 2016 daher am externen Audit „berufundfamilie“ teilgenommen.



<sup>22</sup> GRI 401-1

<sup>23</sup> GRI 401-3

Das Audit „berufundfamilie“ erfasst den Ist-Zustand der bereits angebotenen Maßnahmen, die dazu beitragen, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu verbessern.

### **6.3 \_\_\_\_\_ WIR LEBEN VIELFALT IN ALLEN DIMENSIONEN. VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT.**

Engstirniges Denken und „Dienst nach Vorschrift“ haben bei uns keinen Platz. Und ob jemand alt oder jung, homo- oder heterosexuell, weiblich oder männlich ist, spielt genauso wenig eine Rolle wie Vorurteile gegenüber Kollegen mit Behinderungen, anderer Herkunft oder Religion.

Die interne Umfrage im Rahmen von Great Place to Work® 2015 zeigte, dass Chancengleichheit bei uns wirklich gelebt wird.

Seit 1. Juli 2018 wird das Unternehmen von einer Frau und einem Mann geleitet. Ab diesem Zeitpunkt ist auch unsere Geschäftsführung hinsichtlich Frauenanteil mit 50 Prozent zu 50 Prozent ausgeglichen. Unter den Führungskräften liegt der Frauenanteil sogar bei 55 Prozent. Unter den ArbeiterInnen ist der Frauenanteil erwartungsgemäß niedrig, sechs Frauen sind hier bei uns tätig. Die Fluktuationsrate bei den Frauen ist etwas geringer als bei den Männern.

Gleiche Bezahlung für gleiche Arbeitsleistung ist für uns selbstverständlich. Aufgrund von Dienstalter, Erfahrung und Position im Unternehmen ergeben sich dennoch Gehaltsunterschiede. Lohngerechtigkeit dokumentieren wir alle zwei Jahre im Equal Pay Bericht und die erstmalige Teilnahme am Audit „berufundfamilie“ des BMJF im Jahr 2016 signalisiert unseren offenen Zugang zu diesem Thema. Alle unsere MitarbeiterInnen werden gemäß dem geltenden Kollektivvertrag entlohnt.<sup>24</sup>

Wir haben uns das sehr ambitionierte Ziel gesetzt, fünf Personen mit anerkanntem Flüchtlingsstatus aufzunehmen, das haben wir leider nicht geschafft, aber zwei Asylberechtigten konnten wir bereits eine Ausbildungsstelle geben. Bei der Ausschreibung von Ausbildungsplätzen oder anderen offenen Stellen sollen sie speziell berücksichtigt werden. So wollen wir aktiv zur Integration in die Gesellschaft und Arbeitswelt beitragen. Denn für

jene Flüchtlinge, die bleiben können, muss so rasch wie möglich eine attraktive Lösung geschaffen werden. Wir wollen unseren Beitrag dazu leisten.

### **6.4 \_\_\_\_\_ WIE WIR UNS WEITERBILDEN. AUS- UND WEITERBILDUNG.<sup>25</sup>**

Weiterbildung hat bei uns hohe Priorität. Unser Ziel: allen MitarbeiterInnen sämtlicher Hierarchieebenen Zugang zu neuen Kompetenzen bieten. Das Angebot reicht von Weiterbildungsseminaren über spezifische Kurse und Trainings bis hin zu persönlichen Coachings. Die jährlichen Mitarbeitergespräche geben Orientierung für Entwicklungsmöglichkeiten. Die Weiterbildungsstunden pro MitarbeiterIn lagen 2017 bei 16,4 Stunden.

Vor allem die Ausbildung junger Menschen liegt uns sehr am Herzen. Seit 2010 stieg die Zahl der Lehrlinge, die sich bei uns in Ausbildung befinden, von drei auf acht.

Der Vöslauer Nachhaltigkeitstag stärkt das Bewusstsein unserer MitarbeiterInnen für Nachhaltigkeit. 2014 und 2015 wurde das vorhergesehene Budget für den Nachhaltigkeitstag gespendet. 2016 und 2017 war der Nachhaltigkeitstag wieder fixer Bestandteil.

### **6.5 \_\_\_\_\_ FAIRE BEZAHLUNG IST UNSERE REALITÄT. EINKOMMENSCHERE.**

Eine faire und marktgerechte Vergütung ist für uns selbstverständlich und auch fest in den Unternehmenswerten verankert. Auch hier hat die interne Umfrage aus 2015 gezeigt, dass die MitarbeiterInnen das Gefühl haben, für die geleistete Arbeit angemessen bezahlt zu werden. Die Zustimmung lag deutlich über dem Durchschnitt anderer Industrie- und Produktionsunternehmen. Die Einkommensschere zwischen oberen und unteren Einkommen schließt sich bei Vöslauer stetig.



<sup>24</sup> GRI 102-41

<sup>25</sup> GRI 404-1

GESUNDHEIT UNSERER MITARBEITERINNEN



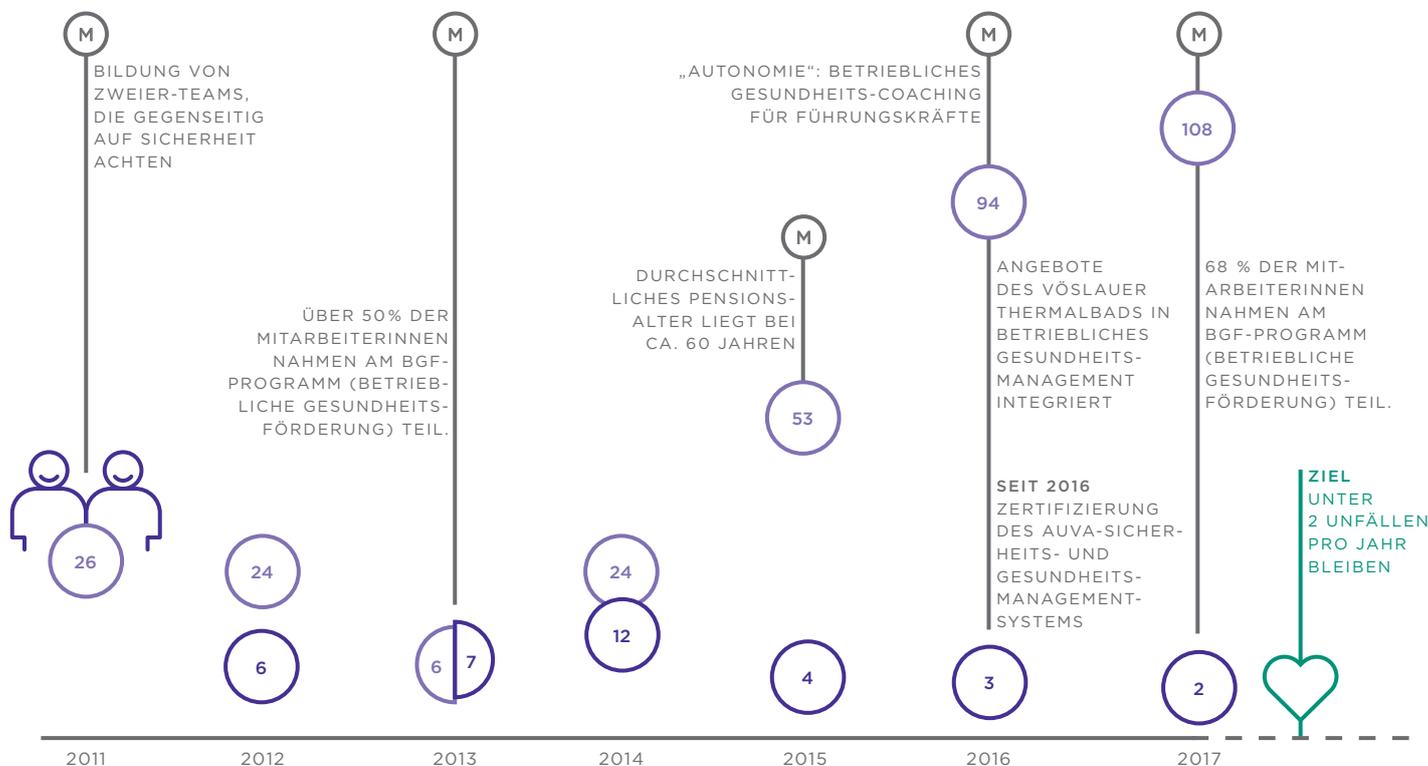
**GESUNDHEIT UND LEBENSQUALITÄT UNSERER MITARBEITERINNEN.**

Die ganze Marke Vöslauer steht für Wohlbefinden, das leben wir auch intern. Die Gesundheit und die Lebensqualität aller MitarbeiterInnen liegen uns am Herzen. Eine Kultur auf Augenhöhe fördert das Miteinander und eine motivierte Zusammenarbeit und hält jung. Das gilt für alle: sowohl für MitarbeiterInnen mit manueller Arbeit in der Produktion als auch für jene in Organisation und Vertrieb.

**DAS HABEN WIR ERREICHT - DAS NEHMEN WIR UNS VOR.**

Wer Unfälle vermeiden möchte, muss wachsam sein. Wir haben erkannt: Die Sicherheit unserer MitarbeiterInnen nimmt zu, wenn wir aus Situationen lernen, in denen wir eine Gefahr wahrnehmen. So freuen wir uns, dass unsere MitarbeiterInnen aufmerksam Beinaheunfälle melden. Wir sind davon überzeugt, dass vor allem auch deshalb die tatsächlichen Unfälle kontinuierlich gesunken sind. Unser Ziel zur Erhöhung des Pensionsantrittsalters konnten wir in fast allen vergangenen Jahren erreichen. Die Teilnahme am betrieblichen Gesundheitsförderungsprogramm ist stetig gestiegen.

*Durch mehr Aufmerksamkeit am Arbeitsplatz konnten Arbeitsunfälle vermieden werden.*



ANZAHL BEINAHEUNFÄLLE  
ANZAHL DER MELDEPFLICHTIGEN UNFÄLLE  
MASSNAHMEN (M) IN GRAU



## GESUNDHEIT UNSERER MITARBEITERINNEN

### 7.1 VÖSLAUER STEHT FÜR WOHLBEFINDEN – DAS LEBEN WIR AUCH INTERN. GESUNDHEIT & SICHERHEIT UNSERER MITARBEITERINNEN.

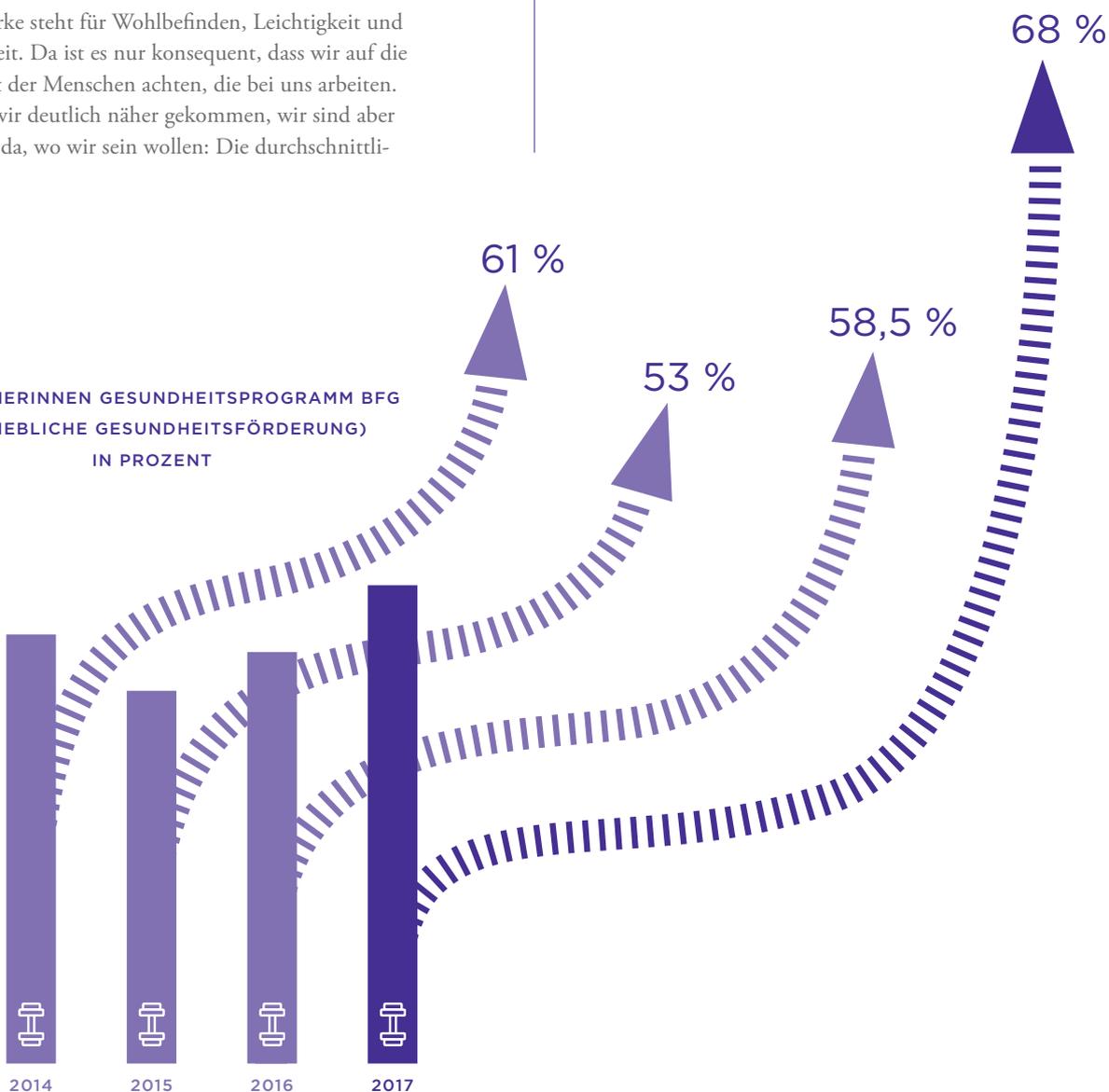
Als wichtiger Arbeitgeber in der Region sind wir uns unserer Verantwortung bewusst und handeln dementsprechend. Die Gesundheit, das Wohlbefinden und die Lebensqualität aller MitarbeiterInnen liegen uns am Herzen und wir möchten mit jeder unserer Maßnahmen einen Arbeitsplatz schaffen, den man gerne mag.

Unsere Marke steht für Wohlbefinden, Leichtigkeit und Natürlichkeit. Da ist es nur konsequent, dass wir auf die Gesundheit der Menschen achten, die bei uns arbeiten. Dem sind wir deutlich näher gekommen, wir sind aber noch nicht da, wo wir sein wollen: Die durchschnittli-

chen Krankenstandstage pro MitarbeiterIn lagen 2017 bei uns bei 11,1 Tagen und somit im Bereich des österreichischen Durchschnitts von 12,5 Tagen.<sup>26</sup> Wir konnten auch mehr MitarbeiterInnen für unser Programm zur betrieblichen Gesundheitsförderung gewinnen. Von 2016 auf 2017 konnten wir zehn Prozent mehr TeilnehmerInnen vermerken und hatten somit eine knapp 70-Prozent-Teilnahmerate.



TEILNEHMERINNEN GESUNDHEITSPROGRAMM BFG (BETRIEBLICHE GESUNDHEITSFÖRDERUNG) IN PROZENT



<sup>26</sup> GRI 403-2

## GESUNDHEIT UNSERER MITARBEITERINNEN

Unser Programm zur Gesundheitsförderung umfasst Leistungen wie Fitness-Karten, Rücken Fit, Gesunden-untersuchungen oder Raucherentwöhnung und wird laufend ausgebaut. Seit 2016 haben wir Angebote vom Thermalbad im BGF-Programm integriert. Mehr geplante Leistungen sind im Nachhaltigkeitsprogramm im Anhang dargestellt.<sup>27</sup>

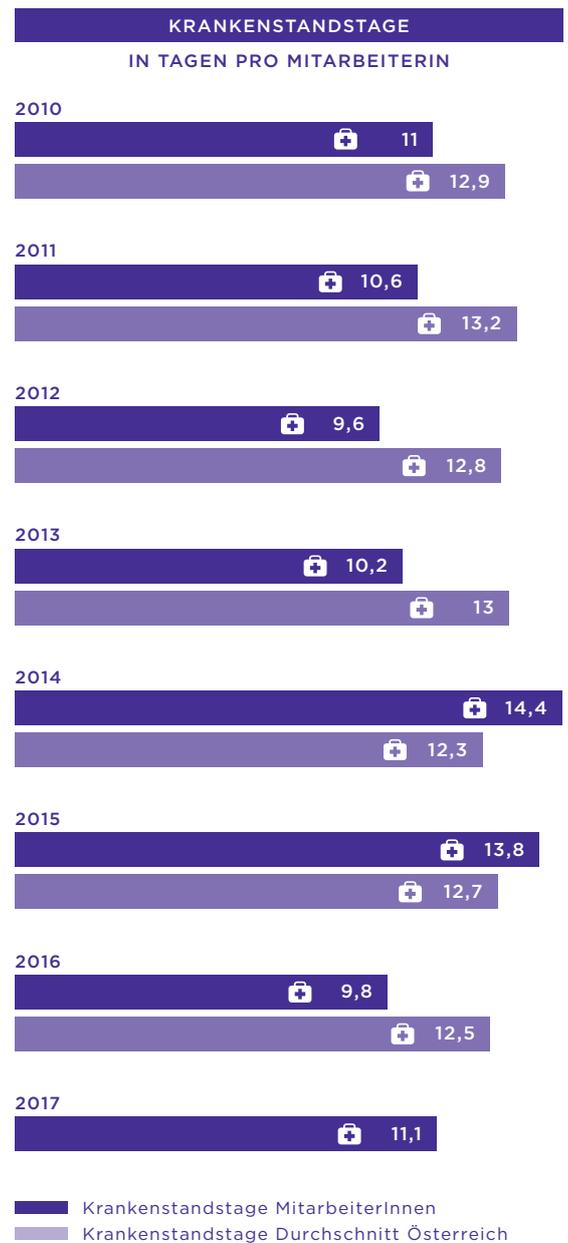
Wir unterstützen unsere MitarbeiterInnen bei einem aktiven Lebensstil und fördern sportliche Aktivitäten etwa durch gratis Startplätze bei Laufveranstaltungen, Ski- und Wandertage oder Gymnastikkurse bei uns im Haus. Einen weiteren wichtigen Schwerpunkt setzen wir im Bereich gesunde Ernährung. Neben kostenlosen Getränken stellen wir frisches Obst zur Verfügung. Darüber hinaus haben unsere MitarbeiterInnen die Möglichkeit, frisch und günstig Mittag zu essen.

Besondere Fortschritte seit 2011 gelangen uns bei der Sorge um die psychische und emotionale Gesundheit am Arbeitsplatz. Gezielte Maßnahmen, wie etwa Stress- und Konfliktmanagement oder Coaching, unterstützen beim Erhalt der psychischen Gesundheit.

Mit dem von uns angebotenen kostenfreien externen Beratungsservice „KEEP BALANCE“, wollen wir unseren MitarbeiterInnen eine Unterstützung bei allen möglichen Sorgen bereitstellen. Erfahrene ExpertInnen unseres Partners Hilfswerk beraten unsere MitarbeiterInnen bei allen privaten oder beruflichen Herausforderungen.



Mit 2011 haben wir begonnen Beinaheunfälle aufzuzeichnen. Ab dem Jahr 2014 ist die Anzahl der gemeldeten Beinaheunfälle stark gestiegen, die Anzahl der meldepflichtigen Unfälle ist jedoch seit 2015 stark rückläufig. Seit 2011 haben wir das Zertifikat „Sicherheit am Arbeitsplatz“ der AUVA. 2016 hat es eine Rezertifizierung gegeben, die für die Periode 2017 bis 2020 gilt.



<sup>27</sup> GRI 403-1

REGION & STAKEHOLDER



*Nachhaltig  
die Nummer 1 zu sein  
und zu bleiben, bedeutet, am Ball zu  
sein und ständig zu investieren.  
Es bedeutet, ständig neue Trends  
zu setzen, ständig am Puls der Zeit  
zu sein, die Innovationsführerschaft  
immer weiter auszubauen,  
immer neue Wege zu finden,  
aber auch die Region zu stärken,  
in der man zu Hause ist.*

*Um dieses Ziel zu erreichen,  
achten wir auch auf unser Umfeld.  
Regionales und gesellschaftliches  
Engagement sind ein fester Bestandteil  
unserer Unternehmensphilosophie.  
Wir bauen Bindungen zu unseren  
Stakeholdern und zu unserer Region  
auf, die uns unser wertvollstes Gut  
schenkt – das Wasser. Diese Bindung  
zeichnet sich durch Offenheit, Respekt  
und Wertschätzung aus und  
basiert auf Vertrauen.*

## 8.1 URSPRUNGSQUELLE THERMALBAD VÖSLAU. UNSERE REGIONALE VERANTWORTUNG.<sup>28</sup>

Bad Vöslau am Rande des Wienerwaldes ist der Sitz unseres Unternehmens und der Ursprung unserer Quelle. Hier befindet sich auch das historische Thermalbad, welches seit 2014 eine 100-prozentige Tochter der Vöslauer Mineralwasser GmbH ist. Errichtet im 19. Jahrhundert hat das Wasser der Ursprungsquelle eine Temperatur von 21 Grad Celsius. Es gilt als Thermalwasser und wurde auch als Heilwasser anerkannt. Wir tragen Verantwortung für die Region und es ist unser Selbstverständnis, das Thermalbad Vöslau im Sinne des Unternehmens und der Region bestmöglich zu entwickeln. Im Jahr 2017 hatte das Thermalbad 137.000 Bad-Zutritte.

Seit einigen Jahren findet bereits das Kulturfestival „Der Schwimmende Salon“ im Thermalbad statt. Dieser ist längst eine fixe Größe im österreichischen Festival-sommer. Eröffnet wird er traditionellerweise Ende Juni, bis Ende August finden an sechs Freitagen die Lesungen und Performances auf der Grünen Insel inmitten des pittoresken Thermalbades Vöslau statt.

Über den kulturellen Beitrag hinaus setzen wir im Thermalbad verschiedene weitere Impulse für Nachhaltigkeit. Mithilfe einer Wärmepumpe werden Heizung und Warmwasser für das gesamte Apartmenthaus und die Sauna betrieben. Nur geringe Mengen an Wärme müssen mittels Heizkessel aufbereitet werden. Zahlreiche gut ausgebildete MitarbeiterInnen gewährleisten die Sicherheit bei Sport, Badevergnügen und Entspannung.

Im Gebäude der ersten Abfüllung von Vöslauer Tafelquellwasser werden nun Apartments, eine Ordination und Büroräumlichkeiten errichtet. Dieses Gebäude steht in der Denkmalschutzzone von Bad Vöslau. Das bedeutet, die Außenansicht des Gebäudes muss erhalten bleiben, wird jedoch innen neu gestaltet und erhält einen Zubau. Die Energieversorgung der Apartments wurde sehr nachhaltig gestaltet und erfolgt durch die vorhandene Wärmepumpe. Ein Gaskessel bildet ein Backup-System.



## 8.2 UNSERE PRODUKTE HALTEN, WAS WIR VERSPRECHEN. FAIRE WERBUNG.

Unsere Getränke stehen für Leichtigkeit und Natürlichkeit und das soll auch im Rahmen unserer Werbung spürbar sein. Wir bekennen uns zu Fairness in der Werbung: Einhaltung freiwilliger Werbekodizes, respektvolle Darstellung von Personen, Verzicht auf sexistische Inhalte und auf Werbung, die sich direkt an Kinder richtet. Werbeeinhalte enthalten keine irreführende Information und die transportierten Fakten können wir jederzeit belegen. Bisher gab es keine Verstöße gegenüber gesetzlicher oder freiwilliger Werberegulungen, so auch nicht 2017.<sup>29</sup>

Wir achten auf Transparenz hinsichtlich unserer Inhaltsstoffe, Zutaten und Ernährungsinformationen. 2017 wurden alle gesetzlichen Vorschriften zur Produktkennzeichnung von uns eingehalten.<sup>30</sup> Freiwillig kennzeichnen wir vegane Produkte, Produkte mit Inhaltsstoffen aus biologischem Anbau sowie Produkte mit dem österreichischen Umweltzeichen für Getränke in Mehrwegflaschen. Bei unseren Merchandising-Produkten bemühen wir uns um ein nachhaltiges Design.

<sup>28</sup> GRI 203-2, GRI 413-1

<sup>29</sup> GRI 417-3

<sup>30</sup> GRI 417-2

### 8.3 NACHHALTIGKEIT ALS LIFESTYLE-ASPEKT. BEWUSSTSEIN-BILDUNG FÜR NACHHALTIGKEIT BEI UNSEREN KUNDINNEN.

Als Marktführer im Bereich Mineralwasser haben wir eine große Reichweite. Über Social Media, unsere Website und unsere Flaschenetiketten erreichen wir zahlreiche Menschen. Auch hier gilt: Moralische Mahnungen schaffen nur begrenzt Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung – vielmehr muss ein nachhaltiger Lebensstil attraktiv und anziehend sein.

#### VÖSLAUER BLOG.

In unserem Blog werden Lifestyle-Themen diskutiert. Nachhaltigkeit ist selbstverständlicher Bestandteil zahlreicher Beiträge. In vielen Fällen geben wir darin auch Öko-Initiativen, nachhaltigen DesignerInnen und jungen Start-ups eine Bühne. Seit 2015 sind etwa Beiträge mit folgenden Titeln unter <http://www.voelslauer.com/blog/> online. Im Jahre 2017 gab es unter anderen Beiträge zu:



Für die Gastronomie wurde die Vöslauer Gastro Collection weiterentwickelt, denn Premium Mineralwasser verlangt nach Premium Design. Und so zeichnet sich das international renommierte Wiener Designstudio Polka erneut für die Vöslauer Gastro Collection verantwortlich. Die Designerinnen Marie Rahm und Monica Singer entwarfen bereits die Vöslauer Gläser und Becher „Low“ und „High“. 2018 ist ihre Edition nun in einer unverwechselbaren „Weiß & Bunt“-Kollektion erschienen. Nachhaltigkeit ist auch in unserem Webshop und bei unseren Werbemitteln Thema. Bei funktionalen Produktkreationen, wie Flaschenkühler, Flaschenöffner oder Gläser bestätigt Vöslauer seine Vorreiterrolle für praktische und doch zeitgeistige Produktinnovationen. Auch in unserem Webshop gibt es Angebote für einen nachhaltigen Lebensstil – etwa in der Vöslauer Recycling Collection designed by Walking Chair. Einige aktuelle Beispiele aus unserem Webshop unter <http://www.voelslauer.com/web/at/web-shop>

Wir bieten unseren KundInnen in Gastronomie und Handel effiziente Kühlgeräte an. Bei der Auswahl berücksichtigen wir Energieverbrauch, Lebensdauer sowie Handhabung der Geräte. Bezüglich Energieeffizienz erfüllen wir den höchsten Standard. Unsere Kühlgeräte sind mit dem umweltfreundlichen Kältemittel R600a ausgestattet. Ausnahmen gibt es nur bei den Automaten, hier wird das Kältemittel R404 verwendet. Neonröhren wurden 2013 komplett durch LED-Beleuchtungen ersetzt, dadurch wurde etwa bei unseren Sichtkühlschränken rund ein Drittel an Energie eingespart. Zur Reduzierung des Energieverbrauchs im Convenience-Bereich – bei offenen Kühlgeräten – werden diese Geräte mit einer Nachtdeckung bzw. einem Nachrollo angeboten. Um die Langlebigkeit der Geräte zu gewährleisten und den Energieverbrauch weiter zu senken, bieten wir einen jährlichen Reinigungsservice an.

#### 8.4 \_\_\_\_\_ ZEIG MIR DEINE PARTNERSCHAFTEN UND ICH SAG DIR, WER DU BIST. NACHHALTIGE LIEFERANTINNEN.

Faire und respektvolle Partnerschaften mit unseren LieferantInnen sind für uns wichtig. Wir achten auch bei unseren LieferantInnen und PartnerInnen auf höchste Qualität.

*Rund 69 Prozent unseres Einkaufsvolumens bezogen wir 2017 aus Österreich.*<sup>31</sup>

Klare Regeln sind uns nicht nur in unserem eigenen Unternehmen wichtig, sondern auch im Umgang mit unseren GeschäftspartnerInnen. Unsere Ethik-Richtlinien für LieferantInnen sind die Grundlage unserer Geschäftsbeziehungen. Sie stellen sicher, dass sämtliche Vormaterialien für unsere Produkte unter menschenwürdigen Rahmenbedingungen hergestellt und die von uns verwendeten Rohstoffe so umweltschonend und natürlich wie möglich angebaut werden. Unser Einkaufshandbuch regelt transparent und nachvollziehbar die Vergabemodalitäten, Bestellvorgänge und die Anforderungen an unsere LieferantInnen. Der Code of Conduct (Verhaltenskodex) definiert unsere wichtigsten Grundsätze, wie ein klares Bekenntnis zu fairer Entlohnung, dem Verbot von Kinderarbeit und gerechten Arbeitsbedingungen. Mehr Informationen im Bereich „Einkauf“ unter [www.ottakringerkonzern.com/](http://www.ottakringerkonzern.com/).

Wer unsere PartnerInnen sind und wie diese denken, ist uns wichtig. Ethisch korrektes Verhalten unserer LieferantInnen setzen wir voraus. Regionalität, Umweltbewusstsein und soziales Verantwortungsbewusstsein sind uns bei der Auswahl der LieferantInnen besonders wichtig, denn bei uns haben nachhaltige LieferantInnen Vorrang. Des Weiteren lassen wir uns von den LieferantInnen, bei denen wir dauerhaft bestellen, die Ethik-Richtlinie für LieferantInnen der Ottakringer Getränke AG unterzeichnen und bei einmaligen Bestellung wird im Bestellformular explizit darauf hingewiesen. Im Vorfeld wollen wir damit nicht nur die Qualität der Produktion und der Vorprodukte sicherstellen, sondern auch unseren Anspruch auf soziale und ökologische Nachhaltigkeit.<sup>32</sup>

#### 8.5 \_\_\_\_\_ WASSERDICHTER COMPLIANCE - UNTERNEHMENSETHIK.

2017 wurden keine Strafzahlungen bezüglich des Wettbewerbsrechtes geleistet.<sup>33</sup> 2013 haben wir uns entschieden, ein Compliance-Management-System aufzubauen, das uns nach wie vor bei der Einhaltung aller Gesetze unterstützt. Als Mitglied des UN-Global-Compact bekennen wir uns seither auch zu höchsten Standards der Unternehmensethik. Wir tolerieren weder korruptes Verhalten innerhalb unseres Betriebes noch im Umgang mit unseren GeschäftspartnerInnen. Wir verfügen über ein Vier-Augen-Prinzip bei allen Rechnungen (bei höheren Beträgen bereichsübergreifend), klare Regeln im Bestellwesen (Einkaufshandbuch) sowie Richtlinien für den Umgang mit Geschenken und Einladungen für alle MitarbeiterInnen. Verstöße oder Strafzahlungen bezüglich Korruption, Umweltrecht oder Produkte gab es 2017 keine.<sup>34</sup>



<sup>31</sup> GRI 204-1

<sup>32</sup> GRI 308-1, GRI 414-1

<sup>33</sup> GRI 206-1

<sup>34</sup> GRI 205-3, GRI 307-1, GRI 416-2, GRI 417-2, GRI 417-3, GRI 419-1

## 8.6 HILFE FÜR MENSCHEN IN NOT. SPENDEN & SPONSORING. <sup>35</sup>

Unser Engagement richtet sich nicht nur an unsere MitarbeiterInnen und die Region. Wir wollen auch über die Grenzen von Bad Vöslau hinaus unseren Beitrag leisten. Aus diesem Grund pflegen wir langjährige Partnerschaften zu gemeinnützigen Organisationen, die sich in Österreich und weltweit engagieren. 2017 betrug die Summe unserer Geldspenden 42.500 Euro. Weiters unterstützen wir den Sozialmarkt SOMA, eine gemeinnützige Initiative für Menschen mit geringem Einkommen, den Life Ball und damit den Verein Aids Life sowie die „Gruft“ der Caritas Wien, eine Einrichtung für obdachlose Menschen, mit Warenspenden.

Vor allem bei Geldspenden legen wir den Schwerpunkt auf das Thema Wasser. Eine langjährige Partnerschaft gibt es zwischen dem Österreichischen Roten Kreuz, wo wir für das Trinkwasserprojekt in Äthiopien spendeten. Das Projekt zielt darauf ab, eine Verbesserung der Brunnenanlagen und somit der Trinkwasserversorgung zu gewährleisten und so die Lebensbedingungen der ländlichen Bevölkerung zu verbessern. Seit 2017 unterstützen wir „Africa Amini Alama“ mit dem Projekt „Vöslauer – Wasser für Tansania“.

Mit Beginn des Jahres 2018 ist Vöslauer offizieller Kooperationspartner von UNICEF Österreich. UNICEF setzt sich weltweit für das Überleben, den Schutz und die Zukunft von Kindern ein. Gemeinsam wird im Rahmen des Projekts „Wasser für die Kinder in Syrien“ an der Trinkwasserversorgung von Schulen gearbeitet, wo durch die jahrelangen Kämpfe die Wasserversorgung zusammengebrochen ist.

Ein weiterer wichtiger Schwerpunkt für uns war die Hilfe für Menschen auf der Flucht. Ein unterstütztes Projekt befasste sich mit der Errichtung von Unterkünften und Wohnraum. Ein weiteres Projekt diente der Flüchtlingsintegration, beispielsweise durch Deutschkurse. Darüber hinaus stellten wir mehr als 300.000 Flaschen Mineralwasser in Form von Sachspenden, beispielsweise an die Caritas oder an Train of Hope, zur Verfügung.

In Zukunft haben wir uns zum Ziel gesetzt, fünf Menschen mit anerkanntem Flüchtlingsstatus bei uns zu beschäftigen – mehr dazu im Kapitel „Vielfalt und Chancengleichheit“.



<sup>35</sup> GRI 413-1

ANHANG



### 9.1 \_\_\_\_\_ CORPORATE GOVERNANCE UND NACHHALTIGKEIT.<sup>36</sup>

Vöslauer gehört zum börsennotierten österreichischen Getränkekonzern Ottakringer Getränke AG mit dem Sitz in Wien. Bis 30. Juni 2018 waren Dr. Alfred Hudler und DI Herbert Schlossnikl Mitglieder des Vorstands\*. Der Aufsichtsrat setzt sich aus zwei EigentümervertreterInnen und vier weiteren Mitgliedern zusammen. Die MehrheitseigentümerInnen sind im Aufsichtsrat vertreten, die KleinaktionärInnen werden mittels Quartalsbriefen und im Rahmen der Hauptversammlung über den Geschäftsgang und die wesentlichen Ereignisse informiert. Das Nachhaltigkeitsmanagement liegt im Verantwortungsbereich der Geschäftsführung (Mag. Birgit Aichinger und DI Herbert Schlossnikl). Hinsichtlich Entscheidungen in Bezug auf ökonomische, ökologische und soziale Themen gibt es eine gemeinsame Verantwortung.

*\* Seit 1. Juli 2018 besteht die Geschäftsführung aus Mag. Birgit Aichinger und DI Herbert Schlossnikl und es fand eine Umwandlung der Gesellschaftsform von einer AG in eine GmbH statt.*

### 9.2 \_\_\_\_\_ UNSERE STAKEHOLDER.<sup>37</sup>

Unser Dialog mit den gesellschaftlichen Gruppen ist ein entscheidendes Element unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir suchen und pflegen kontinuierlich den Meinungsaustausch mit den relevanten Stakeholdern: unseren KundInnen und VerbraucherInnen, unseren GeschäftspartnerInnen und LieferantInnen, unseren MitarbeiterInnen und AktionärInnen, NGOs, Medien, Wissenschaft und Forschung. VertreterInnen aller Stakeholdergruppen wurden bei der Erstellung der Wesentlichkeitsanalyse für den vorliegenden Bericht eingebunden, die dabei als relevant erachteten Themen sind in den vorhergehenden Kapiteln behandelt. Auch mit Politik und Behörden stehen wir in engem Kontakt, unterstützen aber keine politischen Organisationen mit Geld- oder Warenspenden.<sup>38</sup>



<sup>36</sup> GRI 102-5, GRI 102-18  
<sup>37</sup> GRI 102-40, GRI 102-42, GRI 102-43  
<sup>38</sup> GRI 415-1  
<sup>39</sup> GRI 102-12, GRI 102-13  
<sup>40</sup> GRI 416-1

Wir sind in politischen Arbeitsgruppen und in führenden Positionen in Wirtschaftsverbänden auf nationaler und europäischer Ebene aktiv:<sup>39</sup> Unser Geschäftsführer DI Herbert Schlossnikl ist u.a. Vorstandsmitglied bei respACT, der österreichischen Unternehmensplattform für Corporate Social Responsibility.

### 9.3 \_\_\_\_\_ QUALITÄTSMANAGEMENT UND PRODUKTVERANTWORTUNG.<sup>40</sup>

Wir werden von unseren KundInnen bezahlt. Und die haben hohe Ansprüche. Top-Qualität auf allen Ebenen ist Grundbedingung. Darüber hinaus ist es unsere Aufgabe, sie zu begeistern, zu überraschen und ihnen jeden Tag viele gute Gründe zu geben, uns zu kaufen. Unsere Produkte erfüllen die strengen Anforderungen des österreichischen Lebensmittelrechts und der EU-Gesetzgebung und stehen im Einklang mit aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen. Die Qualität unserer Produkte überprüfen wir ständig und in festgelegten Intervallen:

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

PET-Getränkeflaschen sind sicher und in gesundheitlicher Hinsicht vollkommen unbedenklich. Sogenannte Weichmacher wie Bisphenol A und ähnliche Kunststoffkomponenten sind in PET-Flaschen von Haus aus nicht enthalten. Unbedenklich im Zusammenhang mit PET-Flaschen ist auch der in Lebensmitteln, wie z. B. Obst, natürlich vorkommende Inhaltsstoff Acetaldehyd. Die Acetaldehyd-Menge, die aus PET-Flaschen in Mineralwasser übergehen kann, liegt deutlich (um Zehnerpotenzen) unter den natürlich vorkommenden Gehalten in Lebensmitteln. Für Acetaldehyd in Lebensmitteln gibt es keinen Grenzwert, weil die natürlich vorkommenden Gehalte im Hinblick auf eventuelle gesundheitliche Risiken als unkritisch beurteilt werden.



**9.4 ÜBERBLICK ZU  
MANAGEMENTSYSTEMEN  
BEI VÖSLAUER.<sup>41</sup>**

ZERTIFIZIERUNG	BESCHREIBUNG	SEIT
IFS FOOD 6	IFS IST EIN QUALITÄTS- UND LEBENSMITTELSICHERHEITSTANDARD FÜR EIGENMARKEN DES HANDELS. SEIT 2001 WAREN WIR GEMÄSS IFS FOOD 5 ZERTIFIZIERT, 2013 ERFOLGTE DER UMSTIEG AUF IFS FOOD 6.	2013
HACCP	DAS „HAZARD ANALYSIS AND CRITICAL CONTROL POINTS“-KONZEPT (HACCP) IST EIN VORBEUGENDES SYSTEM, DAS DIE SICHERHEIT VON LEBENSMITTELN UND VERBRAUCHERINNEN GEWÄHRLEISTEN SOLL.	2001 - 04/2016
ISO 9001:2008	DIESES QUALITÄTSMANAGEMENTSYSTEM GEWÄHRLEISTET, DASS DIE ERFORDERNISSE DER KUNDINNEN SOWIE DIE GESETZLICHEN UND BEHÖRDLICHEN VORSCHRIFTEN ERFÜLLT SIND. EIN WICHTIGER GRUNDSATZ DABEI IST DAS STREBEN NACH STÄNDIGER VERBESSERUNG. 2016 WURDE DIESES DURCH ISO 22000 ERSETZT.	2001 - 04/2016
BIO-ZERTIFIKAT	DAS BIO-ZERTIFIKAT IST NOTWENDIG, UM VÖSLAUER BIOLIMO PRODUZIEREN UND VERTREIBEN ZU KÖNNEN. DIE ZERTIFIZIERUNG WIRD VON DER AUSTRIA BIO GARANTIE DURCHGEFÜHRT.	2007
AIB	HIERBEI HANDELT ES SICH UM STRENGE KRITERIEN, DIE FÜR LEBENSMITTELVERARBEITENDE UNTERNEHMEN ZUR AUDITIERUNG DER LEBENSMITTELSICHERHEIT ENTLANG DER GESAMTEN HERSTELLUNGSKETTE ENTWICKELT WURDEN UND DIE FÜR ALLE SEGMENTE DER LEBENSMITTELVERARBEITUNG WELTWEIT GELTEN.	2009
ISO 14001	DAS ÜBERGEORDNETE ZIEL DES UMWELTMANAGEMENTS NACH ISO 14001 FÜR UMWELTMANAGEMENTSYSTEME IST DIE FÖRDERUNG DES UMWELTSCHUTZES UND DIE VERHÜTUNG VON UMWELTBELASTUNGEN IM EINKLANG MIT SOZIOÖKONOMISCHEN ERFORDERNISSEN. BEI DER ENTWICKLUNG NEUER PRODUKTE, DER EINFÜHRUNG NEUER VERFAHREN UND IM BESCHAFFUNGSWESEN WIRD, SOWEIT WIRTSCHAFTLICH VERTRETBAR, DER PRÄVENTIVE UMWELTSCHUTZ BEVORZUGT. <sup>42</sup>	2016
ISO 50001	ENERGIEMANAGEMENT - ZWECK DER ENERGIESPEZIFISCHEN NORM ISO 50001 IST ES, SYSTEME UND PROZESSE AUFZUBAUEN, DIE ZUR VERBESSERUNG DER ENERGIEBEZOGENEN LEISTUNG ERFORDERLICH SIND. DURCH DIE ANWENDUNG DER NORMEN SOLL DAS ENERGIEMANAGEMENT SYSTEMATISCH DAZU BEITRAGEN, DEN ENERGIEVERBRAUCH, DIE ENERGIEKOSTEN, DIE TREIBHAUSGASEMISSIONEN ODER ANDERE UMWELTBELASTUNGEN ZU REDUZIEREN.	2013 <sup>42</sup>
UMWELTZEICHEN	FÜR DIE PRODUKTE 0,25 L, 0,33 L, 0,75 L GLAS-MEHRWEGFLASCHE, 1 L GLAS-MEHRWEGFLASCHE (RETRO-EDITION), 1 L GLAS-MEHRWEGFLASCHE IN DER 8 X 1 L SPLITKISTE	2013
AUVA-SICHERHEITS- UND GESUNDHEITSMANAGEMENTSYSTEM	SEIT 2008 IST VÖSLAUER GEMÄSS AUVA-SICHERHEITS- UND GESUNDHEITSMANAGEMENTSYSTEM (SGM) ZERTIFIZIERT, WELCHES VERSCHIEDENE LEISTUNGEN IM BEREICH GESUNDHEIT UND VORSORGE ANBIETET.	2008
AUDIT BERUFUNDFAMILIE	2016 HABEN WIR AM EXTERNEN AUDIT BERUFUNDFAMILIE TEILGENOMMEN.	2016
ISO 22000	ISO 22000 LÖST ISO 9001:2008 UND HACCP AB.	04/2016

<sup>41</sup> FP5, GRI 102-12

<sup>42</sup> GRI 102-11

9.5 PRÜFTESTAT. 43

Erstellt durch Quality Austria.





**Quality Austria**  
Trainings-, Zertifizierungs- und  
Begutachtung GmbH

**Headquarters**  
Zeilinkagasse 10/3  
1010 Wien, Austria  
Tel: (+43 1) 274 87 47  
Fax: (+43 1) 274 87 43 00

**Customer Service Center**  
Am Wasserloch 5  
4020 Linz, Austria  
Tel: (+43 732) 34 23 23  
Fax: (+43 732) 34 23 23  
office@qualityaustria.com  
www.qualityaustria.com

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

**Gültigkeitserklärung und Prüfbescheinigung**  
Quality Austria Trainings-, Zertifizierungs- und Begutachtung GmbH  
Zeilinkagasse 10, 1010 Wien, Österreich

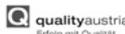
wurde als unabhängige Zertifizierungsgesellschaft von der Vöslauer Mineralwasser AG mit Sitz in 2540 Bad Vöslau beauftragt, den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht im Hinblick auf Übereinstimmung mit den internationalen Richtlinien für Nachhaltigkeitsberichte der Global Reporting Initiative, GRI Standard; Option: „Kern“ zu beurteilen.

Unsere Prüfung beschränkte sich auf die definierten Schwerpunktbereiche und die festgelegten Leistungsindikatoren. Zahlen, die aus externen Studien entnommen wurden, wurden nicht geprüft. Es wurde lediglich die korrekte Übernahme der relevanten Angaben und Daten in den Bericht überprüft. Die im Rahmen der Jahresabschlussprüfung durch einen Wirtschaftsprüfer geprüften finanziellen Leistungsindikatoren und Aussagen wurden von uns keiner weiteren Prüfung unterzogen. Wir überprüfen lediglich die GRI-konforme Darstellung dieser Daten im Bericht. Die Prüfung zukunftsbezogener Angaben war nicht Gegenstand unseres Auftrags.

Das Management der Vöslauer Mineralwasser AG ist für die Erstellung des Berichts, sowie für die darin enthaltenen Informationen, in Übereinstimmung mit den Kriterien, verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Entwicklung, Implementierung und Sicherstellung von internen Kontrollen. Diese sind für die Erstellung der Berichterstattung maßgeblich, um wesentliche falsche Angaben auszuschließen. Die im Rahmen der Validierung geprüften Daten und Informationen sind mit „X“ im „GRI Content Index 2018“, markiert.

Bei der Validierung wurde nicht nur die Bewertung formaler Berichtskriterien vorgenommen, sondern auch die qualitative Verankerung von Nachhaltigkeitsprozessen im Unternehmen berücksichtigt.

Das Unternehmen der Vöslauer Mineralwasser AG bekräftigt mit diesem Bericht die konsequente nachhaltige Ausrichtung im Sinne von CSR. Diese Ausrichtung wird im Unternehmen spürbar gelebt und konnte während des Berichtsprozesses systematisch nachvollzogen werden. Die Aspekte der Nachhaltigkeit sind in die wesentlichen Geschäftsprozesse integriert und werden strukturiert umgesetzt. Die jährliche Weiterentwicklung ist in den Planungszyklus integriert. Nachhaltigkeitsziele werden aus der Strategie abgeleitet. Ausgewählte Kennzahlen fließen im Reporting zur periodischen Verfolgung der Prozessziele ein.



**Quality Austria**  
Erfolg mit Qualität

Besonderes Augenmerk sollte zukünftig auf die kontinuierlichen Auswertungen von Prozesskennzahlen gelegt werden, die wichtige Themen in der Wesentlichkeitsmatrix betreffen.

Folgende Schwerpunkte werden im kommenden Berichtszeitraum gesetzt:

- Jene Hauptthemen in der Wesentlichkeitsmatrix, die zu einer CO2-Reduktion führen, sollen weiter vorrangiges Thema bleiben.
- Das Kreislaufsystem betreffend Recycelverwertung soll bei den Flaschen, Folien und Etiketten bis zu 100 % ausgeweitet werden.
- Der Schutz von wertvollem Tiefenwasser und dessen sorgsamem Umgang wird konstant weitergeführt. Der Verbrauch wird weiter optimiert.
- „Unser Erfolg hängt stark von unseren Mitarbeiter/innen ab“ - Aus- und Weiterbildung, faire Bezahlung, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Gesundheit und Sicherheit werden weiter fokussiert.

Der Auditor hatte während der Validierung umfassenden Einblick in alle erforderlichen Unterlagen, die uneingeschränkt zur Verfügung gestellt wurden und bestätigt hiermit, dass der Nachhaltigkeitsbericht der Vöslauer Mineralwasser AG mit Sitz in 2540 Bad Vöslau sämtlichen Anforderungen der GRI-Richtlinie Standard; Option Kern entspricht. Für alle im Bericht veröffentlichten Zahlen zeichnet die Firma Vöslauer Mineralwasser AG verantwortlich.

Wien, im April 2018



DI Andrea Schindler  
Produktionsleiter  
Quality Austria



DI. Dr. Leopold Wolfstehner  
Leitender Auditor



9.6 GRI INHALTS-INDEX.

STANDARD	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE
<b>GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN 2016</b>		
ORGANISATIONSPROFIL		
GRI 102-1	NAME DER ORGANISATION	13
GRI 102-2	AKTIVITÄTEN, MARKEN, PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN	13
GRI 102-3	ORT DES HAUPTSITZES	13
GRI 102-4	BETRIEBSSTÄTTEN	13
GRI 102-5	EIGENTUM UND RECHTSFORM	13, 49
GRI 102-6	BEDIENTE MÄRKTE	13, 62
GRI 102-7	GRÖSSENORDNUNG DER ORGANISATION	14, 62
GRI 102-8	INFORMATIONEN ÜBER ANGESTELLTE UND ANDERE MITARBEITERINNEN	66-69, 72
GRI 102-9	LIEFERKETTE	2
GRI 102-10	SIGNIFIKANTE ÄNDERUNGEN IN DER ORGANISATION UND IHRER LIEFERKETTE	2, 14
GRI 102-11	VORSORGEPRINZIP ODER VORSICHTSMASSNAHMEN	50
GRI 102-12	EXTERNE INITIATIVEN	49, 50
GRI 102-13	MITGLIEDSCHAFT IN VERBÄNDEN	49
STRATEGIE		
GRI 102-14	AUSSAGEN DER FÜHRUNGSKRAFT	7
ETHIK UND INTEGRITÄT		
GRI 102-16	WERTE, RICHTLINIEN, STANDARDS UND VERHALTENSNORMEN <a href="http://WWW.VOESLAUER.COM/WEB/AT/UEBER-UNS/WERTE-MISSION">WWW.VOESLAUER.COM/WEB/AT/UEBER-UNS/WERTE-MISSION</a>	52
FÜHRUNG		
GRI 102-18	FÜHRUNGSSTRUKTUR	49
STAKEHOLDEREINBEZIEHUNG		
GRI 102-40	LISTE DER STAKEHOLDER-GRUPPEN	49

## ANHANG

STANDARD	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE
GRI 102-41	TARIFVERHANDLUNGEN	37, 72
GRI 102-42	BESTIMMEN UND AUSWÄHLEN VON STAKEHOLDERN	49
GRI 102-43	ANSATZ FÜR DIE STAKEHOLDEREINBEZIEHUNG	49
GRI 102-44	SCHLÜSSELTHEMEN UND ANLIEGEN	17
VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG		
GRI 102-45	ENTITÄTEN, DIE IN DEN KONZERNABSCHLÜSSEN ERWÄHNT WERDEN	14
GRI 102-46	BESTIMMUNG DES BERICHTSINHALTES UND THEMENABGRENZUNG	17
GRI 102-47	LISTE DER WESENTLICHEN THEMEN	17
GRI 102-48	NEUFORMULIERUNG DER INFORMATIONEN	keine
GRI 102-49	ÄNDERUNGEN BEI DER BERICHTERSTATTUNG	2
GRI 102-50	BERICHTSZEITRAUM	2
GRI 102-51	DATUM DES AKTUELLSTEN BERICHTS	2
GRI 102-52	BERICHTSZYKLUS	2
GRI 102-53	KONTAKTANGABEN BEI FRAGEN ZUM BERICHT	79
GRI 102-54	AUSSAGEN ZU BERICHTERSTATTUNG IN ÜBEREINSTIMMUNG MIT DEN GRI STANDARDS	52
GRI 102-55	GRI INDEX	52
GRI 102-56	EXTERNE PRÜFUNG	51
<b>GRI 200: WIRTSCHAFT</b>		
GRI 202: MARKTPRÄSENZ 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	72
GRI 202-1	VERHÄLTNIS DER NACH GESCHLECHT AUFGESCHLÜSSELTEN STANDARDEINTRITTSGEHÄLTER ZUM LOKALEN MINDESTLOHN	72
GRI 203: INDIREKTE WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	28
GRI 203-2	ERHEBLICHE INDIREKTE ÖKONOMISCHE AUSWIRKUNGEN	28, 44
GRI 204: BESCHAFFUNGSPRAKTIKEN 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	50
GRI 204-1	ANTEIL DER AUSGABEN FÜR LOKALE LIEFERANTINNEN	46, 74

## ANHANG

STANDARD	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE
FP2	BESCHAFFUNG MIT VERANTWORTUNGSBEWUSSTEN PRODUKTIONSSTANDARDS	21, 64
GRI 205: KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	46
GRI 205-3	BESTÄTIGTE KORRUPTIONSVORFÄLLE UND ERGRIFFENE MASSNAHMEN	46
GRI 206: WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	46
GRI 206-1	RECHTSVERFAHREN AUFGRUND VON WETTBEWERBSWIDRIGEM VERHALTEN ODER KARTELL- UND MONOPOLBILDUNG	46, 74
<b>GRI 300: UMWELT</b>		
GRI 301: MATERIALIEN 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	27
GRI 301-1	EINGESETZTE MATERIALIEN NACH GEWICHT UND VOLUMEN	28, 64, 65
GRI 301-2	EINGESETZTE REZYKLIERTE AUSGANGSSTOFFE	64
GRI 301-3	WIEDERVERWERTETE PRODUKTE UND IHRE VERPACKUNGSMATERIALIEN	28, 64, 65
GRI 302: ENERGIE 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	32
GRI 302-1	ENERGIEVERBRUCH INNERHALB DER ORGANISATION	33, 65
GRI 302-3	ENERGIEINTENSITÄT	33, 65, 66
GRI 302-4	VERRINGERUNG DES ENERGIEVERBRAUCHS	33
GRI 303: WASSER 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	24, 25
GRI 303-1	WASSERENTNAHME NACH QUELLE	25, 62, 63
GRI 303-2	DURCH WASSERENTNAHME ERHEBLICH BEEINTRÄCHTIGTE WASSERQUELLEN	24
GRI 304: BIODIVERSITÄT 2016		
GRI 304-3	GESCHÜTZTE ODER RENATURIERTE LEBENSÄRÄUME	19, 24, 63
GRI 305: EMISSIONEN 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	31
GRI 305-1	DIREKTE THG-EMISSIONEN (SCOPE 1)	66

## ANHANG

STANDARD	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE
GRI 305-2	INDIREKTE ENERGIEBEZOGENE THG-EMISSIONEN (SCOPE 2)	66
GRI 305-3	SONSTIGE INDIREKTE THG-EMISSIONEN (SCOPE 3)	66
GRI 305-4	INTENSITÄT DER THG-EMISSIONEN	66
GRI 305-5	SENKUNG DER THG-EMISSIONEN	32
GRI 306: ABWASSER UND ABFALL 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	24, 25
GRI 306-1	ABWASSEREINLEITUNG NACH QUALITÄT UND EINLEITUNGSORT	63
GRI 306-2	ABFALL NACH ART UND ENTSORGUNGSMETHODE	65
GRI 307: UMWELT-COMPLIANCE 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	46
GRI 307-1	NICHTEINHALTUNG VON UMWELTSCHUTZGESETZEN UND -VERORDNUNGEN	46, 74
GRI 308: UMWELTBEWERTUNG DER LIEFERANTINNEN 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	46
GRI 308-1	NEUE LIEFERANTINNEN, DIE ANHAND VON UMWELTKRITERIEN ÜBERPRÜFT WURDEN	46
<b>GRI 400: SOZIALES</b>		
GRI 401: BESCHÄFTIGUNG 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	36
GRI 401-1	NEU EINGESTELLTE ANGESTELLTE UND ANGESTELLTENFLUKTUATION	36, 70-72
GRI 401-3	ELTERNZEIT	36, 69
GRI 403: ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	39
GRI 403-1	REPRÄSENTATION VON MITARBEITERINNEN IN FORMELLEN ARBEITGEBER-ARBEITNEHMERINNEN-AUSSCHÜSSEN FÜR ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ	41, 73
GRI 403-2	ART UND RATE DER VERLETZUNGEN, BERUFSKRANKHEITEN, ARBEITSAUSFALLTAGE UND ABWESENHEIT SOWIE ZAHL DER ARBEITSBEDINGTEN TODESFÄLLE	40, 73, 74
GRI: 404: AUS- UND WEITERBILDUNG 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	37
GRI 404-1	DURCHSCHNITTLICHE STUNDENZAHL FÜR AUS- UND WEITERBILDUNG PRO JAHR PRO MITARBEITERIN	37, 73

## ANHANG

STANDARD	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE
GRI 405: VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	35
GRI 405-1	VIELFALT IN LEITUNGSORGANEN UND DER MITARBEITERINNEN	66-68, 70
GRI 405-2	VERHÄLTNIS DES GRUNDGEHALTS UND DER VERGÜTUNG VON FRAUEN ZUM GRUNDGEHALT UND ZUR VERGÜTUNG VON MÄNNERN	72
GRI 406: GLEICHBEHANDLUNG 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	37
GRI 406-1	DISKRIMINIERUNGSVORFÄLLE UND ERGRIFFENE ABHILFEMASSNAHMEN	70
GRI 413: LOKALE GEMEINSCHAFT 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	45, 47
GRI 413-1	GESCHÄFTSSTANDORTE MIT EINBINDUNG DER LOKALEN GEMEINSCHAFTEN, FOLGENABSCHÄTZUNGEN UND FÖRDERPROGRAMMEN	44, 46, 47, 74
GRI 414: SOZIALE BEWERTUNG DER LIEFERANTINNEN 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	46
GRI 414-1	NEUE LIEFERANTINNEN, DIE ANHAND VON SOZIALEN KRITERIEN ÜBERPRÜFT WURDEN	46
GRI 415: POLITISCHE EINFLUSSNAHME 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	46
GRI 415-1	PARTEISPENDEN	keine
GESUNDE UND LEISTBARE NAHRUNG		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	20, 21
GRI 416: KUNDINNENGESUNDHEIT UND KUNDINNENSICHERHEIT 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	21
GRI 416-1	BEURTEILUNG DER AUSWIRKUNGEN VERSCHIEDENER PRODUKT- UND DIENSTLEISTUNGSKATEGORIEN AUF DIE GESUNDHEIT UND SICHERHEIT	46, 49
GRI 416-2	VERSTÖSSE IM ZUSAMMENHANG MIT DEN GESUNDHEITS- UND SICHERHEITSAUSWIRKUNGEN VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN	46, 64
GRI FP5	PRODUKTVOLUMEN VON STANDORTEN MIT ZERTIFIZIERTEM MANAGEMENTSYSTEM ZUR LEBENSMITTELSICHERHEIT	50
GRI FP6	PRODUKTE, DIE EINEN GESENKTEN ANTEIL AN ZUCKER BEINHALTEN	20, 63, 64
GRI FP7	PRODUKTE MIT EINEM ERHÖHTEN WERT AN BALLASTSTOFFEN, VITAMINEN, MINERALSTOFFEN	20

## ANHANG

STANDARD	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE
GRI 417: MARKETING UND KENNZEICHNUNG 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	44
GRI 417-2	VERSTÖSSE IM ZUSAMMENHANG MIT DEN PRODUKT- UND DIENSTLEISTUNGSINFORMATIONEN MIT DER KENNZEICHNUNG	44, 46, 74
GRI 417-3	VERSTÖSSE IM ZUSAMMENHANG MIT MARKETING UND KOMMUNIKAITON	44, 46
GRI 419: SOZIOÖKONOMISCHE COMPLIANCE 2016		
GRI 103-1 BIS 103-3	MANAGEMENTANSATZ	46
GRI 419-1	NICHTEINHALTUNG VON GESETZEN UND VORSCHRIFTEN IM SOZIALEN UND WIRTSCHAFTLICHEN BEREICH	46, 74

9.7 NACHHALTIGKEITSPROGRAMM.

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

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

MASSNAHMEN ZUR ZIELERREICHUNG	2016	2017	2018-2020	BIS 2025
<b>EWIGE QUELLE</b>				
<b>ENERGIE UND KLIMASCHUTZ</b>				
UMSTELLUNG BELEUCHTUNGSKÖRPER AUF LED-TECHNIK	<span style="color: blue;">●</span>	<span style="color: blue;">●</span>	<span style="color: blue;">●</span>	
ERRICHTUNG EINER PHOTOVOLTAIKANLAGE ZUR STROMERZEUGUNG VON 250.000 KWH	<span style="color: green;">●</span>			
CARBON FOOTPRINT VON 2016 BIS 2020 UM WEITERE 7 % REDUZIEREN (BASISJAHR 2015) - PRO ABGEFÜLLTER FLASCHE	<span style="color: blue;">●</span>	<span style="color: blue;">●</span>	<span style="color: blue;">●</span>	
CO <sub>2</sub> -EMISSIONEN SCOPE 1 - PRODUKTION WIRD CO <sub>2</sub> -NEUTRAL				<span style="color: purple;">●</span>
CO <sub>2</sub> -EMISSIONEN SCOPE 3 - VÖSLAUER WIRD CO <sub>2</sub> -NEUTRAL				<span style="color: purple;">●</span>
ENERGIEEFFIZIENZ UM 7 % STEIGERN (KAP 2020 7 % FEHLEN NOCH BIS 2020 AUF 22 %)	<span style="color: blue;">●</span>	<span style="color: blue;">●</span>	<span style="color: blue;">●</span>	
ÖKOSTROM - UMSTELLUNG AUF UZ46		<span style="color: green;">●</span>		
OPTIMIERUNG HEISSWASSERANLAGE - ENERGIEEINSPARUNG VON 860.000 KWH (GAS)	<span style="color: green;">●</span>			
STRECKBLASMASCHINEN - AUSTAUSCH ECO LAMPS AUF ZWEITE GENERATION	<span style="color: green;">●</span>			
OPTIMIERUNG DER KÄLTEANLAGE				<span style="color: purple;">●</span>
40-BAR-KOMPRESSOREN - AUSTAUSCH DURCH ENERGIEEFFIZIENTERE				<span style="color: purple;">●</span>
7-BAR-KOMPRESSOREN - AUSTAUSCH DURCH ENERGIEEFFIZIENTERE		<span style="color: green;">●</span>		
<b>LOGISTIK UND MOBILITÄT</b>				
LIEFERUNG DER DEUTSCHLANDWARE DIREKT VOM AUSSENLAGER	<span style="color: green;">●</span>	<span style="color: green;">●</span>	<span style="color: blue;">●</span>	
REDUKTION DER ANFAHRTEN • DURCH ERHÖHUNG DER ANLIEFERMENGEN BEI GRUNDSTOFFEN • DURCH OPTIMIERUNG DER ABHOL-LOGISTIK	<span style="color: green;">●</span>	<span style="color: green;">●</span>	<span style="color: blue;">●</span>	
SPRITSPAR-TRAINING	<span style="color: grey;">●</span>	<span style="color: pink;">●</span>	<span style="color: blue;">●</span> NEUE AUS- SCHREIBUNG 2018	

## ANHANG

MASSNAHMEN ZUR ZIELERREICHUNG	2016	2017	2018-2020	BIS 2025
DIENSTFAHRZEUGE MIT GERINGEREM CO <sub>2</sub> -AUSSTOSS < 110 G/KM CO <sub>2</sub> -AUSSTOSS		●		
DIENSTFAHRZEUGE MIT GERINGEREM CO <sub>2</sub> -AUSSTOSS < 99 G/KM CO <sub>2</sub> -AUSSTOSS			●	
E-FAHRZEUG IN DIE VMG* FLOTTE MIT AUFNEHMEN	●	●	●	●
ANALYSE DER GEFAHRENTEN STRECKEN DER MITARBEITERINNEN, OB EINSATZ VON E-FAHRZEUG SINNVOLL	●	●		
SCHIENENANTEIL AUF HOHEM NIVEAU VON CA. 30 % HALTEN	●	●	●	●
MITARBEITERINNEN				
ARBEITSUNFÄLLE < 2/JAHR	●	●	●	
FLUKTUATIONSRATE SENKEN ODER ZUMINDEST AUF NIEDRIGEM NIVEAU ( < 10 %) HALTEN	●	●	●	
KRANKENSTANDSTAGE WEITERHIN UNTER DEM ÖSTERREICH-SCHNITT - WERT VON 2016, BEI STATISTIK AUSTRIA NOCH KEIN WERT FÜR 2017 HINTERLEGT	●	●	●	
STEIGERUNG DES PENSIONSANTRITTSALTERS DER MA > 60	●	●	●	
TEILNAHME AM BGF-PROGRAMM (BETRIEBLICHE GESUNDHEITSFÖRDERUNG) > 55 %	●	●	●	
WEITERFÜHRUNG UNSERES GESUNDHEITSPROGRAMMS	●	●	●	●
ZERTIFIZIERUNG DES AUVA-SICHERHEITS- UND GESUNDHEITSMANAGEMENTSYSTEMS	●	●	●	●
ANGEBOTE THERMALBAD INS BGF-PROGRAMM INTEGRIEREN	●	●		
FAMILIENFREUNDLICHER BETRIEB - AUDIT „BERUFUNDFAMILIE“ (AUSGEARBEITET MASSNAHMEN WERDEN ÜBERNOMMEN)	●			
REFRESH BGF (BESTANDTEIL SGM-MEETING, EXTERNER COACH NIMMT DARAN TEIL)	●			
„AUTONOMIE“ BGF-COACHING: BETRIEBLICHES GESUNDHEITS-COACHING FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE	●			
GESUNDE GETRÄNKE				
UMWELTZEICHEN FÜR UNSERE GLAS- 0,75 L UND 1 L GRÜN-MEHRWEGFLASCHEN		●		
UMWELTZEICHEN FÜR UNSERE GLAS-1L-8ER-KISTE-MEHRWEG HANDEL		●		

\* VÖSLAUER MINERALWASSER GMBH

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

## ANHANG

MASSNAHMEN ZUR ZIELERREICHUNG	2016	2017	2018-2020	BIS 2025
ISO 14001 UMWELTMANAGEMENT & ISO 50001 ENERGIEMANAGEMENT	●	●	●	
ISO 22000 ZERTIFIZIERUNG	●	●	●	
AUDITS ZU IFS FOOD 6, DEN BIOVORSCHRIFTEN UND AIB	●	●	●	
VERPACKUNG UND RECYCLING				
DURCHSCHNITTLICH 50 % rePET-ANTEIL BEI ALLEN PET-FLASCHEN - AB 2018 55 % GEPLANT	●	◐	●	
DURCHSCHNITTLICH 60 % rePET-ANTEIL BEI VÖSLAUER FLASCHEN - AB 2018 66 % GEPLANT	●	●	●	
RECYCLING VON KISTENMAHLGUT (KISTE ZU KISTE)	●	●	●	
ÜBER 70 % rePET IN ALLEN VÖSLAUER 1,5 L FLASCHEN		●		
FLASCHE 4 x 1 L VÖSLAUER OHNE AUS 100 % rePET				●
FLASCHE 1,5 L VÖSLAUER OHNE AUS 100 % rePET				●
FLASCHEN AUS 100 % rePET - BEI ALLEN GEBINDEN UNSERER EIGENEN MARKEN				●
FOLIE FÜR 0,75 L VÖSLAUER TEE AUS 100 % RECYCLING-MATERIAL		●		
FOLIE FÜR 1,5 L SEIT 2017 AUS 15 % RECYCLING-MATERIAL UND BIS 2020 ZU 100 %				●
FOLIE FÜR DIE 4 x 1 L FLASCHEN VÖSLAUER OHNE AUS 100 % RECYCLING-MATERIAL				●
FOLIEN AUS 100 % RECYCLING-MATERIAL - BEI ALLEN GEBINDEN				●
ETIKETTEN AUS 100 % RECYCLING-MATERIAL				●
VERSCHLÜSSE MIT 10 % rePET-ANTEIL				●
KONSEQUENTE REDUKTION VON VERPACKUNGSMATERIAL UND -GEWICHT ÜBER ALLE GEBINDE (ANGABEN IN GRAMM)	●	●	●	
KONSEQUENTE REDUKTION VON VERPACKUNGSMATERIAL UND -GEWICHT --> FOLIE 35 M FÜR BALANCE UND BIOLIMO		●	●	
KONSEQUENTE REDUKTION VON VERPACKUNGSMATERIAL UND -GEWICHT --> NEUES PREFORMDESIGN FÜR 1,5 L UND 9 x 1 L GEBINDE		●		
GEWERBEABFALL AUF NIEDRIGEM NIVEAU HALTEN	●	●	●	

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

## ANHANG

MASSNAHMEN ZUR ZIELERREICHUNG	2016	2017	2018-2020	BIS 2025
WICKLER STATT STRETCHHAUBE FÜR DIE PET 3	●			
REDUKTION DES VON UNS EINGESETZTEN MATERIALS UM 5 %			●	
EWIGE QUELLE				
EINSPARUNG VON 100.000 KUBIKMETER TIEFENWASSER - BEGRENZUNG 430.000 M <sup>2</sup>	●	●	●	●
REDUKTION AUF 1,5 L TIEFENWASSER PRO LITER ABFÜLLUNG AUF ALLE PRODUKTE	●	●	●	●
REDUKTION AUF 1,4 L TIEFENWASSER PRO ABGEFÜLLTER FLASCHEN	●	●	●	●
UMSTELLUNG CIP-REINIGUNG AUF HEISSWASSER ANSTATT PAA-ESSIGSÄURE, DADURCH REDUKTION DER SPÜLWASSERMENGE	●			
AUSSTATTUNG DER PET-FLASCHEN-RINSER MIT FREQUENZUMRICHTER UM IN ABHÄNGIGKEIT DER FLASCHENGRÖSSE DEN FRISCHWASSERVERBRAUCH ZU STEUERN		●		
GESELLSCHAFT				
NACHHALTIGKEITSTAG ZUR BEWUSSTSEINSBILDUNG	●	●	●	
PARTNER VON SOMA (SOZIALMARKT)	●	●	●	
UNTERSTÜTZUNG AUSGEWÄHLTER CHARITY-EVENTS	●	●	●	
UNTERSTÜTZUNG DES ÖRK-PROJEKTS „WASSER UND GESUNDHEIT IN ÄTHIOPIEN“	●			
UNTERSTÜTZUNG AFRICA AMINI ALAMA - PROJEKT „VÖSLAUER - WASSER FÜR TANSANIA“		●	●	
UNTERSTÜTZUNG UNICEF - WASSER FÜR KINDER IN SYRIEN			●	
UNTERSTÜTZUNG DES VEREINS AIDS LIFE UND DES LIFE BALLS		●	●	
WARENSPENDEN FÜR DIE GRUFT	●	●	●	

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

## ANHANG

### 9.8 DATEN.

THEMA	EINHEIT	2014	2015	2016	2017	GRI	SDGs
<b>ÖKONOMIE</b>							
VÖSLAUER GETRÄNKE VERKAUFTE EIGENE MARKEN	LITER	250.432.614	254.565.151	246.811.600	255.097.600	102-7	
ANDERE GETRÄNKE VERKAUFTE LOHN & LIZENZ	LITER	57.315.486	57.167.648	47.372.354	46.739.800	102-7	
<b>VERKAUFTE GETRÄNKE GESAMT</b>	<b>LITER</b>	<b>307.748.100</b>	<b>311.732.799</b>	<b>294.183.954</b>	<b>301.837.400</b>	<b>102-7</b>	
VÖSLAUER GETRÄNKE ABGEFÜLLTE FLASCHEN EIGENE MARKEN	FLASCHEN	263.236.481	281.296.169	273.190.643	283.135.303	102-7	
ANDERE GETRÄNKE ABGEFÜLLTE FLASCHEN LOHN & LIZENZ	FLASCHEN	41.869.867	40.695.353	38.248.804	39.461.036	102-7	
<b>ABGEFÜLLTE FLASCHEN GESAMT</b>	<b>FLASCHEN</b>	<b>305.106.348</b>	<b>321.991.522</b>	<b>311.439.447</b>	<b>322.596.339</b>	<b>102-7</b>	
EIGENKAPITALQUOTE	PROZENT	55,90	56,80	56,30	58,40	102-7	
EXPORTQUOTE	PROZENT	8,9	10,0	11,5	11,8	102-6	
GESAMTE INVESTITIONEN IN UMWELTSCHUTZ**	TAUSEND EUR	K. A.	149.335,23	324.653,00	348.381,00	INCORPORATED IN GRI 103, 305, 306, 307	
<b>WASSER</b>							
ENTNAHME VON TIEFENWASSER VÖSLAUER QUELLE 6	KUBIKMETER	320.410	294.363	255.248	253.888	303-1	Z6
ENTNAHME VON TIEFENWASSER VÖSLAUER QUELLE 7	KUBIKMETER	182.683	175.475	149.376	173.312	303-1	Z6
ENTNAHME VON TIEFENWASSER VÖSLAUER QUELLE 7.2 (NUTZWASSERBRUNNEN)	KUBIKMETER	0	0	0	0	303-1	Z6
ENTNAHME ÜBERLAUF QUELLE 1	KUBIKMETER	205.578	185.392	207.899	202.145	303-1	Z6
ENTNAHME LEITUNGSWASSER (TRIESTINGTALER WASSER)	KUBIKMETER	15.866	16.846	2.528	2.149	303-1	Z6
<b>GESAMT WASSERENTNAHME</b>	<b>KUBIKMETER</b>	<b>724.537</b>	<b>672.076</b>	<b>615.051</b>	<b>631.494</b>	<b>303-1</b>	<b>Z6</b>

\*\* KOSTEN FÜR ABFALLENTSORGUNG, INTERNE UND EXTERNE KOSTEN FÜR UMWELT- UND ENERGIEMANAGEMENTSYSTEME, MEHRKOSTEN DURCH INVESTITIONEN IN ENERGIEEFFIZIENTERE ANLAGEN

## ANHANG

THEMA	EINHEIT	2014	2015	2016	2017	GRI	SDGs
SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH TIEFENBOHRUNGEN (QUELLEN 6 UND 7)	WASSER/L VERKAUFT (INKL. LIZENZ UND LOHN)	1,63	1,51	1,37	1,42	303-1	Z6
SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH LEITUNGSWASSER	WASSER/L VERKAUFT (INKL. LIZENZ UND LOHN)	0,05	0,05	0,01	0,01	303-1	Z6
SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH: LEITUNGSWASSER UND TIEFENWASSER	WASSER/L VERKAUFT (INKL. LIZENZ UND LOHN)	1,69	1,56	1,38	1,43	303-1	Z6
SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH GESAMT (TIEFENWASSER, LEITUNGSWASSER, ÜBERLAUF QUELLE 1 UND NUTZWASSERBRUNNEN 7.2)	WASSER/L VERKAUFT (INKL. LIZENZ UND LOHN)	2,35	2,16	2,09	2,09	303-1	Z6
ABWASSER	ABWASSER/L VERKAUFT (INKL. LIZENZ UND LOHN)	0,67	0,76	0,87	0,86	306-1	Z6
SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH TIEFENBOHRUNGEN (QUELLEN 6 UND 7)	WASSER/STÜCK FLASCHEN (INKL. LIZENZ UND LOHN)	1,65	1,46	1,30	1,32	303-1	Z6
SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH LEITUNGSWASSER	WASSER/STÜCK FLASCHEN (INKL. LIZENZ LEITUNGSWASSER LOHN)	0,05	0,05	0,01	0,01	303-1	Z6
SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH: LEITUNGSWASSER UND TIEFENWASSER	WASSER/STÜCK FLASCHEN (INKL. LIZENZ TIEFENWASSER LOHN)	1,70	1,51	1,31	1,33	303-1	Z6
SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH GESAMT (TIEFENWASSER, LEITUNGSWASSER, ÜBERLAUF QUELLE 1 UND NUTZWASSERBRUNNEN 7.2)	WASSER/STÜCK FLASCHEN (INKL. LIZENZ NUTZWASSERBRUNNEN LOHN)	2,37	2,09	1,97	1,96	303-1	Z6
ABWASSER	ABWASSER/STÜCK FLASCHEN (INKL. LIZENZ NUTZWASSERBRUNNEN LOHN)	0,67	0,73	0,82	0,78	306-1	Z6
Die Mindestabgabe von 16 l/Sek. aus dem Überlauf der Quelle 1 gemäß den Naturschutzvorgaben des Landes Niederösterreich wurde im Berichtszeitraum eingehalten. Der Schutz der im Hansybach lebenden Molusken (Schneckenart), die das Warmwasser der Quelle benötigen, wurde dadurch gewährleistet.						304-3	Z15
GESUNDE PRODUKTE							
KALORIEGEGHALT BIOLIMO	KCAL/100 ML	24	24	24	24	FP6	Z2

## ANHANG

THEMA	EINHEIT	2014	2015	2016	2017	GRI	SDGs
KALORIENGEHALT BALANCE	KCAL/100 ML	<20	<20	<20	<20	FP6	Z2
DURCHSCHNITTS-KALORIENGEHALT ÜBER ALLE EIGENEN MARKEN	KCAL/100 ML	2,36	2,12	1,98	2,25	FP6	Z2
PRODUKTBEZOGENE STRAFZAHLUNGEN	EUR	K. A.	0	0	0	416-2	Z2
BESCHAFFUNG BIO-ZUCKERRÜBEN	TONNEN	115	91,9	43,98	94,31	FP2	Z2
NEU: FAIRTRADE ZUCKER	TONNEN	K. A.	K. A.	832	1.016,38		Z1/ Z2/ Z8 10
ANTEIL VON INHALTSSTOFFEN AUS BIOLOGISCHEM ANBAU AN ALLEN AGRARISCHEN INHALTSSTOFFEN (FRUKTOSE, SACCHAROSE, KONZENTRATE, ZUCKER) BEI EIGENPRODUKTEN	ANTEIL IN PROZENT	38	35	29	26	FP2	Z2
VERPACKUNG & RECYCLING							
GESAMT MATERIALIEN-VERBRAUCH PET	TONNEN	K. A.	K. A.	K. A.	6.702	301-1	
GESAMT MATERIALIEN-VERBRAUCH GLAS	TONNEN	K. A.	K. A.	K. A.	19.227	301-1	
rePET-ANTEIL BEI ALLEN PET-FLASCHEN (INKL. LIZENZ- UND LOHNABFÜLLUNG FÜR PEPSI-COLA UND ALMDUDLER)	PROZENT	47	54	50	49	301-2	Z12
rePET-ANTEIL BEI EIGENEN MARKEN (VÖSLAUER PRODUKTE)	PROZENT	62	62	62	60	301-2	Z12
ANTEIL RECYCLING-MATERIAL GLAS „GRÜNE FLASCHE“	PROZENT	K. A.	K. A.	68	68	301-2	
ANTEIL RECYCLING-MATERIAL GLAS „BLAUE FLASCHE“	PROZENT	K. A.	K. A.	24	24	301-2	
ANTEIL PET EINWEG AN GESAMTABFÜLLUNG (EIGENE MARKEN)	PROZENT	84,2	83,3	82,96	81,92	301-3	Z12
ANTEIL PET ZWEIWEG AN GESAMTABFÜLLUNG (EIGENE MARKEN)	PROZENT	9,4	8,6	8,4	8,07	301-3	Z12
ANTEIL GLAS MEHRWEG GASTRO AN GESAMTABFÜLLUNG (EIGENE MARKEN)	PROZENT	6,4	6,61	6,9	7,9	301-3	Z12

## ANHANG

THEMA	EINHEIT	2014	2015	2016	2017	GRI	SDGs
ANTEIL GLAS MEHRWEG HANDEL AN GESAMT- ABFÜLLUNG (EIGENE MARKEN)	PROZENT		1,47	2,07	2,11	301-3	Z12
MATERIALEINSATZ GLASFLASCHE (DURCHSCHNITT)	G/PRODUZIERTE LITER IN GLASGEBINDEN	743	723	717	712	301-1	Z12
DURCHSCHNITTLICHES VERPACKUNGSGEWICHT PRO PET-ARTIKEL	G (FLASCHE/ VERSCHLUSS /FOLIE)	27,39	26,02	26,54	25,18	301-1	Z12
<b>ABFALL AM PRODUKTIONSSTANDORT</b>							
WERTSTOFF	TONNEN	838	774	756	760	306-2	Z12
NICHT GEFÄHRLICHE ABFÄLLE	TONNEN	138	120	126	129	306-2	Z12
GEFÄHRLICHE ABFÄLLE	TONNEN	24	27	24	10	306-2	Z12
ABFALL GESAMT	TONNEN	999	921	907	899	306-2	Z12
ABFÄLLE GESAMT PRO GETRÄNK	GRAMM/L VERKAUFT	3,25	2,95	3,08	2,95	306-2	Z12
ABFÄLLE GESAMT PRO ABGEFÜLLTER FLASCHEN	GRAMM/STK. FLASCHE	3,27	2,86	2,91	2,79	306-2	Z12
GEWERBEABFALL	TONNEN	88,38	76,06	66,00	82,30	306-2	Z12
<b>ENERGIE UND KLIMASCHUTZ</b>							
STROMVERBRAUCH ABSOLUT (AUS 100 % ERNEUERBAREN ENERGIETRÄGERINNEN)	KWH	13.806.877	13.855.014	13.180.075	13.064.349	302-1	Z13
GASVERBRAUCH ABSOLUT	KWH	5.206.891	5.160.184	5.169.711	4.950.564	302-1	Z13
ENERGIEVERBRAUCH GESAMT	KWH	19.013.768	19.015.198	18.349.786	18.014.913	302-1	Z13
STROMVERBRAUCH PRO VERKAUFTE MENGE GETRÄNKE (INKL. LOHN- UND LIZENZABFÜLLUNG)	KWH/HL VERKAUFT	4,49	4,44	4,48	4,33	302-3	Z13
GASVERBRAUCH PRO VERKAUFTE MENGE GETRÄNKE (INKL. LOHN- UND LIZENZABFÜLLUNG)	KWH/HL VERKAUFT	1,69	1,66	1,76	1,64	302-3	Z13

## ANHANG

THEMA	EINHEIT	2014	2015	2016	2017	GRI	SDGs
STROMVERBRAUCH PRO 100 ABGEFÜLLTER FLASCHEN (INKL. LOHN- UND LIZENZ- ABFÜLLUNG)	KWH/PRO 100 ABGEFÜLLTER FLASCHEN	4,53	4,30	4,23	4,05	302-3	Z13
GASVERBRAUCH PRO 100 ABGEFÜLLTER FLASCHEN (INKL. LOHN- UND LIZENZ- ABFÜLLUNG)	KWH/PRO 100 ABGEFÜLLTER FLASCHEN	1,71	1,60	1,66	1,53	302-3	Z13
CO <sub>2</sub> -FUSSABDRUCK PRO LITER VERKAUFTES GETRÄNK (INKL. LOHN- UND LIZENZ- ABFÜLLUNG)	G CO <sub>2</sub> -ÄQU./L VERKAUFT	109	106	103	101	305-4	Z13
CO <sub>2</sub> -FUSSABDRUCK PRO ABGEFÜLLTEN FLASCHEN (INKL. LOHN- UND LIZENZ- ABFÜLLUNG)	G CO <sub>2</sub> -ÄQU./STK. ABGEFÜLLTE FLASCHE	110	101	96	95	305-4	Z13
CO <sub>2</sub> -EMISSIONEN SCOPE 1	T CO <sub>2</sub> -ÄQU./A	1.858	2.045	2.048	2.006	305-1	Z13
CO <sub>2</sub> -EMISSIONEN SCOPE 2 (MARKET BASED)	T CO <sub>2</sub> -ÄQU./A	0	0	0	0	305-2	Z13
CO <sub>2</sub> -EMISSIONEN SCOPE 2 (LOCATION BASED)	T CO <sub>2</sub> - ÄQU. / A	4.466	4.646	4.279	4.341	305-2	
CO <sub>2</sub> -EMISSIONEN SCOPE 3	T CO <sub>2</sub> - ÄQU. / A	31.744	31.033	28.234	28.486	305-3	Z13
<b>SUMME CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN</b>	<b>T CO<sub>2</sub> - ÄQU. / A</b>	<b>33.602</b>	<b>33.078</b>	<b>30.282</b>	<b>30.492</b>		<b>Z13</b>
TRANSPORT SCHIENE ZU KUNDINNEN	KILOMETER	683.914	798.508	762.924	742.996		Z13
TRANSPORT LKW ZU KUNDINNEN	KILOMETER	1.806.321	1.738.664	1.682.345	1.775.365		Z13
<b>TRANSPORT GESAMT</b>	<b>KILOMETER</b>	<b>2.490.235</b>	<b>2.537.172</b>	<b>2.445.269</b>	<b>2.518.361</b>		<b>Z13</b>
SCHIENENANTEIL IM TRANSPORT ZU KUNDINNEN	PROZENT	27,5	31,5	31,2	29,5		Z13
<b>UNSERE MITARBEITERINNEN</b>							
AUFSICHTSRÄTE VÖSLAUER	ANZAHL MITARBEITERINNEN	5	5	5	5	102-8	
DAVON FRAUEN	ANZAHL MITARBEITERINNEN	1	1	1	1	405-1	
DAVON MÄNNER	ANZAHL MITARBEITER	4	4	4	4	405-1	
ALTERSGRUPPE < 30	ANZAHL MITARBEITERINNEN	0	0	0	0	405-1	

## ANHANG

THEMA	EINHEIT	2014	2015	2016	2017	GRI	SDGs
ALTERSGRUPPE 30-50	ANZAHL MITARBEITERINNEN	2	2	2	2	405-1	
ALTERSGRUPPE > 50	ANZAHL MITARBEITERINNEN	3	3	3	3	405-1	
DAVON FRAUEN	PROZENT	20	20	20	20	405-1	
DAVON MÄNNER	PROZENT	80	80	80	80	405-1	
ALTERSGRUPPE < 30	PROZENT	0	0	0	0	405-1	
ALTERSGRUPPE 30-50	PROZENT	40	40	40	40	405-1	
ALTERSGRUPPE > 50	PROZENT	60	60	60	60	405-1	
VORSTÄNDE	ANZAHL MITARBEITERINNEN	2	2	2	2	102-8	
ABTEILUNGSLEITERINNEN	ANZAHL MITARBEITERINNEN	9	10	9	11	102-8	
ANGESTELLTE (EXKL. GESCHÄFTSFÜHRERINNEN UND ABTEILUNGSLEITERINNEN)	ANZAHL MITARBEITERINNEN	95	99	105	103	102-8	
ARBEITERINNEN (INKL. LEHRLINGE)	ANZAHL MITARBEITERINNEN	86	82	81	85	102-8	
DAVON LEHRLINGE	ANZAHL MITARBEITERINNEN	5	5	6	8	102-8	
<b>MITARBEITERINNEN GESAMT (INKL. LEHRLINGE)</b>	<b>ANZAHL MITARBEITERINNEN</b>	<b>192</b>	<b>193</b>	<b>197</b>	<b>201</b>	<b>102-8</b>	
LEIHARBEITERINNEN (ES KOMMT IM SOMMER ZU SAISONELLEN SCHWANKUNGEN)	DURCH- SCHNITTLICHE ANZAHL	K. A.	7	7	9	102-8	
FRAUEN IM VORSTAND	ANZAHL MITARBEITERINNEN	0	0	0	0	405-1	Z5
FRAUEN ALS ABTEILUNGSLEITERINNEN	ANZAHL MITARBEITERINNEN	4	4	5	6	405-1	Z5
WEIBLICHE ANGESTELLTE (EXKL. GESCHÄFTSFÜHRERINNEN UND ABTEILUNGSLEITERINNEN)	ANZAHL MITARBEITERINNEN	39	43	40	40	405-1	Z5
ARBEITERINNEN (INKL. LEHRLINGE)	ANZAHL MITARBEITERINNEN	4	5	5	5	405-1	Z5
DAVON WEIBLICHE LEHRLINGE	ANZAHL MITARBEITERINNEN	1	0	0	0	405-1	Z5

## ANHANG

THEMA	EINHEIT	2014	2015	2016	2017	GRI	SDGs
FRAUEN IM VORSTAND	PROZENT	0	0	0	0	405-1	
FRAUEN ALS ABTEILUNGSLEITERINNEN	PROZENT	44	40	56	55	405-1	
WEIBLICHE ANGESTELLTE (EXKL. GESCHÄFTSFÜHRERINNEN UND ABTEILUNGSLEITERINNEN)	PROZENT	41	43	38	39	405-1	
ARBEITERINNEN (INKL. LEHRLINGE)	PROZENT	5	6	6	6	405-1	
DAVON WEIBLICHE LEHRLINGE	PROZENT	20	0	0	0	405-1	
ANZAHL FRAUEN	ANZAHL MITARBEITERINNEN	47	52	50	51	102-8 405-1	Z5
ANZAHL MÄNNER	ANZAHL MITARBEITER	145	141	147	150	102-8 405-1	Z5
ALTERSGRUPPE < 30	ANZAHL MITARBEITERINNEN	K. A.	29	35	43	405-1	Z5
ALTERSGRUPPE 30-50	ANZAHL MITARBEITERINNEN	K. A.	128	126	116	405-1	Z5
ALTERSGRUPPE > 50	ANZAHL MITARBEITERINNEN	K. A.	36	36	42	405-1	Z5
ALTERSGRUPPE < 30	PROZENT	K. A.	15	18	21	405-1	
ALTERSGRUPPE 30-50	PROZENT	K. A.	66	64	58	405-1	
ALTERSGRUPPE > 50	PROZENT	K. A.	19	18	21	405-1	
ALTERSGRUPPE < 30 ANGESTELLTE	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	21	405-1	Z5
ALTERSGRUPPE 30-50 ANGESTELLTE	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	62	405-1	Z5
ALTERSGRUPPE > 50 ANGESTELLTE	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	17	405-1	Z5
ALTERSGRUPPE < 30 ARBEITER	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	16	405-1	Z5
ALTERSGRUPPE 30-50 ARBEITER	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	58	405-1	Z5
ALTERSGRUPPE > 50 ARBEITER	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	26	405-1	Z5
ANTEIL FRAUEN IN TEILZEIT AN ALLEN BESCHÄFTIGTEN FRAUEN	PROZENT	19	15	9	20	102-8	Z5

## ANHANG

THEMA	EINHEIT	2014	2015	2016	2017	GRI	SDGs
ANTEIL MÄNNER IN TEILZEIT AN ALLEN BESCHÄFTIGTEN MÄNNER	PROZENT	2	1	3	1	102-8	Z5
TEILZEIT FRAUEN (JAHRESDURCHSCHNITT)	ANZAHL MITARBEITERINNEN	9	8	9	10	102-8	Z5
TEILZEIT MÄNNER (JAHRESDURCHSCHNITT)	ANZAHL MITARBEITER	3	2	3	2	102-8	Z5
FRAUEN IN KARENZ	ANZAHL MITARBEITERINNEN	8	7	8	9	401-3	Z5
MÄNNER IN KARENZ***	ANZAHL MITARBEITER	0	0	0	2	401-3	Z5
FRAUEN, DEREN KARENZ IN DER BERICHTSPERIODE ENDETE	ANZAHL MITARBEITERINNEN	K. A.	K. A.	K. A.	5	401-3	Z5
MÄNNER, DEREN KARENZ IN DER BERICHTSPERIODE ENDETE	ANZAHL MITARBEITER	K. A.	K. A.	K. A.	3	401-3	Z5
FRAUEN, DEREN KARENZ IN DER BERICHTSPERIODE ENDETE UND DIE INS UNTERNEHMEN ZURÜCKKEHRTEN	ANZAHL MITARBEITERINNEN	K. A.	K. A.	K. A.	2	401-3	Z5
MÄNNER, DEREN KARENZ IN DER BERICHTSPERIODE ENDETE UND DIE INS UNTERNEHMEN ZURÜCKKEHRTEN	ANZAHL MITARBEITER	K. A.	K. A.	K. A.	3	401-3	Z5
FRAUEN, DIE IM JAHR VOR DER BERICHTSPERIODE AUS DER KARENZ ZURÜCKGEKOMMEN SIND UND PER 31.12. DER BERICHTSPERIODE NOCH BESCHÄFTIGT WAREN	ANZAHL MITARBEITERINNEN	K. A.	K. A.	K. A.	4	401-3	Z5
MÄNNER, DIE IM JAHR VOR DER BERICHTSPERIODE AUS DER KARENZ ZURÜCKGEKOMMEN SIND UND PER 31.12. DER BERICHTSPERIODE NOCH BESCHÄFTIGT WAREN	ANZAHL MITARBEITER	K. A.	K. A.	K. A.	0	401-3	Z5
ANTEIL FRAUEN, DEREN KARENZ IN DER BERICHTSPERIODE ENDETE UND DIE INS UNTERNEHMEN ZURÜCKKEHRTEN (RÜCKKEHRRATE)	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	40	401-3	Z5
ANTEIL MÄNNER, DEREN KARENZ IN DER BERICHTSPERIODE ENDETE UND DIE INS UNTERNEHMEN ZURÜCKKEHRTEN (RÜCKKEHRRATE)	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	100	401-3	Z5
ANTEIL FRAUEN, DIE IM JAHR VOR DER BERICHTSPERIODE AUS DER KARENZ ZURÜCKGEKOMMEN SIND UND PER 31.12. DER BERICHTSPERIODE NOCH BESCHÄFTIGT WAREN (VERBLEIBSRATE)	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	80	401-3	Z5
ANTEIL MÄNNER, DIE IM JAHR VOR DER BERICHTSPERIODE AUS DER KARENZ ZURÜCKGEKOMMEN SIND UND PER 31.12. DER BERICHTSPERIODE NOCH BESCHÄFTIGT WAREN (VERBLEIBSRATE)	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	0	401-3	Z5

\*\*\* UNTER MÄNNERKARENZ FALLEN ELTERNZEIT, ZIVILDIENTST UND BUNDESHEER.

## ANHANG

THEMA	EINHEIT	2014	2015	2016	2017	GRI	SDGs
MITARBEITERINNEN MIT BEHINDERUNG	ANZAHL MITARBEITERINNEN	4	4	4	3	405-1	Z5
FÄLLE VON DISKRIMINIERUNGEN, DIE VON MITARBEITERINNEN VON VÖSLAUER ZUR ANZEIGE GEBRACHT WURDEN ODER BEI DENEN VÖSLAUER VERURTEILT WURDE		0	0	0	0	406-1	
DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT GESAMT	JAHRE	8,9	9,5	9,3	9,71		
GESCHÄFTSLEITUNG	JAHRE	K. A.	K. A.	21,5	22,5		Z8
ABTEILUNGSLEITERINNEN	JAHRE	K. A.	K. A.	12,5	12,9		Z8
ARBEITERINNEN (INKL. LEHRLINGE)	JAHRE	K. A.	K. A.	9,7	10		Z8
ANGESTELLTE (EXKL. GESCHÄFTSFÜHRERINNEN UND ABTEILUNGSLEITERINNEN)	JAHRE	K. A.	K. A.	8,6	8,9		Z8
NEUEINSTELLUNGEN FRAUEN < 30	ANZAHL	K. A.	1	6	4	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGEN MÄNNER < 30	ANZAHL	K. A.	5	14	12	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGEN FRAUEN 30-50	ANZAHL	K. A.	1	4	2	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGEN MÄNNER 30-50	ANZAHL	K. A.	11	1	3	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGEN FRAUEN > 50	ANZAHL	K. A.	0	0	0	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGEN MÄNNER > 50	ANZAHL	K. A.	0	0	0	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGEN FRAUEN	ANZAHL	K. A.	2	10	6	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGEN MÄNNER	ANZAHL	K. A.	16	15	15	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGEN GESAMT	ANZAHL	0	18	25	21		Z8
NEUEINSTELLUNGSRATE FRAUEN (AUF WEIBLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	3,85	19,87	11,76	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGSRATE MÄNNER (AUF MÄNNLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	11,35	10,23	10,00	401-1	Z8

## ANHANG

THEMA	EINHEIT	2014	2015	2016	2017	GRI	SDGs
NEUEINSTELLUNGEN FRAUEN <30 (AUF WEIBLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	1,92	7,95	3,92	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGEN MÄNNER <30 (AUF MÄNNLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	3,55	9,55	8,00	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGEN FRAUEN 30-50 (AUF WEIBLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	1,92	7,95	3,92	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGEN MÄNNER 30-50 (AUF MÄNNLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	7,80	0,68	2,00	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGEN FRAUEN >50 (AUF WEIBLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	0,00	0,00	0,00	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGEN MÄNNER >50 (AUF MÄNNLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	0,00	0,00	0,00	401-1	Z8
NEUEINSTELLUNGSRATE GESAMT (AUF GESAMTBELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	9,33	12,69	10,45	401-1	Z8
AUSTRITTE FRAUEN <30	ANZAHL	K. A.	0	1	2	401-1	Z8
AUSTRITTE MÄNNER <30	ANZAHL	K. A.	4	2	5	401-1	Z8
AUSTRITTE FRAUEN 30-50	ANZAHL	K. A.	3	4	5	401-1	Z8
AUSTRITTE MÄNNER 30-50	ANZAHL	K. A.	5	7	7	401-1	Z8
AUSTRITTE FRAUEN >50	ANZAHL	K. A.	1	1	0	401-1	Z8
AUSTRITTE MÄNNER >50	ANZAHL	K. A.	2	3	1	401-1	Z8
AUSTRITTE FRAUEN	ANZAHL	K. A.	4	6	7	401-1	Z8
AUSTRITTE MÄNNER	ANZAHL	K. A.	11	12	13	401-1	Z8
<b>AUSTRITTE GESAMT</b>	<b>ANZAHL</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>401-1</b>	<b>Z8</b>
AUSTRITTSRATE FRAUEN (AUF WEIBLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	7,69	11,92	13,73	401-1	Z8
AUSTRITTSRATE MÄNNER (AUF MÄNNLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	7,80	8,18	8,67	401-1	Z8

## ANHANG

THEMA	EINHEIT	2014	2015	2016	2017	GRI	SDGs
AUSTRITTE FRAUEN < 30 (AUF WEIBLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	0,00	1,99	3,92	401-1	Z8
AUSTRITTE MÄNNER < 30 (AUF MÄNNLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	2,84	1,36	3,33	401-1	Z8
AUSTRITTE FRAUEN 30-50 (AUF WEIBLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	5,77	7,95	9,80	401-1	Z8
AUSTRITTE MÄNNER 30-50 (AUF MÄNNLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	3,55	4,77	4,67	401-1	Z8
AUSTRITTE FRAUEN > 50 (AUF WEIBLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	1,92	1,99	0,00	401-1	Z8
AUSTRITTE MÄNNER > 50 (AUF MÄNNLICHE GESAMT- BELEGSCHAFT BEZOGEN)	PROZENT	K. A.	1,42	2,05	0,67	401-1	Z8
AUSTRITTE GESAMT/ MITARBEITERINNENFLUKTUATION GRI	PROZENT	K. A.	7,77	9,14	9,95	401-1	Z8
MITARBEITERINNENFLUKTUATION IN DER WEIBLICHEN BELEGSCHAFT	PROZENT	K. A.	7,43	12,22	3,3	401-1	Z8
MITARBEITERFLUKTUATION IN DER MÄNNLICHEN BELEGSCHAFT	PROZENT	K. A.	7,91	8,2	6,13	401-1	Z8
MITARBEITERINNENFLUKTUATION GESAMT VMG BERECHNUNG	PROZENT	8,9	7,8	9,2	9,4	401-1	Z8
SUMME DER MÄNNER- GEHÄLTER IN RELATION ZU FRAUENGEHÄLTERN (EXKL. VORSTÄNDE)	VERHÄLTNIS IN TAUSEND EUR	48/37	47/38	48/42	51/41	405-2	Z5

\* untere Hierarchieebene  
(ArbeiterInnen, Angestellte, ohne SchichtführerInnen und mittlere Beschäftigte)

\*\* obere Hierarchieebene  
(Vorstand und AbteilungsleiterInnen)

MitarbeiterInnen bei Vöslauer werden nach einer üblichen Probezeit mit unbefristeten Arbeitsverträgen angestellt. Alle MitarbeiterInnen mit Ausnahme der Vorstände unterliegen dem Kollektivvertrag für ArbeiterInnen der Nahrungs- & Genussmittelindustrie (Kategorie Alkoholfreie Erfrischungsgetränke Industrie). Standard-eintrittsgehälter entsprechen kollektivvertraglichen Regelungen. 2017 gab es keine Fälle von Diskriminierungen, die von MitarbeiterInnen von Vöslauer zur Anzeige gebracht wurden oder bei denen Vöslauer verurteilt wurde.

102-8  
102-41  
202-1

Z15

## ANHANG

THEMA	EINHEIT	2014	2015	2016	2017	GRI	SDGs
<b>WEITERBILDUNG MITARBEITERINNEN</b>							
WEITERBILDUNG MITARBEITERINNEN	STUNDEN/ MITARBEITERIN	16,46	19,19	19,00	16,40	404-1	Z4
WEITERBILDUNG FRAUEN	ANZAHL MITARBEITERINNEN	K. A.	K. A.	49	47	404-1	Z4
WEITERBILDUNG MÄNNER	ANZAHL MITARBEITER	K. A.	K. A.	151	150	404-1	Z4
WEITERBILDUNG ANGESTELLE	ANZAHL MITARBEITERINNEN	K. A.	K. A.	117	109	404-1	Z4
WEITERBILDUNG ARBEITER- INNEN (INKL. LEHRLINGE)	ANZAHL MITARBEITERINNEN	K. A.	K. A.	83	88	404-1	Z4
WEITERBILDUNG FRAUEN	DURCHSCHNITT- LICHE STD.	K. A.	K. A.	31,98	26,45	404-1	Z4
WEITERBILDUNG MÄNNER	DURCHSCHNITT- LICHE STD.	K. A.	K. A.	17,66	15,52	404-1	Z4
WEITERBILDUNG ANGESTELLTE	DURCHSCHNITT- LICHE STD.	K. A.	K. A.	25,45	22,62	404-1	Z4
WEITERBILDUNG ARBEITER- INNEN (INKL. LEHRLINGE)	DURCHSCHNITT- LICHE STD.	K. A.	K. A.	15,13	9,16	404-1	Z4
ANTEIL DER MITARBEITERINNEN, DIE AM PROGRAMM BGF (BETRIEBLICHE GESUNDHEITSFÖRDERUNG) TEILNEHMEN	PROZENT	61,00	53,00	58,50	68,00	403-1	Z3
KRANKENSTANDSTAGE FRAUEN	TAGE/ MITARBEITERIN	K. A.	K. A.	K. A.	6,55	403-2	Z3
KRANKENSTANDSTAGE MÄNNER	TAGE/ MITARBEITER	K. A.	K. A.	K. A.	12,62	403-2	Z3
KRANKENSTANDSTAGE MITARBEITERINNEN	TAGE/ MITARBEITERIN	14,4	13,8	9,8	11,1	403-2	Z3
KRANKENSTANDSTAGE DURCHSCHNITT ÖSTERREICH	TAGE/ MITARBEITERIN	12,3	12,7	12,5	K. A.***		Z3
ANZAHL GEMELDETER BEINAHEUNFÄLLE	ANZAHL	24	53	94	108		
ARBEITSUNFÄLLE KATEGORIE 1 (0 AUSFALLTAGE)	ANZAHL	0	0	1	0	403-2	Z3
ARBEITSUNFÄLLE KATEGORIE 2 (1-3 AUSFALLTAGE)	ANZAHL	0	0	0	0	403-2	Z3
ARBEITSUNFÄLLE KATEGORIE 3 (4-19 AUSFALLTAGE)	ANZAHL	8	4	2	2	403-2	Z3

\*\*\* NOCH NICHT VERÖFFENTLICHT

## ANHANG

THEMA	EINHEIT	2014	2015	2016	2017	GRI	SDGs
ARBEITSUNFÄLLE KATEGORIE 4 (20-45 AUSFALLTAGE)	ANZAHL	3	0	0	0	403-2	Z3
ARBEITSUNFÄLLE KATEGORIE 5 (> 45 AUSFALLTAGE)	ANZAHL	1	0	0	0	403-2	Z3
ARBEITSUNFÄLLE KATEGORIE 6 (BLEIBENDER SCHADEN/TOD)	ANZAHL	0	0	0	0	403-2	Z3
ARBEITSUNFÄLLE FRAUEN	ANZAHL	K. A.	K. A.	0	0	403-2	Z3
ARBEITSUNFÄLLE MÄNNER	ANZAHL	K. A.	K. A.	2	2	403-2	Z3
ARBEITSUNFÄLLE LEIHARBEITER (MÄNNER)	ANZAHL	K. A.	K. A.	1	0	403-2	Z3
ARBEITSUNFÄLLE LEIHARBEITERINNEN (FRAUEN)	ANZAHL	K. A.	K. A.	0	0	403-2	Z3
ARBEITSUNFÄLLE GESAMT (MELDEPFLICHTIG)	ANZAHL	12	4	3	2	403-2	Z3
ARBEITSUNFÄLLE PRO 1 MIO. GELEISTETE ARBEITSSTUNDEN	ARBEITSUNFÄLLE/1 MIO. GELEISTETE ARBEITSSTUNDEN	K. A.	K. A.	K. A.	10,24	403-2	Z3
AUSFALLSZEITEN AUFGRUND VON ARBEITSUNFÄLLEN BEZOGEN AUF SOLL-ARBEITSZEIT	ARBEITSUNFÄLLE/1 MIO. SOLL-ARBEITSSTUNDEN	K. A.	K. A.	K. A.	1436,04	403-2	Z3
ANZAHL GEMELDETER BERUFSSKRANKHEITEN	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	0	403-2	Z3
TODESFÄLLE	ANZAHL	0	0	0	0	403-2	Z3
<b>REGION UND STAKEHOLDER</b>							
ANTEIL REGIONALER LIEFERANTINNEN	PROZENT	73,2	69,8	70,1	69,1	204-1	
HÖHE DER VERSTÖSSE UND STRAFZAHLUNGEN BEZÜGLICH WETTBEWERBSRECHT	EUR	0	653.775	0	0	206-1	
HÖHE DER VERSTÖSSE UND STRAFZAHLUNGEN BEZÜGLICH UMWELTRECHT	EUR	0	0	0	0	307-1	
HÖHE DER VERSTÖSSE UND STRAFZAHLUNGEN BEZÜGLICH KORRUPTION	EUR	0	0	0	0	419-1	
HÖHE DER VERSTÖSSE UND STRAFZAHLUNGEN BEZÜGLICH WERBUNG	EUR	0	0	0	0	417-3	
GESAMTSUMME SPENDEN UND SPONSORING	EUR	33.616	64.856	34.800	42.500	413-1	

ICON-VOKABULAR



QUELLE



MITARBEITERINNEN



RECYCLING & MEHRWEG



VÖSLAUER FLASCHE



BEWUSSTSEIN



ARBEITGEBER



KLIMA



ENERGIE



PRODUKTION



THERMALBAD



KOMMUNIKATION



GESUNDHEIT/ERNÄHRUNG



NACHHALTIGKEIT



ÖKONOMIE



FAMILIE / GESELLSCHAFT



HANDEL



INHALTSSTOFFE



VERPACKUNG



GASTRONOMIE



GESUNDER LEBENSSTIL



TRANSPORT



KONSUMENTIN



KUNSTSTOFFSAMMLUNG



LIEFERANTIN



FAIRNESS



VERANTWORTUNG



REGION



WASSER



rePET (RECYCLAT)

## IMPRESSUM

### HERAUSGEBER

Vöslauer Mineralwasser GmbH  
Quellenstraße 1, A-2540 Bad Vöslau

### KONTAKT

Mag. Nina Prenner  
nachhaltigkeit@voeslauer.at  
Tel: +43 (0)2252 401-0 <sup>45</sup>

### REDAKTION

Brigitte Mc Auley,  
Mag. Sandra Bascha,  
Mag. Nina Prenner

### INHALTLICHE BEGLEITUNG, KONZEPTION UND REDAKTIONELLE UNTERSTÜTZUNG

denkstatt GmbH | denkstatt.at

### EDITORIAL CONCEPT & DESIGN

Nina Ullrich | designnomadin.com

### ICON DESIGN

Aleksandar Savić | agentazur.com

### LEKTORAT

Karin Novak | textpertin.at

### DRUCK\*

Druckerei Janetschek GmbH | janetschek.at

*\* Gedruckt auf 100 Prozent Recycling-Papier.*

*Bei der Produktion des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichtes sind 595 kg CO<sub>2</sub>-Emissionen angefallen. Sie wurden durch Humusaufbau kompensiert.*



Unter Verwendung von Strom aus erneuerbaren Quellen  
gedruckt mit Pflanzenölfarbe nach der Richtlinie  
„Druckerzeugnisse“ des Österreichischen Umweltzeichens  
von Druckerei Janetschek GmbH • UW-Nr. 637

Print  kompensiert  
Id.-Nr. 1873102  
www.druckmedien.at

