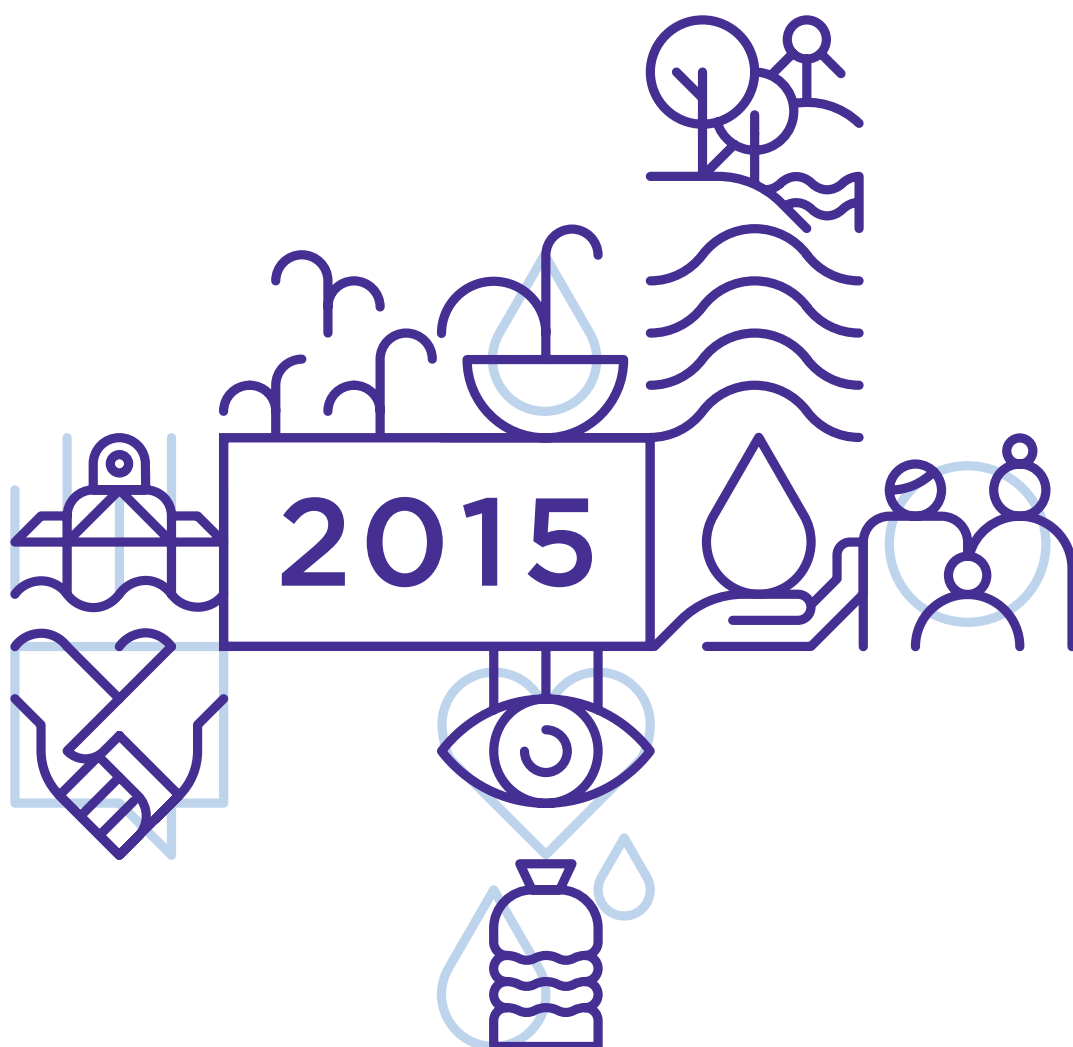


VÖSLAUER
NACHHALTIGKEITSBERICHT
2015





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

DR. ALFRED HUDLER & DI HERBERT SCHLOSSNIKL
VORSTÄNDE DER VÖSLAUER MINERALWASSER AG



**NACHHALTIG
ERFOLGREICH WIRTSCHAFTEN.¹**

Wir leben von der natürlichsten und wertvollsten Ressource überhaupt: von reinem, natürlichem Mineralwasser. Unser Ziel ist es, eine Balance zwischen wirtschaftlichem Erfolg, Schutz der Umwelt und gesellschaftlicher Verantwortung zu erreichen. Ressourcenschonend und sozial zu handeln und gleichzeitig wirtschaftliche Ziele zu verfolgen, stehen nicht im Widerspruch zueinander. Ganz im Gegenteil: Wir sind überzeugt, dass nachhaltiges Handeln eine Grundvoraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens ist. Daher verbinden wir wirtschaftliche, ökologische und soziale Ziele miteinander, um *nachhaltig erfolgreich* zu sein. Dies ist ein wesentliches Element unserer Markenidentität und fest in den Unternehmenswerten und unseren Zielsetzungen verankert. Denn wir sind gerne die Nummer 1. Und das nachhaltig.

WIR HABEN VIEL ERREICHT.

2010 haben wir uns große Ziele gesetzt. Wir wollten von der heimischen Nummer 1 zu Österreichs erfolgreichstem und nachhaltigstem Anbieter von Mineralwasser und Wohlgefühlgetränken werden. Im Zentrum unseres Nachhaltigkeits-Engagements standen die Einsparung von zehn Prozent CO₂, 66 Prozent Recyclat-Anteil über alle Vöslauer Flaschen, 20 Prozent weniger Verpackung pro Artikel und ein Schienenanteil von 30 Prozent. Dabei hatte die nachhaltige Bewirtschaftung unserer Quelle stets oberste Priorität, genauso wie die körperliche und geistige Gesundheit unserer MitarbeiterInnen zu erhalten.

Fünf Jahre nach diesen Zielsetzungen können wir stolz sagen: Wir haben viel erreicht!

Trotz gesteigerter Produktion ist die Entnahme von Tiefenwasser konstant geblieben. Den CO₂-Ausstoß konnten wir sogar um 19 Prozent reduzieren. Signifikante Energieeinsparungen kamen durch Investitionen in energieeffizientere Produktionsanlagen und die Optimierung der Verpackungs- und Recycling-Prozesse in den vergangenen Jahren zustande. Dadurch konnte der betriebliche CO₂-Fußabdruck stetig verringert werden. Energie- und Materialeinsparungen kamen auch durch eine Erhöhung des Recyclat-Anteils zustande. Mit 62 Prozent Recyclat-Anteil über alle Vöslauer Flaschen haben wir unser Ziel fast erreicht und haben damit den höchsten Recyclat-Anteil am Markt.

Die Reduktion von Verpackung pro Artikel gestaltete sich schwieriger als erwartet und konnten wir nur teilweise erreichen. Aber wir arbeiten auch weiterhin kon-

sequent an der Reduktion von Verpackungsmaterial und Verpackungsgewicht. Im Bereich Transport und Mobilität stand die konsequente Verringerung der Umweltbelastung im Vordergrund – mit einem Schienenanteil von erfreulichen 32 Prozent haben wir unser Ziel übererreicht.

**WIR HABEN VIEL ERREICHT.
UND WOLLEN NOCH MEHR.**

Daher haben wir uns neue Ziele bis ins Jahr 2020 gesetzt, die wir konsequent weiterverfolgen. Für die Festlegung dieser strategischen Prioritäten haben wir uns an drei Grundsätzen orientiert. Die Relevanz für die Gesellschaft, die Langfristigkeit eines Themas sowie unsere Unternehmenswerte waren ausschlaggebend. Ausgehend vom Leitgedanken, auch zukünftig wirtschaftliche, ökologische und soziale Ziele miteinander zu verbinden, wurden folgende Zielsetzungen definiert.

Bis 2020 wollen wir nachhaltig erfolgreich sein und 104 Millionen Euro mit unseren eigenen Marken umsetzen.

Wir möchten Österreichs *erfolgreichster Anbieter von Mineralwasser und Near-Water-Getränken* sein. Wir möchten *nachhaltig auf mehreren Beinen* stehen und eine Exportquote von 15 Prozent aufweisen. Gleichermaßen agieren wir stets *nachhaltig für die Umwelt* und wollen bis 2020 sieben Prozent weniger CO₂ als 2015 ausstoßen. Ein *nachhaltig verantwortungsvoller Umgang* mit unseren MitarbeiterInnen, KundInnen, LieferantInnen und mit der Region ist für uns stets eine Selbstverständlichkeit. Mit dem großen Ziel „familienfreundlicher Betrieb für alle“ setzen wir einen neuen Schwerpunkt.

Wie unsere Zielerreichung im Detail aussieht, welche Maßnahmen wir gesetzt haben und welche Schritte wir zukünftig unternehmen, lesen Sie auf den folgenden Seiten. Zum ersten Mal nach GRI G4-Richtlinien verfasst, verfolgen wir mit diesem Nachhaltigkeitsbericht das Konzept der Klarheit. Wir setzen auf gehaltvolle, aber wenige Worte und aussagekräftige, für sich sprechende Grafiken. Jedem Thema widmen wir eine ganze oder halbe Seite, im Anhang findet sich eine weiterführende Datentabelle. Wir haben dem Nachhaltigkeitsbericht 2015 den Titel „Nachhaltiges Wirtschaften“ gegeben, weil wir an ein nachhaltiges Wirtschaften glauben, aber vor allem weil wir es tagtäglich leben. Und wir sind überzeugt:

*Wer nachhaltig sein will,
muss früh damit anfangen!*



**DR. ALFRED
HUDLER
&
DI HERBERT
SCHLOSSNIKL
VORSTÄNDE
DER VÖSLAUER
MINERALWASSER
AG**

¹ G4-1

INHALT

1	UNTERNEHMENSPORTRÄT VÖSLAUER	10
1.1	Wir sind gerne die Nummer 1. Und das nachhaltig. Vöslauer auf einen Blick.	11
1.2	Unsere Ziele sind unsere Vision – Unsere Strategie ist der Weg dorthin. Vöslauer Ziele und Strategie 2020.	12
1.3	Wir leben Nachhaltigkeit im gesamten Kreislauf! Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen bei Vöslauer.	14
2	EWIGE QUELLE	16
2.1	Naturschutz und Quellschutz. Die Sicherung der Vöslauer Quellen für nächste Generationen.	18
2.2	Wasser effizient nutzen.	20
3	UNSERE PRODUKTE	21
3.1	Das Lifestyle-Wasser für mehr Wohlbefinden. Gesundheit und Ernährung.	23
3.2	Bio & Fair Trade. Wir achten auf das, was „rein“-kommt. Natürliche und naturnahe Inhaltsstoffe.	24
4	VERPACKUNG & RECYCLING	25
4.1	Die richtige Flasche im richtigen Moment. Einweg, Zweiweg und Mehrweg.	27
4.2	Material im Kreislauf führen – Weiter so! Recyclat-Material in PET-Flaschen und Kisten.	28
4.3	Materialeffizienz bei höchster Funktionalität – Jedes Gramm zählt! Einsparung von Verpackungsmaterial.	28
5	NUMMER 1 BEIM KLIMASCHUTZ	29
5.1	Vöslauer auf dem Weg in eine klimafreundliche Zukunft. Klimaschutz entlang der gesamten Wertschöpfungskette.	31
5.2	Mehr Getränke produzieren – weniger Energie verbrauchen. Energieeffizienz und erneuerbare Energie.	32
5.3	Wir sind gut unterwegs – mit dem richtigen Mobilitäts-Mix. Logistik und Mobilität.	33

INHALT

6	UNSERE MITARBEITERINNEN	34
6.1	Stabiler und wichtiger Arbeitgeber in der Region. Beschäftigungsentwicklung bei Vöslauer.	36
6.2	Vöslauer steht für Wohlbefinden – Das leben wir auch intern! Gesundheit & Sicherheit unserer MitarbeiterInnen.	37
6.3	Wir werden Familie & Beruf gerecht. Vereinbarkeit von Beruf & Familie.	38
6.4	Wir leben Vielfalt in allen Dimensionen! Vielfalt und Chancengleichheit.	38
6.5	Wie wir uns weiterbilden. Aus- und Weiterbildung.	39
6.6	Faire Bezahlung ist unsere Realität. Einkommensschere.	39
7	REGION & STAKEHOLDER	40
7.1	Ursprungsquelle Thermalbad Vöslau. Unsere regionale Verantwortung.	42
7.2	Unsere Produkte halten, was wir versprechen. Faire Werbung.	42
7.3	Nachhaltigkeit als Lifestyle-Aspekt. Bewusstseinsbildung für Nachhaltigkeit bei unseren KundInnen.	43
7.4	Zeig mir deine PartnerInnen und ich sag dir, wer du bist. Nachhaltige LieferantInnen.	44
7.5	Wasserdichte Compliance – mehr denn je. Unternehmensethik.	44
7.6	Hilfe für Menschen in Not. Spenden & Sponsoring.	45
8	ANHANG	46
8.1	Corporate Governance und Nachhaltigkeit.	47
8.2	Unsere Stakeholder.	47
8.3	Qualitätsmanagement und Produktverantwortung.	47
8.4	Überblick zu Managementsystemen bei Vöslauer.	48
8.5	Über den Nachhaltigkeitsbericht.	49
8.6	Prüfestat.	49
8.7	GRI Index.	50
8.8	Nachhaltigkeitsprogramm.	56
8.9.	Datentabelle.	60
	Icon-Vokabular	69
	Impressum	71

UNTERNEHMENSPORTRÄT VÖSLAUER



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

Die Vöslauer Mineralwasser AG² 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 AG liegt direkt an der 660 Meter tiefen Quelle in Bad Vöslau in Niederösterreich³ und ist mit einem Marktanteil von 40,3 Prozent die klare Nummer 1 am Mineralwassermarkt und einem Jahresumsatz von 98,1 Millionen Euro der größte Abfüller von natürlichem Mineralwasser und Near-Water-Ge-

tränken 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 193 MitarbeiterInnen sind wir einer der wichtigsten Arbeitgeber und Investoren in der Region. Vöslauer gehört zur börsennotierten österreichischen Unternehmensgruppe Ottakringer Getränke AG⁴ und ist Lizenznehmer von Pepsi-Cola und Lohnabfüller für Almdudler.

Im Jahr 2015 verkauften wir 311,7 Millionen Liter Getränke. Davon entfielen 82 Prozent auf unsere eigenen Marken „Vöslauer Mineralwasser“, „Balance“ und „Bio“. Weitere 18 Prozent wurden für die Marken Almdudler und Pepsi-Cola produziert. Die Exportquote unserer Produkte betrug zehn Prozent, wobei wir vor allem nach Deutschland und Ungarn exportierten.⁵

UNSERE PRODUKTPALETTE⁶



² G4-3
³ G4-5, G4-6
⁴ G4-7
⁵ G4-8
⁶ G4-4

UNTERNEHMENS PORTRÄT VÖSLAUER

GESCHÄFTS- ZAHLEN AUS 2015⁷

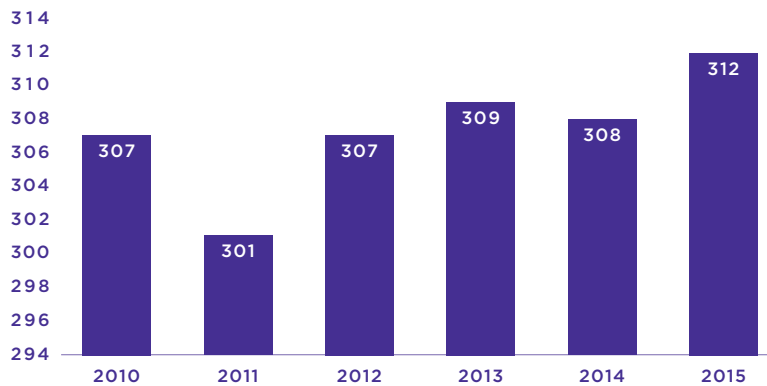
GETRÄNKEVOLUMEN
IN LITER (INKLUSIVE
LOHNABFÜLLUNG
=VERKAUFTE LITER):

311,7
MIO.
LITER

GETRÄNKEVOLUMEN
IN LITER (EXKLUSIVE
LOHNABFÜLLUNG):

281,2
MIO.
LITER

VERKAUFTE GETRÄNKE IN MIO. LITER (INKLUSIVE LOHNABFÜLLUNG)



JAHRESUMSATZ
INSGESAMT:

98,1
MIO.
EUR

JAHRESUMSATZ
EIGENE MARKEN:

79,9
MIO.
EUR

ANZAHL
DER MITARBEITER-
INNEN:

193

MARKTANTEIL
WERTMÄSSIG:

40,3%

EXPORTQUOTE
(ABSATZ, GEMESSEN
WASSER, BALANCE,
BIO GEGENÜBER
GESAMT WASSER,
BALANCE, BIO):

10%

Seit dem letzten Nachhaltigkeitsbericht 2013 ist die Vöslauer Thermalbad GmbH eine 100%ige Tochter der Vöslauer Mineralwasser AG.⁸ Der vorliegende Bericht und alle im Bericht behandelten Themen beziehen sich auf die Getränkeproduktion der Vöslauer Mineralwasser AG.⁹ Basisinformationen zum Thermalbad sind im Bericht enthalten, Details zum Thermalbad finden sich online unter www.thermalbad-voeslau.at.

1.2 UNSERE ZIELE SIND UNSERE VISION - UNSERE STRATEGIE IST DER WEG DORTHIN. VÖSLAUER ZIELE UND STRATEGIE 2020.

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 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 Trendsetter im Bereich Online und Social Media sowie die klare Nummer 1 im Bereich Innovation.

„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 CO₂ pro Liter im Vergleich zu 2015



⁷ G4-9

⁸ G4-13

⁹ G4-17

„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 Migrationshintergrund anstellen.



„Nachhaltig für die Region“

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

GROSSE NACHHALTIGKEITSZIELE

2010 - 2015 - 2020

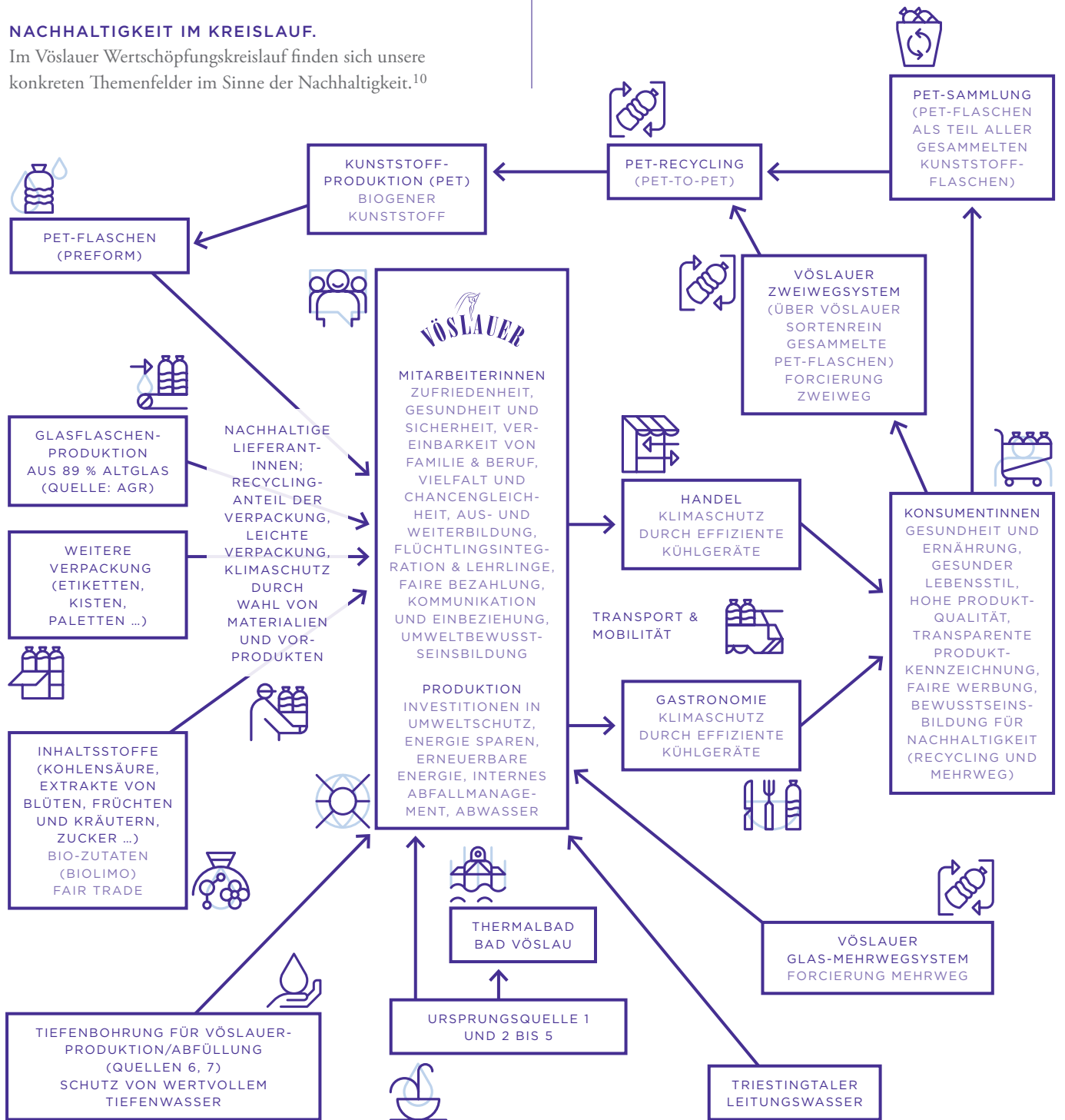
2010 setzten wir uns „große Ziele“ für Nachhaltigkeit. Wir sind stolz darauf, berichten zu können, dass wir 2015 den Großteil unserer Ziele erreichen konnten. Für 2020 haben wir uns ambitioniertere Ziele gesetzt, die eine positive Auswirkung auf Umwelt und Gesellschaft mit sich bringen und unsere Rolle als Marktführer und klare Nummer 1 weiter ausbauen. Mit dem großen Ziel „familienfreundlicher Betrieb für alle“ bündeln wir unsere bisherigen Initiativen und setzen wir einen neuen Schwerpunkt.

ZIELE 2010-2015	ZIELERREICHUNG 2015	ZIELE 2015-2020
EWIGE QUELLE: WENIGER WASSER ENTNEHMEN, ALS AUS NATÜRLICHEM ZUSTRÖM WIEDER ZUFLIESST	ERREICHT - ENTNAHME VON TIEFENWASSER TROTZ MEHRPRODUKTION ETWA KONSTANT	WEITERE NACHHALTIGE BEWIRTSCHAFTUNG DER QUELLE: SPEZIFISCHEN TIEFENWASSERVERBRAUCH AUF 1,49 L PRO LITER ABFÜLLUNG AUF ALLE PRODUKTE SENKEN
10 % WENIGER CO ₂ -AUSSTOSS PRO VERKAUFTEM LITER	MIT 19 % REDUKTION ERREICHT	7 % WENIGER CO ₂ -AUSSTOSS PRO VERKAUFTEM LITER STEIGERUNG DER ENERGIEEFFIZIENZ UM 7 %
30 % SCHIENENANTEIL	MIT 32 % ERREICHT	SCHIENENANTEIL VON CA. 30 % HALTEN, WEITERE LOGISTIKOPTIMIERUNG
50 % RECYCLAT-ANTEIL ÜBER ALLE GEBINDE	MIT 54 % ERREICHT	HOHES NIVEAU VON 54 % WEITERHIN HALTEN
66 % RECYCLAT-ANTEIL ÜBER ALLE VÖSLAUER FLASCHEN	MIT 62 % FAST ERREICHT	HOHES NIVEAU HALTEN: 60 % RECYCLAT-ANTEIL ÜBER ALLE VÖSLAUER FLASCHEN
20 % WENIGER VERPACKUNGSMATERIAL UND -GEWICHT PRO ARTIKEL	MIT 9 % TEILWEISE ERREICHT	WEITERHIN KONSEQUENTE REDUKTION VON VERPACKUNGS- MATERIAL UND -GEWICHT
LEISTUNGSFÄHIGKEIT UNSERER MITARBEITERINNEN BIS INS HOHE ALTER ZU ERHALTEN	TEILWEISE ERREICHT: TEILNAHME BEI BETRIEBLICHER GESUNDHEITSFÖRDERUNG GUT, ABER HERAUSFORDERUNGEN BEI ARBEITSUNFÄLLEN	LEISTUNGSFÄHIGKEIT UNSERER MITARBEITERINNEN BIS INS HOHE ALTER ZU ERHALTEN: WEITERE ERHÖHUNG DER TEILNAHME BEI BETRIEBLICHE GESUNDHEITSFÖRDERUNG AUF > 50 % DER MITARBEITERINNEN, WENIGER ALS 3 ARBEITSUNFÄLLE PRO JAHR, KRANKENSTANDSTAGE UNTER DEM ÖSTERREICH-SCHNITT
		FAMILIENFREUNDLICHER BETRIEB FÜR ALLE

1.3 WIR LEBEN NACHHALTIGKEIT IM GESAMTEN KREISLAUF! WESENTLICHE NACHHALTIGKEITSTHEMEN BEI VÖSLAUER.

NACHHALTIGKEIT IM KREISLAUF.

Im Vöslauer Wertschöpfungskreislauf finden sich unsere konkreten Themenfelder im Sinne der Nachhaltigkeit.¹⁰



¹⁰ G4-8, G4-12, G4-20, G4-21

Fairer Umgang mit Stakeholdern: Unternehmensethik und Einhaltung von Recht, Beschwerdeverfahren

Region: regionaler Wirtschaftsfaktor, Spenden & Sponsoring, wirtschaftliche Leistung

UNTERNEHMENSPORTRÄT VÖSLAUER

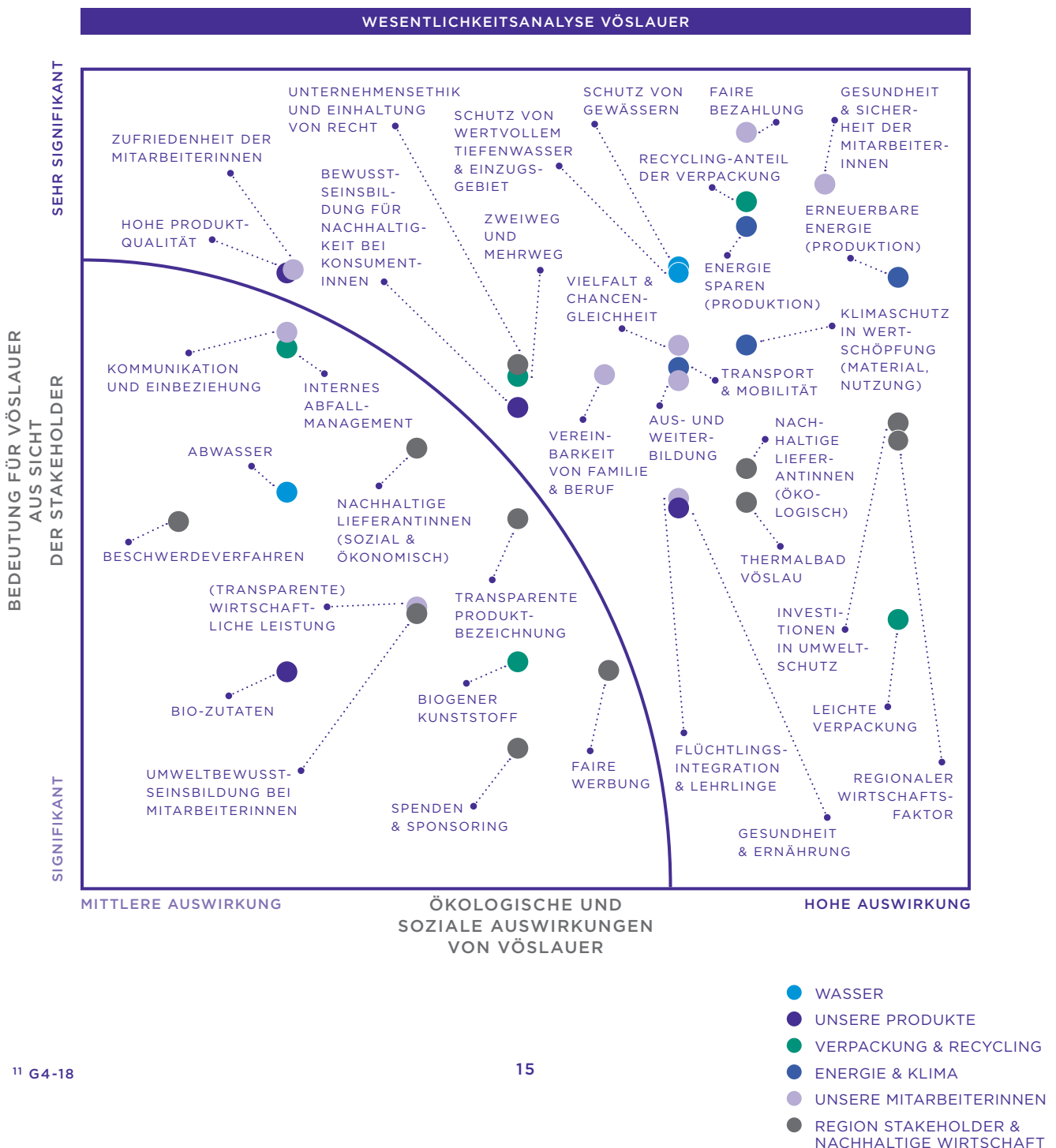
Um die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen aus dem Wertschöpfungskreislauf zu identifizieren, befragten wir jene Personengruppen, die mit Vöslauer in Verbindung stehen: KundenInnen aus Handel und Gastronomie, LieferantInnen und WirtschaftspartnerInnen, MitarbeiterInnen sowie VertreterInnen aus Wissenschaft, 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 die Auswirkungen der Nachhaltig-

keitsthemen auf Umwelt, Gesellschaft sowie Regional- und Volkswirtschaft bewertet. Damit wurden die wesentlichen „Nachhaltigkeits-Impacts“ der Vöslauer AG 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.¹¹

WESENTLICHE NACHHALTIGKEITSTHEMEN DER VÖSLAUER AG:



¹¹ G4-18

EWIGE QUELLE



EWIGE QUELLE

WENIGER WASSER ENTNEHMEN, ALS AUS NATÜRLICHEM ZUSTRÖM WIEDER ZUFLIESST.

Die Quelle ist unser Ursprung. Sie ist Tradition, Lebensader, Naturschatz und Grundlage aller Produkte und Konzepte. Sie ist unser Vorbild für sprudelnde Ideen und Ermahnung, sich täglich zu erneuern.

Unser Wasser ist ein Schatz aus der Vergangenheit. Es kommt aus 660 Meter tief gelegenen Quellen und ist mindestens 15.000 Jahre alt. Dadurch ist das Wasser



völlig unberührt vom menschlichen Einfluss. Es ist klar und rein, frei von Schadstoffen und angereichert mit wertvollen Mineralstoffen.

Unsere Quellen bewirtschaften wir so, dass wir immer weniger Wasser entnehmen, als aus natürlichem Zufluss wieder zufließt. Durch die kontrollierte Wasserentnahme können wir garantieren, dass unser wertvolles Tiefenwasser auch für nachfolgende Generationen vorhanden ist.

Das haben wir erreicht – Das nehmen wir uns vor!

	AUSGANGSPUNKT	ZIEL 2015	STATUS 2015	ZIEL 2020
ALTER DER QUELLE KONSTANT GEMÄSS ALTERSBESTIMMUNG	KONSTANT	KONSTANT	ERREICHT	KONSTANT
EINSPARUNG	100.000 LITER TIEFENWASSER IM VERGLEICH 2012	100.000 LITER	2015 KONNTEN ÜBER 60.000 M ³ EINGESPART WERDEN.	WEITERFÜHRUNG ZIEL 2015
NEU: VERBRAUCH VON TIEFENWASSER PRO LITER GETRÄNK*	1,58 LITER (2013)	1,49 LITER	BEINAHE ERREICHT 1,51 LITER	WEITERFÜHRUNG ZIEL 2015



* inkl. Lizenz und Lohn

2.1 NATURSCHUTZ UND QUELLSCHUTZ. DIE SICHERUNG DER VÖSLAUER QUELLEN FÜR NÄCHSTE GENERATIONEN.

Wertvolles Tiefenwasser ist für unsere Getränke vorgesehen, der Überlauf aus Quelle 1 für Spülung und Reinigung.

Wir sparen wertvolles Tiefenwasser ein, unsere Entnahme liegt unter der behördlich erlaubten Menge.

Das Alter unseres Tiefenwassers bleibt konstant.

Wir setzen uns für ein Schongebiet rund um Bad Vöslau ein.

EINSPARUNG VON WERTVOLLEM TIEFENWASSER.

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.

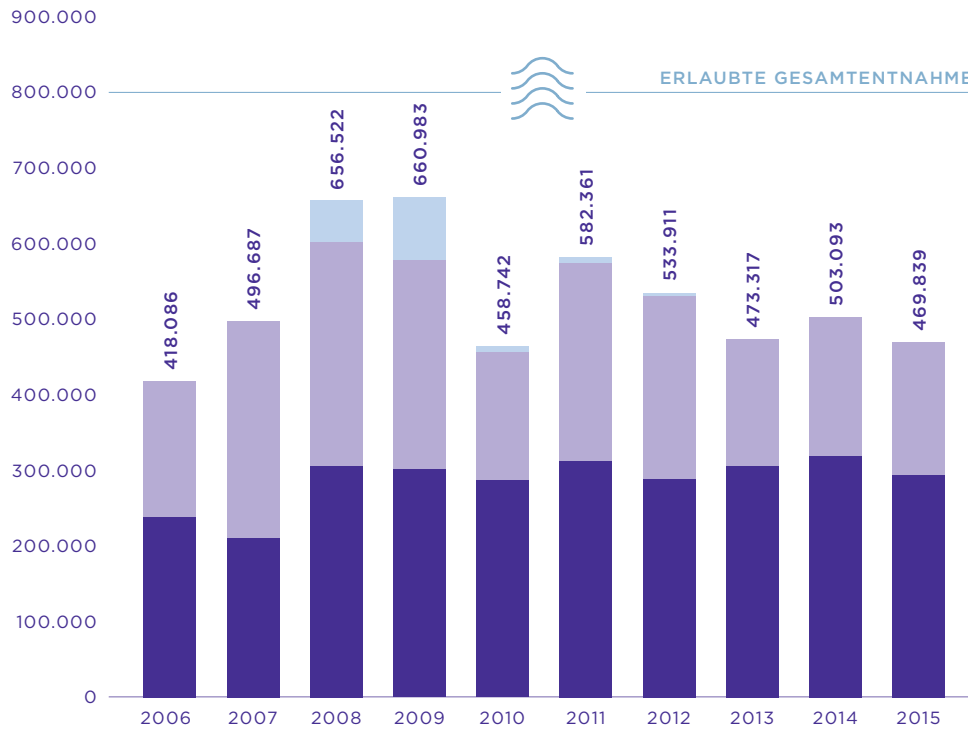
Das Tiefenwasser der Quellen 6 und 7 ist unser wichtigstes Gut und wir reservieren es nur für unsere KundInnen. Um diese Tiefenquellen zu schonen, haben wir in den vergangenen Jahren den Überlauf der Quelle 1 verstärkt für Spül- und Reinigungszwecke genutzt. Dieses Wasser würde ansonsten ungenutzt in 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 2015 rund 470.000 Kubikmeter Tiefenwasser entnommen. Wir haben uns vorgenommen, ausgehend vom Basisjahr 2012, 100.000 Kubikmeter Tiefenwasser einzusparen. Dieses Ziel haben wir noch nicht ganz erreicht – wir arbeiten aber weiter daran. Durch konsequentes Wassermanagement sank in den letzten Jahren der Verbrauch an Tiefenwasser auf 1,51 l pro Getränk. In Zukunft wollen wir 1,49 l erreichen.



ENTNAHME VON TIEFENWASSER

KUBIKMETER



Grafik: Entnahme von Tiefenwasser (Quellen 6, 7 und 7.2)¹²
Darstellung 2008-2015

■ Vöslauer Quelle 6
■ Vöslauer Quelle 7
■ Vöslauer Quelle 7.2

TIEFENWASSER BLEIBT KONSTANT BEI ÜBER 15.000 JAHREN.¹³

Dass wir unser Tiefenwasser nachhaltig nutzen, zeigt sich daran, dass sich an der Alterszusammensetzung des Tiefenwassers 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 Tiefenwassers – aufgrund der geringen Entnahmemengen – konstant bei über 15.000 Jahren bleibt.



QUELLSCHUTZ UND SCHONGEBIET RUND UM BAD VÖSLAU.¹⁴

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 extremen 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.

¹² G4-EN8

¹³ G4-EN9

¹⁴ G4-EN9

2.2 WASSER EFFIZIENT NUTZEN.

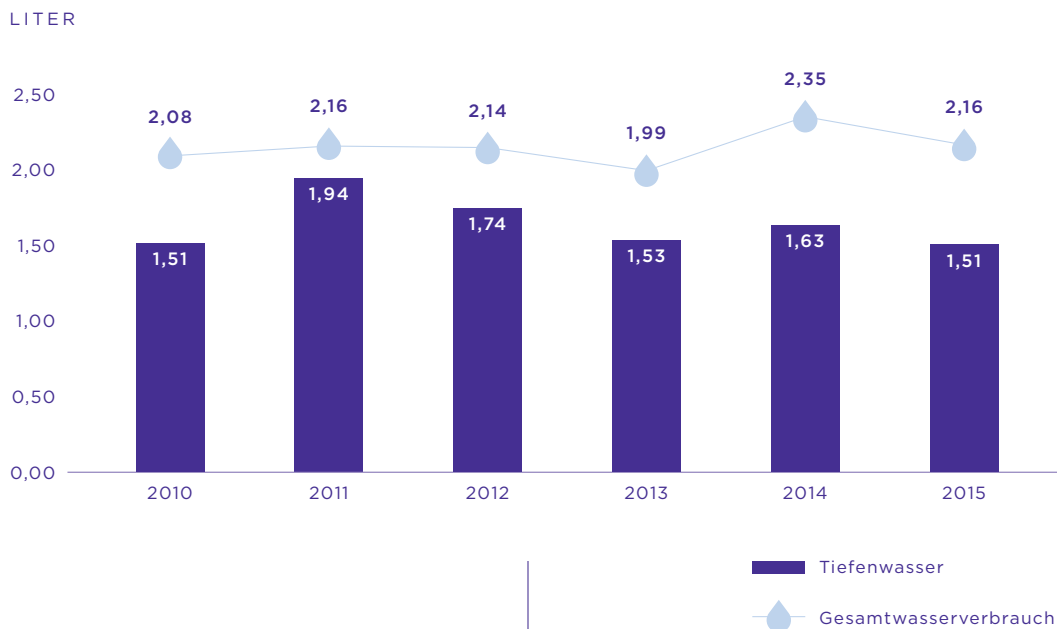
Wir sparen Wasser, wo es nur geht.

Wasser ist ein wertvolles Gut und das bezieht sich nicht nur auf unser 15.000 Jahre altes Tiefenwasser. Deswegen achten wir nicht nur bei der Entnahme unseres Tiefenwassers 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 Tiefenwasser pro Liter Getränk wieder auf 1,5 Liter zu reduzieren. In Zukunft sind weitere Maßnahmen geplant. Details zu den Maßnahmen sind im Anhang näher angeführt.



WASSERVERBRAUCH PRO ABGEFÜLLTEM LITER VÖSLAUER PRODUKTE INKL. LIZENZ UND LOHN



UNSERE PRODUKTE



UNSERE PRODUKTE

GETRÄNKE FÜR EINEN NACHHALTIGEN LEBENSSTIL.

Viel Trinken unterstützt das Wohlbefinden und die Gesundheit. Wir bieten Produkte an, die frei von Kalorien bzw. kalorienarm sind. Die Basis all unserer Produkte ist Vöslauer Mineralwasser mit seiner speziellen Mineralstoffzusammensetzung. Als Marktführer tragen wir dazu bei, dass gesundes Trinkverhalten und Mineralwasser immer mehr Teil des „Lifestyles“ sind.

Gute Produkte brauchen neben der perfekten Basis, wie dem Vöslauer Tiefenwasser, auch faire Zutaten, das ist uns bewusst. Deswegen achten wir speziell darauf, dass für „Vöslauer Bio“ (Limonade) und die Near-Water-Getränke „Vöslauer Balance bzw. Balance Juicy“ nur natürliche Zutaten gewählt werden. Bei biologischem Anbau und Fair Trade setzen wir starke Impulse.

Das haben wir erreicht – Das nehmen wir uns vor!

	STATUS 2015	ZIEL 2020
KALORIENARME GETRÄNKE	DURCHSCHNITT ALLER VÖSLAUER PRODUKTE UNTERSCHREITET GRENZE „KALORIENARM“ BEI WEITEM.	WEITERFÜHRUNG STATUS
RÜBENZUCKER AUS BIOLOGISCHEM ANBAU	DER GESAMTE ZUCKERBEDARF FÜR VÖSLAUER BIO-LIMONADE STAMMT AUS BIOLOGISCHEM ANBAU AUS ÖSTERREICH.	WEITERFÜHRUNG STATUS
NEU: VÖSLAUER PRODUKTE EIGNEN SICH FÜR PERSONEN MIT FRUKTOSEUNVERTRÄGLICHKEIT.	VERTRÄGLICHKEIT DER MINERALWASSERPRODUKTE	AB 2016 VERTRÄGLICHKEIT ALLER VÖSLAUER PRODUKTE INKLUSIVE BALANCE UND BIO
NEU: PARTNER DES FAIRTRADE ZUCKERPROGRAMMS	-	WIR SIND PARTNER DES FAIR-TRADE ZUCKERPROGRAMMS UND UNTERSTÜTZEN EINEN FAIREN UND ÖKOLOGISCHEN ANBAU IN ENTWICKLUNGSLÄNDERN.

3.1 DAS LIFESTYLE-WASSER FÜR MEHR WOHLBEFINDEN. GESUNDHEIT UND ERNÄHRUNG.

Wir positionieren Mineralwasser als Lifestyle-Aspekt und tragen so dazu bei, dass mehr Menschen gesundes Trinkverhalten leben.

Die überwiegende Mehrheit unserer Getränke hat keinen oder geringen Kaloriengehalt.

Mit Ende 2015 eignen sich alle unsere Getränke für Menschen mit Fruktosemalabsorption.

MINERALWASSER ALS TEIL EINES GESUNDEN LEBENSSTILS.

Wasser bei sich zu tragen, ist mittlerweile ein Gesundheits- und Stylingaspekt. 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 umgeben uns gern mit anspruchsvollem Design und schaffen so Genuss für alle Sinne. Um diesem Motto treu zu bleiben, streben wir immer wieder Kooperationen mit namhaften KünstlerInnen und DesignerInnen an: wie zum Beispiel im Jahr 2015 mit den formschönen Gläsern und Trinkbechern, die in Kooperation mit dem Designduo POLKA umgesetzt wurden.

Kampagnen zur Bewusstseinsbildung, die zu einem gesünderen Lebensstil mahnen, sind nicht immer effektiv. Wir glauben: Unsere Art der Kommunikation bewirkt, dass mehr Menschen ihr Wohlbefinden durch gesundes Trinkverhalten steigern.



MINERALSTOFFE FÜR DEN KÖRPER.¹⁵

Vöslauer Natürliches Mineralwasser zeichnet sich durch seinen Mineralstoffgehalt aus. Gerade Mineralstoffe sind für uns wichtig, da sie genauso wie Vitamine nicht vom Körper selber 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.¹⁶

Im Rahmen unseres oft sehr hektischen und schnelllebigen Lebensstils achten wir viel 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 und still 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. Vöslauer Bio-Limonade ist mit 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.

KALORIENGEHALT	
VÖSLAUER GETRÄNKE 2015	KCAL/100 ML
VÖSLAUER BIO	22-24
GRENZE FÜR „KALORIENARME“ GETRÄNKE*	20
VÖSLAUER BALANCE (DURCHSCHNITT)	16-18
VÖSLAUER MINERALWASSER	0,0
DURCHSCHNITT ALLER VÖSLAUER GETRÄNKE	2,1*

* Behördlicher Grenzwert, bis zu dem ein Getränk in Österreich als „kalorienarm“ bezeichnet werden kann.

¹⁵ G4-FP7

¹⁶ G4-FP6

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 Frucht-saftanteil). Der Anteil an freier Fruktose konnte durch die Süßung mit Saccharose um 60–95 Prozent reduziert werden und beträgt nun zwischen 0,1–1,5 g/100 ml. Der Geschmack und der Kaloriengehalt von Vöslauer Balance haben sich dabei nicht verändert.

3.2 BIO & FAIR TRADE. WIR ACHTEN AUF DAS, WAS „REIN“-KOMMT. NATÜRLICHE UND NATURNAHE INHALTSSTOFFE.

Wir verwenden ausschließlich natürliche Aromen und verzichten nach wie vor auf künstliche Süßungsmittel.

Vöslauer Bio ist Österreichs erste Premiumlimonade zu 100 Prozent aus kontrolliert biologischer Landwirtschaft.

Wir sind Partner des Fairtrade Zuckerprogramms.

NATÜRLICHE INHALTSSTOFFE.

Sowohl Saccharose (gewöhnlicher Haushaltszucker) 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 nach wie vor 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.¹⁷

Vöslauer Bio ist Österreichs erste Premiumlimonade mit Früchten und Zucker, die zu 100 Prozent aus kontrolliert biologischer Landwirtschaft stammen. 2015 wurden 92 Tonnen Bio-Rübenzucker bezogen. Damit liegt der Bio-Anteil unter sämtlichen aus der Landwirtschaft stammenden Inhaltsstoffen¹⁸ bei 4,5 Prozent.

FAIRTRADE ZUCKERPROGRAMM.¹⁹

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 01.01.2016 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/Kleinbäuerinnen ab.



¹⁷ G4-FP2

¹⁸ Fruktose, Saccharose, Rübenzucker, natürliche Aromen und Extrakte von Früchten, Blüten und Kräutern, Fruchtanteile

¹⁹ G4-FP2

VERPACKUNG & RECYCLING



WIR VERPACKEN ÄSTHETISCH, PRAKTISCH UND ÖKOLOGISCH.

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 Recyclat-Anteils über alle Gebinde.

Ziel ist ein effizienter Umgang mit Materialien, um so nachhaltig unsere Umwelt zu schützen. Gleichzeitig gehen wir keine Kompromisse bei Qualität, Ästhetik und Funktionalität ein.

*Das haben wir erreicht –
Das nehmen wir uns vor!*

	AUSGANGSPUNKT 2010	ZIEL 2015	STATUS 2015	ZIEL 2020
EINFÜHRUNG GLAS-MEHRWEG-FLASCHE FÜR DEN HANDEL	-	10/2014: ERFOLGREICHE EINFÜHRUNG IM LEH	ERREICHT	WEITERFÜHREN
STEIGERUNG RECYCLAT-ANTEIL BEI ALLEN PET-FLASCHEN (INKL. LIZENZ- UND LOHN-ABFÜLLUNG FÜR PEPSI-COLA UND ALMDUDLER)	34 %	50 %	54%	RECYCLAT-ANTEIL HALTEN
STEIGERUNG RECYCLAT-ANTEIL BEI VÖSLAUER PET-FLASCHEN	50 %	66 %	62 %	> 60 %
RECYCLING VON GETRÄNKEKISTEN	-	AUS ALT MACH NEU	ERREICHT	WEITERFÜHREN
REDUKTION VON VERPACKUNGSMATERIAL UND -GEWICHT UM 20 % PRO ARTIKEL	28,1 G	22,5 G	25,7 G	WEITERE REDUKTION DES VERPACKUNGSMATERIALS UND -GEWICHTS

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

Wir bieten für jedes Bedürfnis die richtige Gebindeform.

2015 forcierten wir Glas-Mehrweg für den Handel.

Wir optimieren alle Systeme – ob Einweg, Zweiweg oder Mehrweg. Dadurch verbesserte sich in den vergangenen Jahren der Umweltfußabdruck aller Gebinde.

GLAS-MEHRWEG.

Für die Gastronomie bieten wir seit Jahren Glas-Mehrweg an. Im Oktober 2014 ist uns darüber hinaus erfolgreich gelungen, eine Glas-Mehrwegflasche im Handel einzuführen. Mit diesem Angebot erfüllen wir ein Marktbedürfnis und bleiben gleichzeitig unserem eigenen Anspruch an Ästhetik, Innovation und Nachhaltigkeit treu. 2015 haben wir Glas-Mehrweg im Handel weiter forciert. Entsprechend stieg der Anteil an der Gesamtabfüllung auf über acht Prozent. Die Vöslauer Glasflaschen werden bei uns nach ihrer gründlichen Reinigung wieder neu befüllt und ausgegeben. Wir gehen davon aus, dass eine Vöslauer Glas-Mehrwegflasche im Durchschnitt mindestens 15 Mal ins Werk zurückkommt, um dort gereinigt und wieder befüllt zu werden.



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 95 Prozent. Der Vorteil des Vöslauer Zweiweg-Systems: das sortenreine Material sichert eine ausreichende Menge an qualitativ hochwertigem PET-Recyclat!

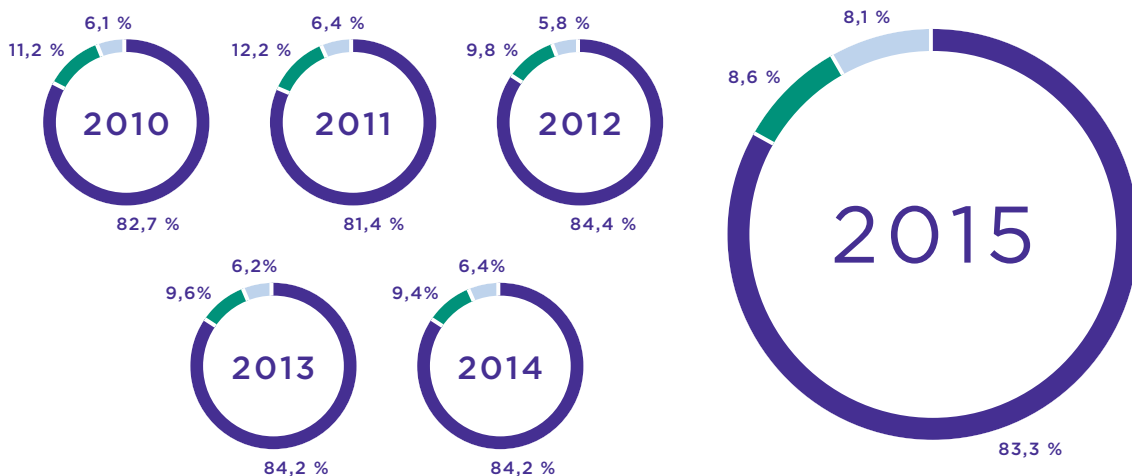
PET-EINWEG.

Die Entsorgung der PET-Einwegflasche erfolgt über die Kunststoffsammlung. Das gesammelte Material wird zu Recycling-PET verarbeitet. So werden aus Flaschen wieder Flaschen – übrigens mit dem höchsten Recyclat-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 GmbH beteiligt. Damit tragen wir wesentlich dazu bei, dass hochwertiges PET-Recyclingmaterial am österreichischen Markt erhältlich ist. In der PET to PET Anlage werden jährlich rund 570 Millionen PET-Flaschen verarbeitet und der Wiederverwertung in Lebensmittelverpackungen zugeführt.²⁰

ANTEIL MEHRWEG - ZWEIWEG - EINWEG AN DER GESAMTABFÜLLUNG²¹



²⁰ G4-EC8
²¹ G4-EN28

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

Unsere Recyclat-Anteile gehören zu den höchsten der Getränkeindustrie und das soll so bleiben!

Wir hatten uns zwei Ziele zum Anteil an Recyclat-Material gesetzt – eines zu den PET-Flaschen unserer eigenen Vöslauer Getränke, eines zu allen PET-Flaschen inklusive der Lizenzabfüllung für Pepsi und der Lohnabfüllung für Almdudler. 2015 haben wir unser Ziel, den Recyclat-Anteil bei sämtlichen PET-Flaschen auf 50 Prozent zu erhöhen, mehr als erreicht. Das Ziel zu unserer eigenen PET-Flaschen legten wir mit 66 Prozent Recyclat-Anteil ehrgeiziger an. Wir machten gute Fortschritte, bei allen Vöslauer 1,5-Liter-Flaschen halten wir sogar einen Anteil von 70 Prozent. In Summe stellte sich dieses Ziel unter den gegebenen Marktumständen aber als zu ehrgeizig heraus.

Bezüglich des Einsatzes von biogenem Kunststoff beobachten wir den Markt, um möglicherweise auch hier Innovationspotenzial in Zukunft ausschöpfen zu können.



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

Unsere 1-Liter-Glas-Mehrwegflasche ist zehn Prozent leichter als herkömmliche Glasflaschen.

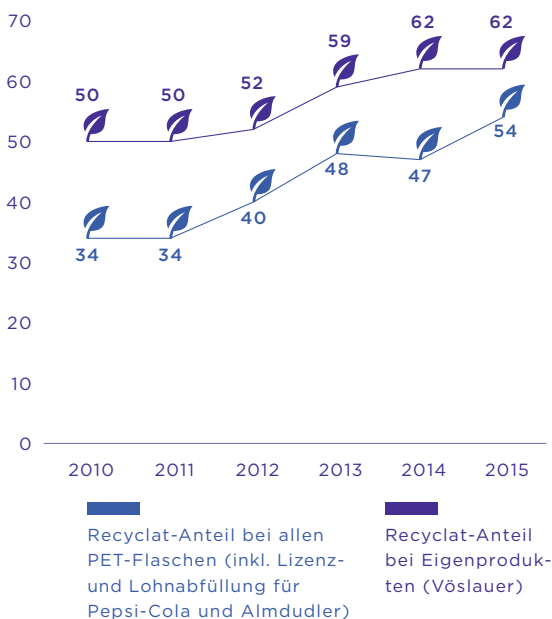
Von 2010 bis 2015 machten wir unsere PET-Flaschen um durchschnittlich zehn Prozent leichter.

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

Bei allen unseren PET-Gebinden konnten wir im Vergleich zu 2010 durchschnittlich rund zehn Prozent Material einsparen. Die gewünschte Reduktion von 20 Prozent konnte nicht erzielt werden. 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.

RECYCLAT-ANTEILE BEI PET-FLASCHEN²²



²² G4-EN2

NUMMER 1 BEIM KLIMASCHUTZ



ENERGIE & KLIMA.

Wir sind gefordert, so zu leben und zu wirtschaften, dass von Jahr zu Jahr weniger klimaschädliches CO₂ in die Atmosphäre gelangt. Die Klimakonferenz in Paris im Jahr 2015 hat hier wieder neue Impulse gesetzt.

Auch für Vöslauer war 2015 bezüglich Klimaschutz wichtig. Fünf Jahre zuvor hatten wir uns zum Ziel gesetzt: pro Liter Mineralwasser zehn Prozent weniger CO₂ bewirken. Und zwar umfassend betrachtet: von der Rohstoffherzeugung bis zum Recycling. Es freut uns zu verkünden: Wir haben dieses Ziel nicht nur erfüllt, sondern sogar getoppt. Die Einsparung lag bei 19 Prozent CO₂ pro Liter!

Unsere Fortschritte waren auch groß genug, dass wir – wieder umfassend gesehen vom Rohstoff bis zum Recycling – nun pro Jahr 7.000 Tonnen CO₂ weniger bewirken. Dies entspricht einer absoluten Einsparung von 17 Prozent. Und das, obwohl wir mehr Getränke erzeugen.

Unser Umbau zu einer klimafreundlichen Wirtschaft hat begonnen. Und wir machen weiter. Durch die Wahl der richtigen Materialien und Vorprodukte, effiziente Produktion, den Einsatz erneuerbarer Energie, Recycling und Mehrweg streben wir weiterhin ehrgeizige Klimaziele an.

*Das haben wir erreicht –
Das nehmen wir uns vor!*

	AUSGANGSPUNKT	ZIEL 2015	STATUS 2015	ZIEL 2020
CO ₂ -FUSSAB-DRUCK UNSERER GETRÄNKE	131 G CO ₂ -ÄQU. (2010)	118 G CO ₂ -ÄQU.	106 G CO ₂ -ÄQU.	99 G CO ₂ -ÄQU.
VERRINGERUNG DES CO ₂ -AUSSTOSSES PRO VERKAUFTEM LITER	-	MINUS 10 %	ERREICHT	WEITERE MINUS 7 %
SCHIENENANTEIL IM TRANSPORT ZU UNSEREN KUNDINNEN	27,5 % (2013)	30 %	31,5 %	ANTEIL > 30 % HALTEN
NEU: KLIMA:AKTIV PAKT2020 ENERGIEEFFIZIENZ VON 2005 BIS ZUM JAHR 2020 UM 22 % STEIGERN	-	-	STEIGERUNG UM 15 % VERGLICHEN MIT 2005 BEREITS ERREICHT	STEIGERUNG UM 22 % VERGLICHEN MIT 2005

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

Pro Liter Getränk verringerten wir die CO₂-Emissionen seit 2010 um fast 20 Prozent.

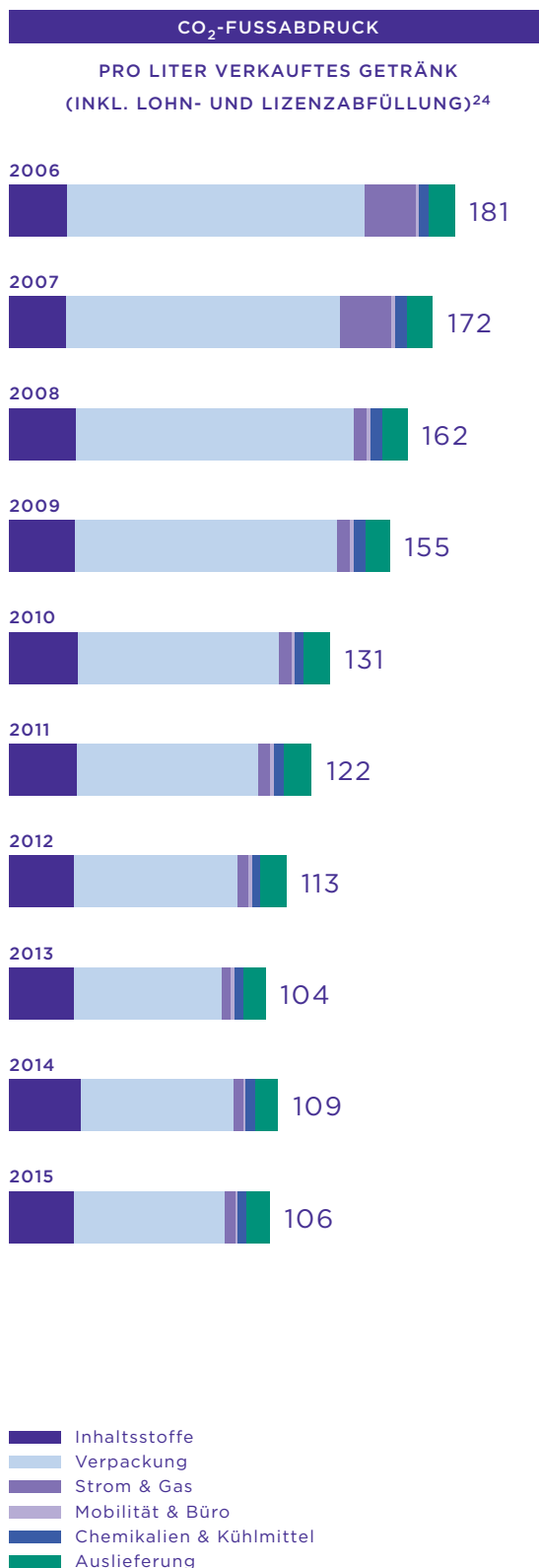
2015 waren unsere Gesamtemissionen um 7.000 Tonnen geringer als 2010 – obwohl wir mehr Getränke abfüllen!

Jeder unserer Produktionsschritte hinterlässt einen CO₂-Fußabdruck, den sogenannten Carbon Footprint. Der gesamte CO₂-Verbrauch pro Liter Vöslauer errechnet sich dabei aus den verschiedenen Teilbereichen wie Inhaltsstoffe, Verpackung, Transport, MitarbeiterInnen, Kühlmittel sowie Strom- und Energieverbrauch bei der Produktion. Von 2010 bis 2015 haben wir es geschafft, den CO₂-Verbrauch pro Liter Getränk um 19 Prozent zu senken. Bis 2020 wollen wir eine Reduktion von weiteren sieben Prozent schaffen.

Der größte Teil des CO₂-Fußabdruckes unserer Getränke liegt außerhalb der eigenen Werkstore. Insbesondere die Verpackung ist ein wesentlicher Faktor im CO₂-Fußabdruck. Die Erhöhung des Recyclat-Anteils und Gewichtseinsparungen – so wie im vorhergehenden Kapitel beschrieben – konnten den CO₂-Fußabdruck deshalb deutlich verringern. Auch die Erhöhung des Schienenanteils bei der Auslieferung ließ den CO₂-Fußabdruck deutlich sinken. Insgesamt gelang es uns, fast jeden Teilbereich des CO₂-Fußabdrucks zu verringern.

Unser Engagement für Klimaschutz kommt auch bei der Umwelt an. Nicht nur die Emissionen pro Liter Getränk haben wir verringert, auch der gesamte CO₂-Ausstoß ist gesunken. 2010 betrug die Gesamtemissionen unserer Produkte von den Materialien bis zur Auslieferung rund 40.000 Tonnen CO₂-Äquivalente. 2015 waren es etwa 33.000 Tonnen. Diese Einsparung gelang, obwohl wir im selben Zeitraum mehr Getränke abfüllten.²³

Wir wollen den CO₂-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.



²³ G4-EN15 bis G4-EN17, G4-EN19

²⁴ G4-EN18 und G4-EN30

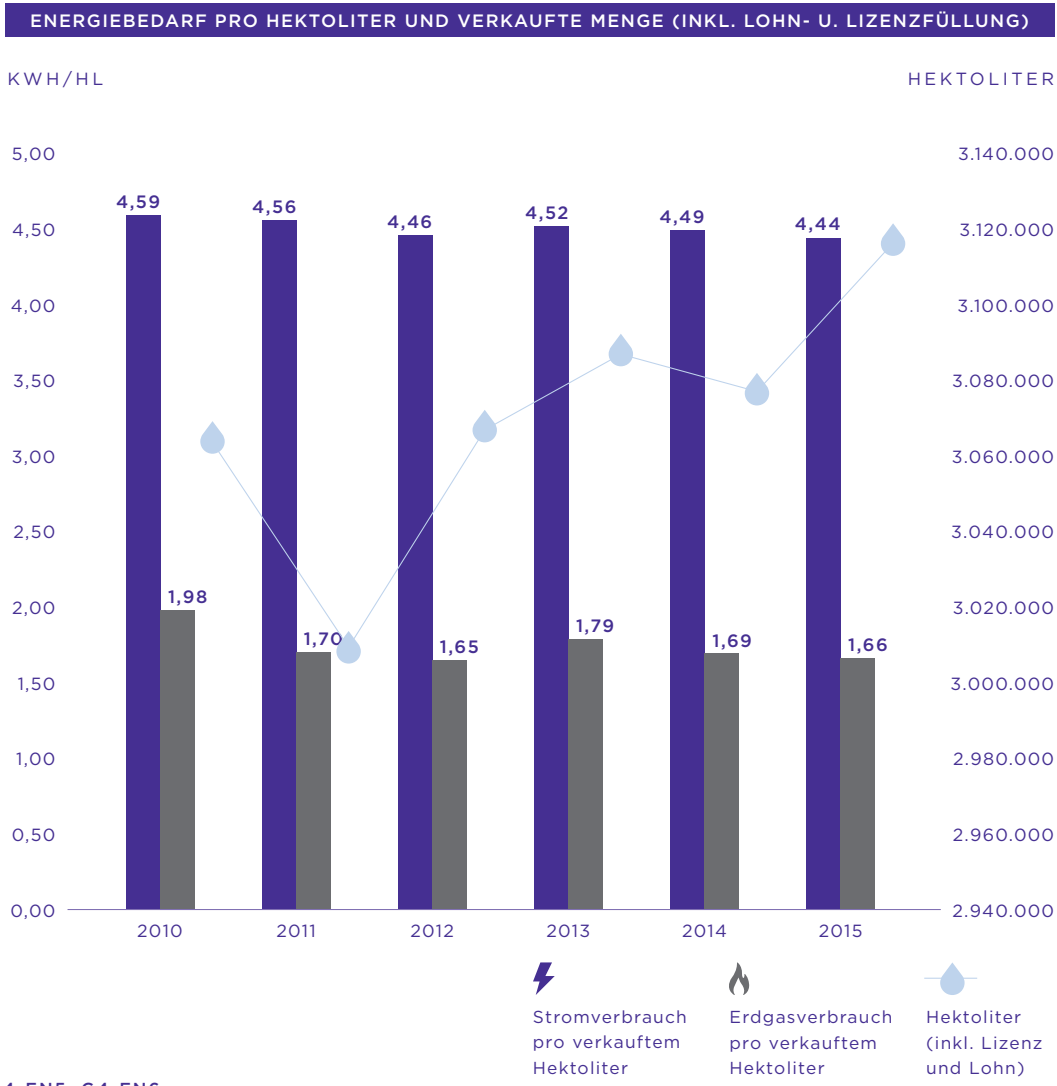
**5.2 MEHR GETRÄNKE
PRODUZIEREN – WENIGER ENERGIE
VERBRAUCHEN. ENERGIEEFFIZIENZ
UND ERNEUERBARE ENERGIE.²⁵**

*Wir sind auf Kurs, die freiwilligen Effizienzziele
des klima:aktiv pakt2020 zu erfüllen.*

*Unser Energieverbrauch sinkt –
pro Liter Getränk wie auch insgesamt.*

Wir sind Partner des klima:aktiv pakt2020, der Klimaschutzinitiative des Lebensministeriums. 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 5.200 MWh, der Stromverbrauch von rund 14.100 auf 13.900 MWh. Und wir machen weiter: Eine Optimierung der Heißwasseranlage soll in Zukunft 860 MWh Erdgas jährlich einsparen. Die Optimierung unserer Streckblasmaschinen soll den jährlichen Stromverbrauch um 300 MWh senken. Ebenso planen wir die Errichtung einer Photovoltaikanlage. Sie wird den Stromverbrauch aus dem Netz weiter senken. Wir beziehen Strom aus 100 Prozent Wasserkraft. Details zu weiteren geplanten sowie getätigten Effizienzmaßnahmen finden sich im Nachhaltigkeitsprogramm im Anhang des vorliegenden Berichtes.



²⁵ G4-EN3, G4-EN5, G4-EN6

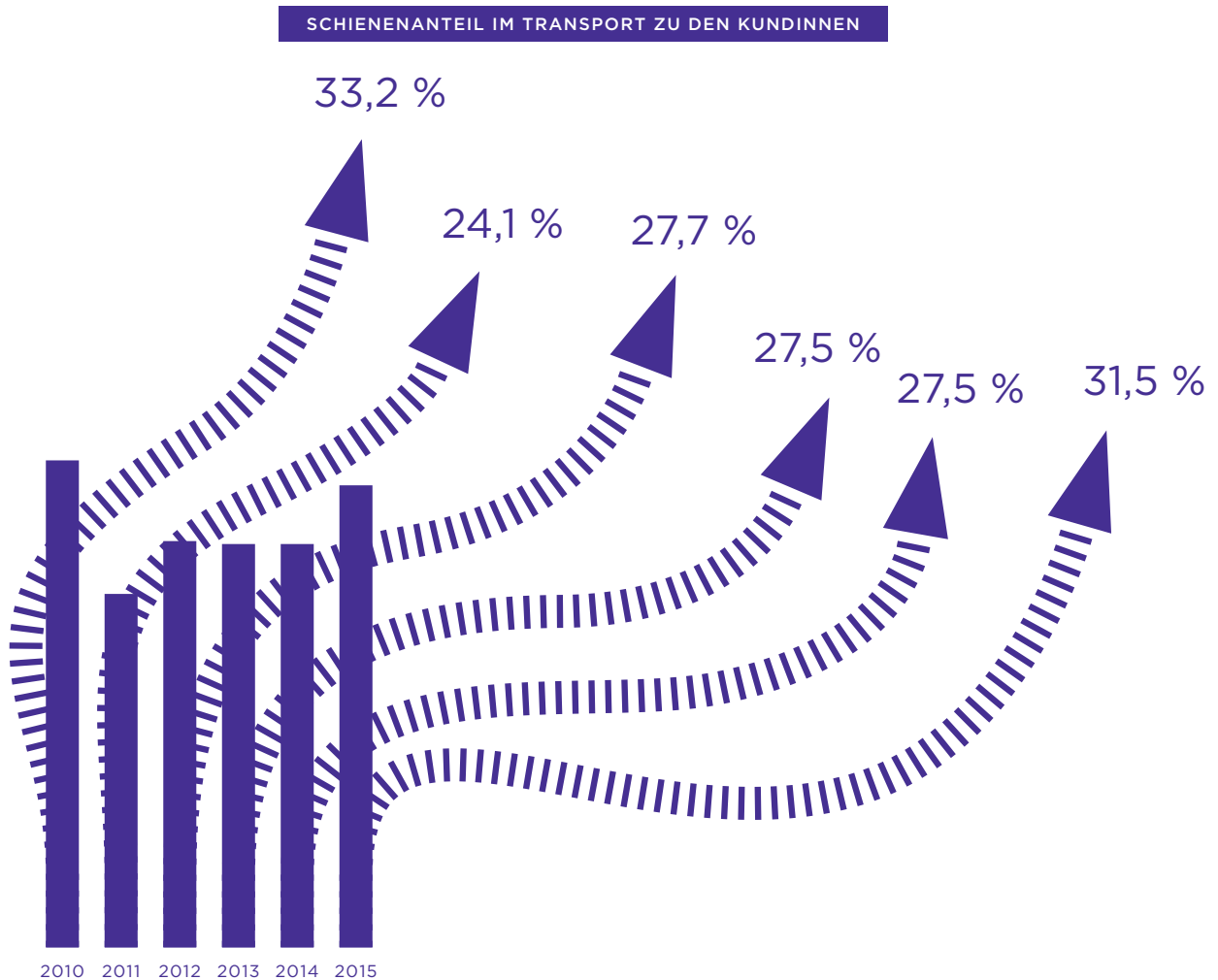
**5.3 _____ WIR SIND GUT
UNTERWEGS – MIT DEM RICHTIGEN
MOBILITÄTS-MIX. LOGISTIK UND
MOBILITÄT.²⁶**

*Knapp ein Drittel unserer Getränke wird
per Schiene an unsere KundInnen ausgeliefert.
Diesen sehr guten Wert wollen wir halten.*

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 stim-

men 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 über 30 Prozent erhöhen. 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. Ein Überblick zu den Maßnahmen findet sich im Nachhaltigkeitsprogramm im Anhang des vorliegenden Berichtes.



²⁶ G4-EN30

UNSERE MITARBEITERINNEN



UNSERE MITARBEITERINNEN

Was wäre ein Unternehmen ohne seine MitarbeiterInnen? Der Erfolg von Vöslauer ist das Verdienst unserer 193 MitarbeiterInnen, die sich mit Engagement und Herz dafür einsetzen, dass unsere KundInnen ein Top-Produkt bekommen und dass Vöslauer zu der Marke wurde, die sie heute ist. Veränderungen sind für uns selbstverständlich und Weiterentwicklung ein Muss. Wer bei uns oder für uns arbeitet, braucht Ehrgeiz, Neugier, Kreativität, Sorgfalt und Veränderungsbereitschaft. Und ein großes Herz.

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.

Das haben wir erreicht – Das nehmen wir uns vor!

	AUSGANGSPUNKT	ZIEL 2015	STATUS 2015	ZIEL 2020
FLUKTUATIONS-RATE AUF NIEDRIGEM NIVEAU HALTEN	11,6 % (2013)	< 10 %	7,8 % ERREICHT	< 10 % HALTEN
LEISTUNGS-FÄHIGKEIT UNSERER MITARBEITERINNEN BIS INS HOHE ALTER	-	< DREI ARBEITS-UNFÄLLE PRO JAHR, ERHÖHUNG PENSIONS-ANTRITTSALTER, KRANKENSTANDS-TAGE UNTER ÖSTERREICH-DURCHSCHNITT, > 55 % UNSERER MITARBEITERINNEN NEHMEN AN BETRIEBLICHER GESUNDHEITS-FÖRDERUNG TEIL	KLARE FORT-SCHRITTE – ABER ZIELE NOCH NICHT ERREICHT	ZIELE WEITER-VERFOLGEN (AUSSER PENSIONS-ANTRITTSALTER)
NEU: EXTERNES AUDIT ZUM THEMA VEREINBARKEIT VON BERUF & FAMILIE	-	-	-	TEILNAHME AM AUDIT BERUFUNDFAMILIE 2016
NEU: ANERKANNTEN FLÜCHTLINGEN EINE ARBEITS-STELLE BIETEN	-	-	-	FÜNF MITARBEITERINNEN MIT ANERKANNTEM ASYLSTATUS BIS 2020

UNSERE MITARBEITERINNEN

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

Durch unseren Erfolg steigt die Zahl der MitarbeiterInnen.

Die Fluktuationsrate ist auf dem niedrigsten Wert seit 2010.

Laut Great Place to Work® liegt die Zufriedenheit unserer MitarbeiterInnen über dem Benchmark der Industrie in Österreich.

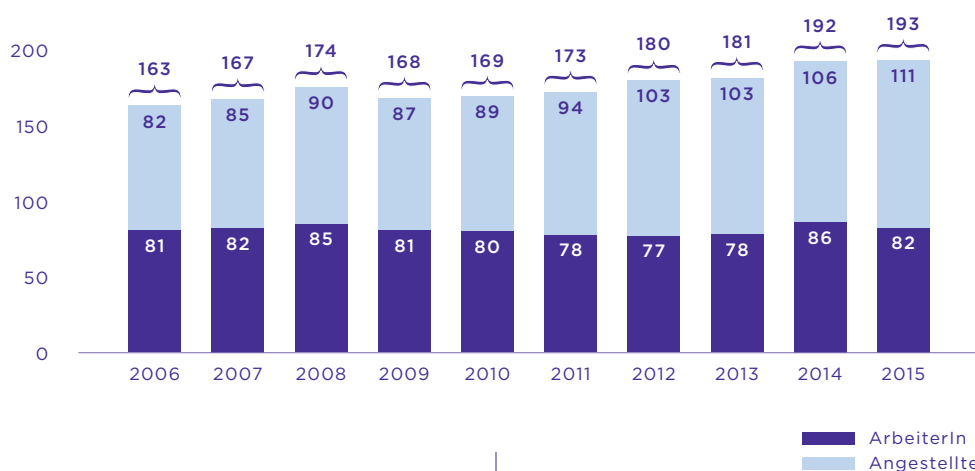


Seit 2006 wächst unser Team ständig, mittlerweile zählen wir 193 MitarbeiterInnen. Und wir sind ein

stabiler Arbeitgeber. Im Durchschnitt arbeitete 2015 eine MitarbeiterIn seit knapp zehn Jahren bei uns. Die Fluktuationsrate sank 2015 auf 7,8 Prozent – der niedrigste Wert seit 2010.²⁷

Die Ergebnisse der Befragung „Great Place to Work“ im Jahr 2015 bestätigen die Zufriedenheit unserer MitarbeiterInnen. Die Zustimmung zur Aussage „Alles in allem kann ich sagen, dies hier ist ein sehr guter Arbeitsplatz“ lag deutlich über dem Benchmark der österreichischen Industrie und Produktion. Unsere MitarbeiterInnen sind besonders stolz auf unsere Produkte und auf das, was sie gemeinsam leisten. Sie schätzen, dass ihnen Verantwortung übertragen und Vertrauen entgegengebracht wird. Gegenüber 2011 wurden wir besser darin, über wichtige Themen und Veränderungen zu informieren, hier gibt es aber weiteres Potenzial. In der Kommunikation wünschen sich unsere MitarbeiterInnen klare Erwartungen und direkte Antworten.

ANZAHL DER MITARBEITERINNEN (IN VOLLZEITÄQUIVALENTEN)



²⁷ G4-LA1

6.2 _____ VÖSLAUER STEHT FÜR WOHLBEFINDEN - DAS LEBEN WIR AUCH INTERN! GESUNDHEIT & SICHERHEIT UNSERER MITARBEITERINNEN.

Umfrage: MitarbeiterInnen schätzen unser Engagement für Gesundheit.

Mehr als die Hälfte unserer MitarbeiterInnen nimmt am Vöslauer-Gesundheitsprogramm teil.

Fortschritte bei den Gesundheitskennzahlen, Zielerreichung steht aber noch aus.

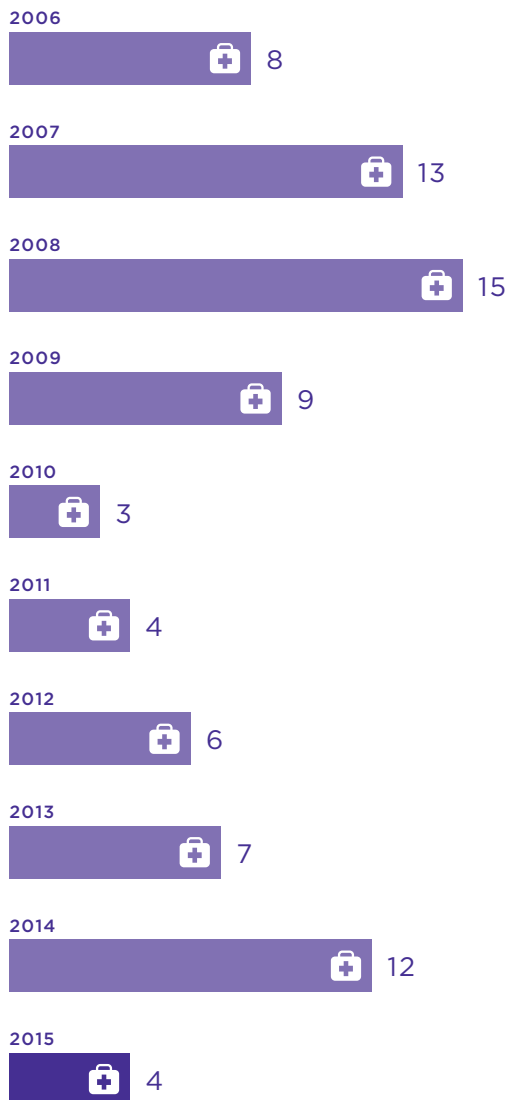
Unsere Marke steht für Wohlbefinden, Leichtigkeit und Natürlichkeit. Da ist es nur konsequent, dass wir auf die Gesundheit der Menschen achten, die bei uns arbeiten. Es ist unser großes Ziel, mit all unseren Kräften die Leistungsfähigkeit unserer MitarbeiterInnen bis ins hohe Alter zu erhalten. Dem sind wir deutlich näher gekommen, wir sind aber noch nicht da, wo wir sein wollen: Die durchschnittlichen Krankenstandstage pro MitarbeiterIn lagen 2015 bei uns bei 13,8 Tagen und somit im Bereich des österreichischen Durchschnitts von 13 Tagen.²⁸ Wir konnten auch mehr MitarbeiterInnen für unser Programm zur betrieblichen Gesundheitsförderung gewinnen. Doch unsere hoch gesteckten Ziele erreichten wir dennoch noch nicht – für uns ein Auftrag, hartnäckig dranzubleiben!

Auf die Inhalte unserer betrieblichen Gesundheitsförderung sind wir stolz! Dieses Programm umfasst Leistungen wie Fitness-Karten, Rücken Fit, Gesundenuntersuchungen oder Raucherentwöhnung und wird laufend ausgebaut. 2015 wollen wir Leistungen unseres Thermalbads für unsere MitarbeiterInnen anbieten. Mehr geplante Leistungen sind im Nachhaltigkeitsprogramm im Anhang dargestellt.²⁹

Was uns freut: Unsere MitarbeiterInnen gaben uns bei der Umfrage Great Place to Work® Top-Werte zum Thema Gesundheit und Sicherheit. Besondere Fortschritte seit 2011 gelangen uns demzufolge bei der Sorge um die psychische und emotionale Gesundheit am Arbeitsplatz.



ANZAHL DER ARBEITSUNFÄLLE



²⁸ G4-LA6

²⁹ G4-LA5

6.3 WIR WERDEN FAMILIE & BERUF GERECHT. VEREINBARKEIT VON BERUF & FAMILIE.

Zahlreiche Maßnahmen sind gesetzt.

Ab 2016 nehmen wir am Audit „berufundfamilie“ teil.

Frauen wie Männer wollen Familie & Beruf bestmöglich vereinen. Wir setzen viele Maßnahmen, diese beiden Lebensbereiche in Einklang zu bringen – etwa durch flexible Arbeitsmodelle oder individuelle Karenzlösungen für Männer und Frauen. Auch durch familienbewusstes Verhalten der Führungskräfte sowie Fortbildungs- und Fördermöglichkeiten der Beschäftigten mit Familie setzen wir klare Impulse. 2015 waren sieben Frauen bei Vöslauer in Karenz und acht Frauen in einer Teilzeitbeschäftigung. Für flexible und individuelle Lösungen sind wir als Arbeitgeber für alle MitarbeiterInnen offen.³⁰

Aufmerksam verfolgen wir die Ergebnisse der Umfrage Great Place to Work®, die wir Ende 2015 durchführten. In der Zustimmung zur Aussage „Die MitarbeiterInnen werden ermutigt, einen guten Ausgleich zwischen Berufs- und Privatleben zu finden“ liegen wir zwar leicht über dem Durchschnitt der Industrie und Produktion in Österreich, aber wir haben hier für uns einen Handlungsbedarf erkannt.

In Zukunft wollen wir uns dem Thema strukturiert widmen, bisherige Initiativen bündeln und Neues identifizieren. 2016 nehmen wir daher am externen Audit „berufundfamilie“ teil.



6.4 WIR LEBEN VIELFALT IN ALLEN DIMENSIONEN! VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT.

Hoher Frauenanteil bei Angestellten und Führungspositionen.

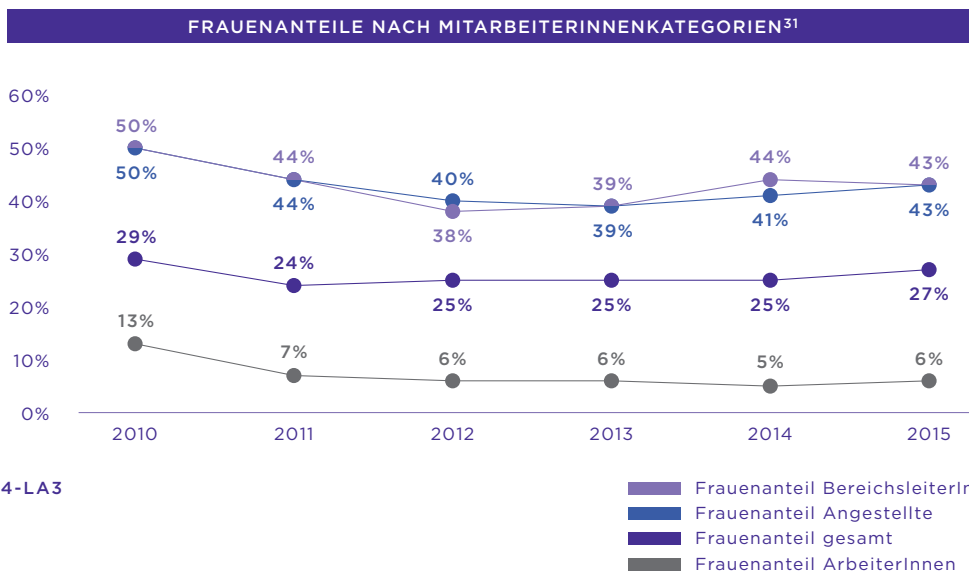
Einkommen von Männern und Frauen deutlich näher aneinander als im Österreich-Schnitt.

Unser Ziel: fünf Personen mit Flüchtlingsstatus aufnehmen.

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

Unsere interne Umfrage im Rahmen von Great Place to Work® 2015 ergab eindeutig das Bild, dass Chancengleichheit bei uns wirklich gelebt wird. Was uns besonders freute: Die Zustimmung ist seit der letzten Umfrage im Jahr 2011 sogar noch deutlich gestiegen.

Unsere beiden Vorstände sind Männer, aber knapp die Hälfte unserer zehn BereichsleiterInnen sind Frauen. Der Anteil der Frauen unter den Angestellten stieg in den vergangenen drei Jahren auf 43 Prozent. Berücksichtigt man neben den Bereichsleitungen auch noch die Abteilungsleitungen, erreicht der Frauenanteil unter den Führungskräften sogar 55 Prozent. Unter den ArbeiterInnen ist der Frauenanteil erwartungsgemäß niedrig, fünf Frauen sind hier bei uns tätig. Die Fluktuationsrate bei den Frauen ist etwas geringer als bei den Männern.



³⁰ G4-10 und G4-LA3

³¹ G4-LA12

UNSERE MITARBEITERINNEN

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. Als Arbeitgeber bekennen wir uns dazu, Gehaltsunterschiede zwischen den Geschlechtern sukzessive anzugleichen.³²

Wir wollen fünf Personen mit anerkanntem Flüchtlingsstatus aufnehmen. 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.

6.5 WIE WIR UNS WEITERBILDEN. AUS- UND WEITERBILDUNG.³³

Die interne Weiterbildung nahm deutlich zu, die Zahl unserer Lehrlinge stieg.

Nachhaltigkeitstag 2016 für unsere MitarbeiterInnen.

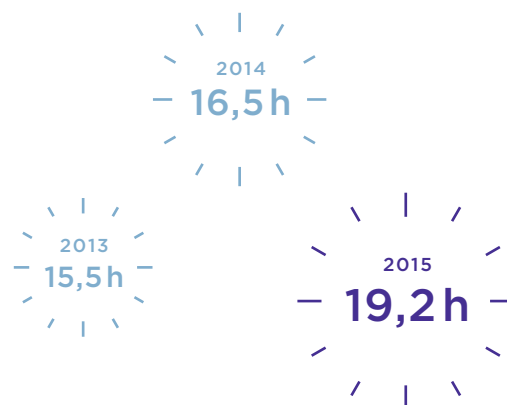
Weiterbildung hat bei uns hohe Priorität. Unser Ziel: allen MitarbeiterInnen sämtlicher Hierarchieebenen Zugang zu neuen Kompetenzen bieten. Das Angebot reicht von Weiterbildungsseminaren über spezifische Kurse und Trainings bis hin zu persönlichen Coachings. Die jährlichen MitarbeiterInnengespräche geben Orientierung für Entwicklungsmöglichkeiten.

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 fünf.

Der Vöslauer Nachhaltigkeitstag stärkt das Bewusstsein unserer MitarbeiterInnen für Nachhaltigkeit. 2014 und 2015 wurde das vorhergesehene Budget für den Nachhaltigkeitstag gespendet: 2014 an das Rote Kreuz

für das Projekt „Brunnenbau Sudan“ und 2015 für Flüchtlingsprojekte der Caritas. Ab 2016 soll der Nachhaltigkeitstag wieder fixer Bestandteil von Vöslauer sein.

WEITERBILDUNGSSTUNDEN PRO MITARBEITERIN



6.6 FAIRE BEZAHLUNG IST UNSERE REALITÄT. EINKOMMENSCHERE.

Zufriedenheit mit fairer Bezahlung höher als im Durchschnitt der Industrieunternehmen.

Die Schere zwischen oberen und unteren Einkommen schließt sich bei Vöslauer.



Eine faire und marktgerechte Vergütung ist für uns selbstverständlich und auch fest in den Unternehmenswerten verankert. Im Rahmen unserer Teilnahme an Great Place to Work® wurde 2015 gefragt, ob MitarbeiterInnen meinen, dass sie für die geleistete Arbeit angemessen bezahlt werden. Die Zustimmung lag deutlich über dem Durchschnitt anderer Industrie- und Produktionsunternehmen. Ebenso zeigte sich, dass die Zustimmung gegenüber unserer letzten Umfrage im Jahr 2011 zugenommen hat.

³² G4-LA13

³³ G4-LA9

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.*

**7.1 URSPRUNGSQUELLE
THERMALBAD VÖSLAU. UNSERE
REGIONALE VERANTWORTUNG.³⁴**

*120.000 Bad-Zutritte und durchschnittlich
18 Beschäftigte im Jahr 2015.*

*Hochkarätige Kulturveranstaltungen
im „Schwimmenden Salon“.*

*Das Apartmenthaus und die Sauna
mit Wärmepumpe versorgt.*

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%ige Tochter der Vöslauer Mineralwasser AG 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.

Seit einigen Jahren findet bereits das Kulturfestival „Der Schwimmende Salon“ im Thermalbad statt. Dies ist ein beliebter Treffpunkt für Literatur- und KulturliebhaberInnen, welcher durch hochkarätige Besetzung glänzt. 2015 fanden Veranstaltungen mit Claus Peymann, Maria Happel und Johannes Krisch, Michael Heltau, Stefanie Reinsperger, Peter Turrini, Philipp Hochmair und Maria Bill 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.

Zahlreiche gut ausgebildete MitarbeiterInnen gewährleisten die Sicherheit bei Sport, Badevergnügen und Entspannung.

**7.2 UNSERE PRODUKTE
HALTEN, WAS WIR VERSPRECHEN.
FAIRE WERBUNG.**

*Einhaltung aller Regelungen bezüglich Werbung
und Produktinformationen.*

Nachhaltiges Design bei Merchandising-Produkten.

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. Werbeinhalte enthalten keine irreführende Information und die transportierten Fakten können wir jederzeit belegen. Bisher gab es keine Verstöße gegenüber gesetzlicher oder freiwilliger Werberegelungen, so auch nicht 2015.³⁵

Wir achten auf Transparenz hinsichtlich unserer Inhaltsstoffe, Zutaten und Ernährungsinformationen. 2015 wurden alle gesetzlichen Vorschriften zur Produktkennzeichnung von uns eingehalten.³⁶ Freiwillig kennzeichnen wir vegane Produkte, Produkte mit Inhaltsstoffen aus biologischem Anbau sowie Produkte mit dem österreichischen Umweltzeichen für Getränke in Mehrwegflaschen.



³⁴ G4-EC8 und G4-SO1

³⁵ G4-PR7

³⁶ G4-PR4

7.3 NACHHALTIGKEIT ALS LIFESTYLE-ASPEKT. BEWUSSTSEINSBILDUNG FÜR NACHHALTIGKEIT BEI UNSEREN KUNDINNEN.

Wir wollen am Markt Nummer 1 in Social Media sein.

Unser Blog ist auch Teil eines nachhaltigen Lifestyles.

Unser Webshop enthält Upcycling- und Designer-Produkte.

Als Marktführer im Bereich Mineralwasser haben wir eine große Reichweite. Über Social Media, unsere Webseite 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.voessler.com/blog/> online:



³⁷ G4-EN4

VÖSLAUER WEB SHOP.

Nachhaltigkeit ist auch in unserem Webshop und bei unseren Werbemitteln Thema. Bei uns treffen Design und Ästhetik auf Funktionalität und Nachhaltigkeit. Dies betrifft all unsere Artikel wie Gläser, Kühler oder Öffner. Auch in unserem Webshop gibt es Angebote für einen nachhaltigen Lebensstil – etwa in der Vöslauer Recycling Collection designed by Walking Chair. Hier einige aktuelle Beispiele aus unserem Webshop, mehr unter <http://www.voessler.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, da unsere Geräte zwischen 5 bis 5,5 kW liegen.³⁷ 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 Nachttrollo angeboten. Um die Langlebigkeit der Geräte zu gewährleisten und den Energieverbrauch weiter zu senken, bieten wir einen jährlichen Reinigungsservice an.

7.4 _____ ZEIG MIR DEINE PARTNER- INNEN UND ICH SAG DIR, WER DU BIST. NACHHALTIGE LIEFERANTINNEN.

Wir beziehen 70 Prozent unseres Einkaufs aus Österreich.

*Vöslauer Ethik-Richtlinien für LieferantInnen
und Verhaltenskodex sind in Kraft.*

Nachhaltige LieferantInnen haben bei uns Vorrang.

Faire und respektvolle Partnerschaften mit unseren LieferantInnen sind für uns wichtig. Wir achten auch bei unseren LieferantInnen und PartnerInnen auf höchste Qualität. Rund 70 Prozent unseres Einkaufsvolumens bezogen wir 2015 aus Österreich.³⁸

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.

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. 2015 deckten wir unser Einkaufsvolumen mit 5,5 Prozent regionalen und neun Prozent mit nicht regionalen Neu-LieferantInnen ab. 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 einmaliger 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.³⁹

7.5 _____ WASSERDICHTER COMPLIANCE – MEHR DENN JE. UNTERNEHMENSETHIK.

*2015 wurden Strafzahlungen
bezüglich Wettbewerbsrecht geleistet.*

*Compliance-Management-System
bei Vöslauer.*



Die Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) hat 2015 ein Verfahren vor dem Kartellgericht gegen Vöslauer eingeleitet. Der Vorwurf lautete, dass Vöslauer in der Vergangenheit gegen das Wettbewerbsrecht verstoßen hat. Die wettbewerbswidrigen Verhaltensweisen betrafen insbesondere die Einflussnahme auf Aktionspreise des Lebensmitteleinzelhandels bis zum Jahr 2012. Vielen in der Branche, auch uns, war damals nicht klar, wie das Wettbewerbsrecht in dieser Frage zu verstehen sei. Als dies in der Öffentlichkeit erstmals thematisiert wurde, haben wir sofort die Konsequenzen gezogen, die Strafzahlung in der Höhe von 653.775,- Euro geleistet und seither alle Bestimmungen ganz genau eingehalten.⁴⁰

2013 haben wir uns entschieden, ein Compliance-Management-System aufzubauen. 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 Vieraugenprinzip 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 Produkt gab es 2015 keine.⁴¹

³⁸ G4-EC9

³⁹ G4-EN32, G4-LA14

⁴⁰ G4-SO7

⁴¹ G4-EN29, G4-SO5, G4-SO8,
G4-PR2, G4-PR4, G4-PR7, G4-PR9

7.6 _____ HILFE FÜR MENSCHEN IN NOT. SPENDEN & SPONSORING.⁴²

*Zahlreiche Sozialprojekte in Österreich
und international
mit dem Schwerpunkt Wasser.*

*Wir leisteten rasche Hilfe
für Menschen auf der Flucht.*



Unser Engagement richtet sich aber 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. 2015 betrug die Summe unserer Geldspenden 64.856,- Euro.

Dabei unterstützen wir unseren langjährigen Partner, das Österreichische Rote Kreuz, und spendeten für das Trinkwasser-Projekt in Äthiopien. Das Projekt zielt darauf ab, eine Verbesserung der Brunnenanlagen und somit der Trinkwasserversorgung zu gewährleisten und so die Lebensbedingungen der ländlichen Bevölkerung zu verbessern.

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 Fluchthintergrund bei uns zu beschäftigen – mehr dazu im Kapitel „Vielfalt und Chancengleichheit“.

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.



⁴² G4-S01

ANHANG



8.1 CORPORATE GOVERNANCE UND NACHHALTIGKEIT.⁴³

Vöslauer gehört zum börsennotierten österreichischen Getränkekonzern Ottakringer Getränke AG mit dem Sitz in Wien. Mitglieder des Vorstands sind Dr. Alfred Hudler und DI Herbert Schlossnikl. 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 von Vorstandsmitglied DI Herbert Schlossnikl.

8.2 UNSERE STAKEHOLDER.⁴⁴

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.⁴⁵

Wir sind in politischen Arbeitsgruppen und in führenden Positionen in Wirtschaftsverbänden auf nationaler und europäischer Ebene aktiv.⁴⁶



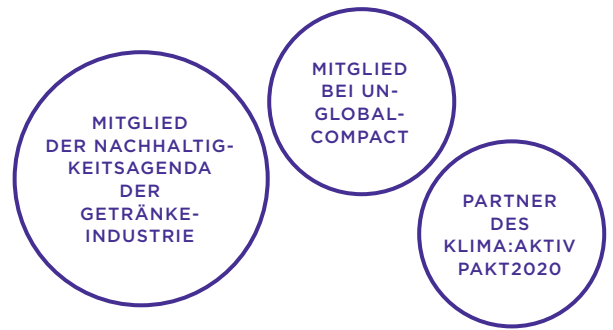
⁴³ G4-7, G4-34

⁴⁴ G4-24 bis G4-27

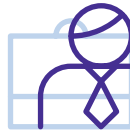
⁴⁵ G4-SO6

⁴⁶ G4-15, G4-16

⁴⁷ G4-PR1



Unser Vorstand DI Herbert Schlossnikl ist Vorstandsmitglied bei respACT, der österreichischen Unternehmensplattform für Corporate Social Responsibility.



8.3 QUALITÄTSMANAGEMENT UND PRODUKTVERANTWORTUNG.⁴⁷

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 Acetaldehydmenge, die aus PET-Flaschen in Mineralwasser übergehen kann, liegt deutlich (um Zehnerpotenzen) unter den natürlich vorkommenden Gehalten in Lebensmitteln. Für Acetaldehyd in Lebensmitteln

ANHANG

gibt es keinen Grenzwert, weil die natürlich vorkommenden Gehalte im Hinblick auf eventuelle gesundheitliche Risiken als unkritisch beurteilt werden.



8.4 ÜBERBLICK ZU MANagementsystemen bei Vöslauer.⁴⁸

ZERTIFIZIERUNG	BESCHREIBUNG	SEIT
IFS FOOD 6	IFS IST EIN QUALITÄTS- UND LEBENSMITTELSICHERHEITSSTANDARD 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 POINT“-KONZEPT (HACCP) IST EIN VORBEUGENDES SYSTEM, DAS DIE SICHERHEIT VON LEBENSMITTELN UND VERBRAUCHERINNEN GEWÄHRLEISTEN SOLL.	2001 - 04/2016
ISO 9001:2008	ISO 9001: 2008 FORDERT EIN QUALITÄTSMANAGEMENTSYSTEM, DAS GEWÄHRLEISTET, DASS DIE ERFORDERNISSE DER KUNDINNEN SOWIE DIE GESETZLICHEN UND BEHÖRDLICHEN VORSCHRIFTEN ERFÜLLT SIND. EIN WICHTIGER GRUNDSATZ DABEI IST DAS STREBEN NACH STÄNDIGER VERBESSERUNG.	2001 - 04/2016
BIO-ZERTIFIKAT	DAS BIO-ZERTIFIKAT IST NOTWENDIG, UM VÖSLAUER BIO PRODUZIEREN UND VERTEIBEN 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 FORDERUNG 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. ⁴⁹	2013 ⁵⁰
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 ²
UMWELTZEICHEN	FÜR DIE PRODUKTE 0,25 L; 0,33 L; 0,75 L GLAS-MEHRWEGFLASCHE UND 1 L GLAS-MEHRWEG-FLASCHE (RETRO-EDITION)	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
GEPLANT: AUDIT BERUFUNDFAMILIE	2016 WOLLEN WIR AN EINEM EXTERNEN AUDIT BERUFUNDFAMILIE TEILNEHMEN.	GEPLANT FÜR 2016
NEU: ISO 22000	ISO 22000 LÖST ISO 9001:2008 UND HACCP AB.	04/2016

⁴⁸ G4-FP5

⁴⁹ G4-14

⁵⁰ Re-Zertifizierung 2016

8.5 ÜBER DEN NACHHALTIGKEITSBERICHT.⁵¹

Wir berichten in der vorliegenden Publikation über den Zeitraum von Jänner bis Dezember 2015. Der vorhergehende Nachhaltigkeitsbericht wurde 2014 veröffentlicht. Informationen aus dem vergangenen Bericht stimmen mit dem vorliegenden Bericht überein.⁵² In Zukunft erscheint unser Nachhaltigkeitsbericht alle zwei Jahre. Der Bericht umfasst die Vöslauer Mineralwasser AG hinsichtlich Produktion und Vertrieb bis zum Zentrallager bzw. zum Verleger/zur Verlegerin. Auf LieferantInnenseite ist die Schnittstelle das Werk Bad Vöslau, wobei die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe mit ihrem eigentlichen CO₂-Footprint Berücksichtigung finden. Es gab keine wesentlichen Änderungen bei Berichtsumfang und -grenzen im Vergleich zum vergangenen Bericht.⁵³ Betriebsdaten für Indikatoren stammen aus präzisen Erfassungen. Daten für Footprint-Berechnungen außerhalb des Betriebs – wie etwa Daten zur CO₂-Berechnung von PET – stammen von international anerkannten Datenbanken und entsprechen höchsten Standards.



8.6 PRÜFTESTAT.⁵⁴

Erstellt durch Quality Austria.

qualityaustria
Erfolg mit Qualität

Quality Austria
Planung, Zertifizierung und
Begutachtung GmbH
Headquarters
Zeilinkgasse 10/3
1010 Wien, Austria
Tel.: (+43) 1 224 87 47
Fax: (+43) 1 224 87 43 100

Customer Service Center
am Wollan 1
1040 Wien, Austria
Tel.: (+43) 712 34 23 22
Fax: (+43) 712 34 23 23
office@qualityaustria.com
www.qualityaustria.com

Vöslauer Mineralwasser AG
Paltrielegasse 2
2540 Bad Vöslau
Austria

Gültigkeitserklärung und Prüfbescheinigung

Quality Austria Trainings-, Zertifizierungs- und Begutachtung GmbH
Zeilinkgasse 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 G4.0 Option: „Kern“ zu beurteilen.

Unsere Prüfung beschränkte sich auf die definierten Schwerpunktebereiche 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 „K“ im „GRI Content Index 2016“, 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 beauftragt mit diesem Bericht die konsequente nachhaltige Ausrichtung im Sinne von CSR. Diese Ausrichtung wird im Unternehmen spürbar gelebt und kommt 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. Nachhaltigkeits-Ziele werden aus der Strategie abgeleitet. Ausgewählte Kennzahlen fließen im Reporting zur periodischen Verfolgung der Prozessziele ein.

qualityaustria
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:

- Der regionale Wirtschaftsfaktor soll analog der Zielvorgaben für 2020 weiter gestärkt werden.
- Die Einsparungen von Energie und damit auch von CO₂ sollen weiter vorrangiges Thema bleiben.
- Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf soll weiter gestärkt werden. Hier wird auch eine Auditierung angestrebt.
- Der Schutz von wertvollem Tiefenwasser und dessen sorgamen Umgangs wird konstant weitergeführt.

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 G4.0 Option Kern entspricht. Für alle im Bericht veröffentlichten Zahlen zeichnet die Firma Vöslauer Mineralwasser AG verantwortlich.

Wien, im April 2016

04.12.16
DI Agnes Steinberger
Produktexpertin CSR
Quality Austria

DI. Dr. Leopold Wolfslehner
Leitender Auditor



⁵¹ G4-28 bis G4-30

⁵² G4-22

⁵³ G4-23

⁵⁴ G4-33

8.7 GRI INDEX.⁵⁵

STANDARD	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE
STRATEGIE UND ANALYSE		
G4-1	ERKLÄRUNG DES HÖCHSTEN ENTSCHEIDUNGSTRÄGERS	7 ff.
ORGANISATIONSPROFIL		
G4-3	NAME DER ORGANISATION	11
G4-4	ÜBERBLICK PRODUKTE	11
G4-5	ORGANISATIONSPROFIL: HAUPTSITZ DER ORGANISATION	11
G4-6	ÜBERBLICK WICHTIGSTE STANDORTE	11
G4-7	EIGENTÜMERINNENVERHÄLTNISSE UND RECHTSFORM	11, 47
G4-8	MÄRKTE	11, 14, 60
G4-9	ORGANISATIONSPROFIL	12, 60
G4-10	BESCHÄFTIGUNGSPROFIL	38
G4-11	ANTEIL DER MITARBEITERINNEN MIT KOLLEKTIVVERTRÄGEN	65
G4-12	BESCHREIBUNG DER LIEFERKETTE	14
G4-13	VERÄNDERUNGEN IN DER AKTIONÄRSSTRUKTUR, LIEFERKETTE UND ORGANISATION	12
VERPFLICHTUNG GEGENÜBER EXTERNER INITIATIVEN		
G4-14	VORSORGEPRINZIP	48
G4-15	SELBSTVERPFLICHTUNG ZU FREIWILLIGEN INITIATIVEN	47
G4-16	AKTIVE MITGLIEDSCHAFTEN	47
ERMITTELTE WESENTLICHE ASPEKTE UND GRENZEN		
G4-17	KONSOLIDIERTE UNTERNEHMEN	12
G4-18	VERFAHREN ZUR FESTLEGUNG DER BERICHTSINHALTE	15
G4-19	LISTE WESENTLICHER ASPEKTE	50 ff.
G4-20	WESENTLICHE ASPEKTE INNERHALB DER ORGANISATION	14
G4-21	WESENTLICHE ASPEKTE AUSSERHALB DER ORGANISATION	14

⁵⁵ G4-19, G4-32

ANHANG

STANDARD	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE
G4-22	NEUE FORMULIERUNGEN AUS FRÜHEREN BERICHTEN	49
G4-23	ÄNDERUNG VON BERICHTSGRENZEN	49
EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN		
G4-24 BIS G4-27	EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN	47
BERICHTSPROFIL		
G4-28 BIS G4-30	BERICHTSZEITRAUM, VORHERIGER BERICHT UND BERICHTSZYKLUS	49
G4-31	KONTAKT ZU NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT	71
GRI INDEX		
G4-32	GRI INDEX	50-53
EXTERNE PRÜFUNG		
G4-33	EXTERNE PRÜFUNG	49
UNTERNEHMENSPRÜFUNG		
STRUKTUR UND ZUSAMMENSETZUNG DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG		
G4-34	FÜHRUNGSSTRUKTUR UND KONTROLLORGANE, KOMITEES FÜR NACHHALTIGKEIT	47
ETHIK UND INTEGRITÄT		
G4-56	CODE OF CONDUCT: WWW.VOESLAUER.COM/WEB/AT/UEBER-UNS/WERTE-MISSION	-
KATEGORIE: WIRTSCHAFTLICH		
MARKTPRÄSENZ		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	11, 43
G4-EC5	VERHÄLTNIS DER STANDARDEINTRITTSGEHÄLTER ZUM LOKALEN MINDESTLOHN	65
INDIREKTE WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	27, 42
G4-EC8	ART UND UMFANG ERHEBLICHER INDIREKTER WIRTSCHAFTLICHER AUSWIRKUNGEN	27, 42
BESCHAFFUNG		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	44
G4-EC9	ANTEIL AN AUSGABEN FÜR LOKALE LIEFERANTINNEN AN HAUPTGESCHÄFTSSTANDORTEN	44, 66
G4-FP2	BESCHAFFUNG MIT VERANTWORTUNGSBEWUSSTEN PRODUKTIONSSTANDARDS	24, 61

ANHANG

STANDARD	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE
KATEGORIE: ÖKOLOGISCH		
MATERIALIEN		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	28, 48, 56 ff.
G4-EN1	EINGESETZTE MATERIALIEN NACH GEWICHT UND VOLUMEN	62
G4-EN2	ANTEIL DER SEKUNDÄRROHSTOFFE AM GESAMTMATERIALEINSATZ	28, 61
ENERGIE		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	29 f., 48, 56 ff.
G4-EN3	ENERGIEVERBRAUCH INNERHALB DER ORGANISATION	32, 62
G4-EN4	ENERGIEVERBRAUCH AUSSERHALB DER ORGANISATION	43
G4-EN5	ENERGIEINTENSITÄT	32, 62
G4-EN6	SENKUNG DES ENERGIEBEDARFS	32
WASSER		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	16 f., 48, 56 ff.
G4-EN8	GESAMTWASSERENTNAHME NACH QUELLE	19, 60
G4-EN9	DURCH DIE WASSERENTNAHME WESENTLICH BEEINTRÄCHTIGTE WASSERQUELLE	19
BIODIVERSITÄT		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	nicht wesentlich
G4-EN13	GESCHÜTZTE ODER RENATURIERTE LEBENSÄUMLICHKEITEN	61
EMISSIONEN		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	16 ff., 48, 56 ff.
G4-EN15	DIREKTE THG-EMISSIONEN (SCOPE 1)	31, 62
G4-EN16	INDIREKTE ENERGIEBEZOGENE THG-EMISSIONEN (SCOPE 2)	31, 62
G4-EN17	WEITERE INDIREKTE THG-EMISSIONEN (SCOPE 3)	31, 62
G4-EN18	INTENSITÄT DER THG-EMISSIONEN	31
G4-EN19	REDUZIERUNG DER THG-EMISSIONEN	31
ABWASSER UND ABFALL		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	nicht wesentlich

ANHANG

STANDARD	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE
G4-EN22	GESAMTVOLUMEN DER ABWASSEREINLEITUNG NACH QUALITÄT UND EINLEITUNGSORT	61
G4-EN23	GESAMTGEWICHT DES ABFALLS NACH ART UND ENTSORGUNGSMETHODE	62
PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	27, 48, 56 ff.
G4-EN28	PROZENTSATZ DER ZURÜCKGENOMMENEN VERKAUFTEN PRODUKTE UND DEREN VERPACKUNGSMATERIALIEN NACH KATEGORIE	27, 61
COMPLIANCE		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	44
G4-EN29	MONETÄRER WERT SIGNIFIKANTER BUSSGELDER UND GESAMTZAHL NICHT MONETÄRER STRAFEN WEGEN NICHT-EINHALTUNG VON UMWELTGESETZEN UND -VORSCHRIFTEN	44, 66
TRANSPORT		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	31, 33, 48, 56 ff.
G4-EN30	AUSWIRKUNGEN DURCH DEN TRANSPORT VON PRODUKTEN	31, 33, 63
INSGESAMT		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	48, 56 ff.
G4-EN31	DIE GESAMTEN AUFWENDUNGEN UND INVESTITIONEN FÜR UMWELTSCHUTZ NACH ART	60
BEWERTUNG DER LIEFERANTINNEN HINSICHTLICH ÖKOLOGISCHER ASPEKTE		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	44, 48
G4-EN32	PROZENTSATZ NEUER LIEFERANTINNEN, DIE ANHAND VON ÖKOLOGISCHEN KRITERIEN ÜBERPRÜFT WURDEN	44
KATEGORIE: GESELLSCHAFTLICH		
ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG		
BESCHÄFTIGUNG		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	37, 56 ff.
G4-LA1	GESAMTZAHL DER MITARBEITERINNEN UND FLUKTUATION	36, 64 f.
G4-LA3	MITARBEITERINNEN IN KARENZ	64
ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	37 ff., 48, 56 ff.
G4-LA5	ANTEIL DER ARBEITNEHMERINNEN IN FORMELLEN ARBEITGEBER-ARBEITNEHMER-AUSSCHÜSSEN	37
G4-LA6	ARBEITSUNFÄLLE, BERUFSKRANKHEITEN UND AUSFALLTAGE	37, 65 f.

ANHANG

STANDARD	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE
AUS- UND WEITERBILDUNG		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	39
G4-LA9	AUS- UND WEITERBILDUNG PRO MITARBEITERIN	39, 65
VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	38, 56 ff.
G4-LA12	VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT	38, 63 f.
GLEICHER LOHN FÜR MÄNNER UND FRAUEN		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	38, 56 ff.
G4-LA13	VERHÄLTNIS DES GRUNDGEHALTS VON FRAUEN ZUM GRUNDGEHALT VON MÄNNERN	39, 65
BEWERTUNG LIEFERANTINNEN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	44, 48
G4-LA14	ANTEIL DER AUF ARBEITSPRAKTIKEN GEPRÜFTEN LIEFERANTINNEN	44
MENSCHENRECHTE		
GLEICHBEHANDLUNG		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	38
G4-HR3	GESAMTZAHL DER DISKRIMINIERUNGSVORFÄLLE UND ERGRIFFENE ABHILFEMASSNAHMEN	64
GESELLSCHAFT		
LOKALE GEMEINSCHAFT		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	42, 45
G4-SO1	LOKALE GEMEINSCHAFTEN	42, 45, 66
KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	44
G4-SO5	KORRUPTIONSFÄLLE	44
POLITIK		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	45, 47
G4-SO6	GESAMTWERT DER POLITISCHEN SPENDEN	47

ANHANG

STANDARD	KURZBEZEICHNUNG ZUR JEWEILIGEN ANGABE	SEITE
WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	44
G4-SO7	WETTBEWERBSRECHT	44, 66
COMPLIANCE		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	44
G4-SO8	SIGNIFIKANTE BUSSGELDER	44, 66
PRODUKTVERANTWORTUNG		
GESUNDE UND LEISTBARE NAHRUNG		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	23 f., 37
KUNDINNENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	23 f., 47
G4-PR1	ANTEIL DER PRODUKTE, DEREN AUSWIRKUNGEN AUF GESUNDHEIT UND SICHERHEIT ÜBERPRÜFT WURDEN	47
G4-PR2	FÄLLE VON NICHTEINHALTUNG VON REGELUNGEN IN BEZUG AUF GESUNDHEITSWIRKUNG DER PRODUKTE	44, 61
G4-FP5	PRODUKTVOLUMEN VON STANDORTEN MIT ZERTIFIZIERTEM MANagementsYSTEM ZUR LEBENSMITTELSICHERHEIT	48
G4-FP6	PRODUKTE, DIE EINEN GESENKTEN ANTEIL AN ZUCKER BEIHALTEN	23, 61
G4-FP7	PRODUKTE, MIT EINEM ERHÖHTEN WERT AN BALLASTSTOFFEN, VITAMINEN, MINERALSTOFFEN	23
KENNZEICHNUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	42 f.
G4-PR4	FÄLLE VON NICHTEINHALTUNG IN BEZUG AUF PRODUKTKENNZEICHNUNG	42, 44
MARKETING		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	42
G4-PR7	FREIWILLIGE VERHALTENSREGELN IN BEZUG AUF WERBUNG	42, 44, 66
COMPLIANCE		
G4-DMA	ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ	44
G4-PR9	BUSSGELDER WEGEN NICHTEINHALTUNG VON GESETZEN IN BEZUG AUF PRODUKTE	44

ANHANG

8.8 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 einmal. Wir haben auch den Mut, auf Fehler hinzuweisen.

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

THEMA	2014	2015	2016-2020
EWIGE QUELLE			
VERSORGUNG DER RINSER DER PET-ANLAGEN MIT WASSER AUS DEM ÜBERLAUF DER QUELLE I ZUR REDUKTION DES VERBRAUCHS VON TIEFENWASSER	○	●	
ANTEIL AM GESAMTWASSERVERBRAUCH AUS DEM ÜBERLAUF DER QUELLE 1 AUF 170.000 M ³ ERHÖHEN ZUR REDUKTION DES VERBRAUCHS VON TIEFENWASSERN	○	●	
EINSPARUNG VON 100.000 KUBIKMETER TIEFENWASSER (BASISJAHR 2012)	○	●	●
REDUKTION AUF 1,49 L TIEFENWASSER PRO LITER ABFÜLLUNG AUF ALLE PRODUKTE	○	◐	●
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 FRISCHWASSER-VERBRAUCH ZU STEUERN			●
EINSATZ FÜR EIN WASSERSCHONGEBIET RUND UM BAD VÖSLAU			●
GESUNDE GETRÄNKE			
DER GESAMTE ZUCKERBEDARF FÜR VÖSLAUER BIO-LIMONADE STAMMT AUS BIOLOGISCHEM ANBAU AUS ÖSTERREICH.	○	●	●
SÄMTLICHE VÖSLAUER PRODUKTE EIGNEN SICH DURCH UMSTIEG AUF SACCHAROSE FÜR PERSONEN MIT FRUKTOSEUNVERTRÄGLICHKEIT - INKLUSIVE VÖSLAUER BALANCE UND VÖSLAUER BIO.			●
TEILNAHME AM FAIRTRADE ZUCKERPROGRAMM (FTZP): SÄMTLICHE BEZOGENE SACCHEROSE UNTERSTÜTZT FAIREN UND ÖKOLOGISCHEN ANBAU IN ENTWICKLUNGSLÄNDERN.			●
VERPACKUNG & RECYCLING			
EINWEG - ZWEIWEG - MEHRWEG			
EINFÜHRUNG GLAS-MEHRWEG FÜR DEN HANDEL (8ER-KISTE)	○	●	
RECYCLAT-MATERIAL IN PET-FLASCHEN UND KISTEN			
DURCHSCHNITTLICH 50 % RECYCLAT-ANTEIL BEI ALLEN PET-FLASCHEN	○	●	●

ANHANG

THEMA	2014	2015	2016-2020
DURCHSCHNITTLICH 66 % RECYCLAT-ANTEIL BEI DEN VÖSLAUER PRODUKTEN		●	
DURCHSCHNITTLICH 60 % RECYCLAT-ANTEIL BEI VÖSLAUER FLASCHEN			●
ÜBER 70 % RECYCLAT IN ALLEN VÖSLAUER 1,5-LITER-FLASCHEN	○	●	●
RECYCLING VON KISTENMAHLGUT (KISTE ZU KISTE)	○	●	●
RECYCLING VON FLASCHENVERSCHLÜSSEN DURCH EINARBEITUNG IN FLASCHENKISTEN	○		
OPP-ETIKETTEN MIT RECYCLINGMATERIAL	○		
OPP-ETIKETTEN SIND VOLL IM RECYCLINGPROZESS MIT INTEGRIERT	●		
RECYCLINGMATERIAL IN TRAGEGRIF, KLEBEBAND, WICKELFOLIE BZW. STRETCHHAUBE, WELLPAPPE-ZWISCHENLAGEN	●		
FOLIE 1,5 L MIT RECYCLAT 15 %			●
EINSPARUNG UND OPTIMIERUNG VERPACKUNGSMATERIAL			
EINSATZ DÜNNERER STRETCHFOLIE 60 μ	●		
GRAMMATURREDUKTION BEI 1 L PET UND KLEINGEBINDEN		●	
1,5 L FOLIE VON 50 μ AUF 39 μ REDUZIERT		●	
LEIMEINSPARUNG DURCH UMSTELLUNG AUF OPP-ETIKETTEN CA. 50 %	●		
OPP-ETIKETTEN BEI 1,5 L = 0,46 G/PAPIER-ETIKETTEN 1,5 G » EINSPARUNG GEWICHT CA. 30,6 % OPP-ETIKETTEN BEI 0,5L = 0,40 G/PAPIER-ETIKETTEN 0,74 G » EINSPARUNG GEWICHT CA. 54 %	●		
WICKLER STATT STRETCHHAUBE FÜR DIE PET 1		●	
KONSEQUENTE REDUKTION VON VERPACKUNGSMATERIAL UND -GEWICHT		◐	●
KONSEQUENTE REDUKTION VON VERPACKUNGSMATERIAL UND -GEWICHT. » FOLIE 35 μ FÜR BALANCE UND BIO-LIMO UND 4 x 1 L	●		●
WICKLER STATT STRETCHHAUBE FÜR DIE PET 3			●
INTERNES ABFALLMANAGEMENT			
REDUKTION GEWERBEABFALL UM WEITERE 5 %	●		
REDUKTION GEWERBEABFALL UM WEITERE 5 %		●	

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

ANHANG

THEMA	2014	2015	2016-2020
GEWERBEABFALL AUF NIEDRIGEM NIVEAU HALTEN - UNTER 80 TONNEN/JAHR			●
ENERGIE UND KLIMASCHUTZ			
KLIMASCHUTZ ENTLANG DER GESAMTEN WERTSCHÖPFUNGSKETTE			
CARBON FOOTPRINT VON 2010 BIS 2015 UM 10 % REDUZIEREN	○	●	
ENERGIEEFFIZIENZ UND ERNEUERBARE ENERGIE			
EC 3-NORM ALLER MOTOREN UND ANTRIEBE NEUINVESTITIONEN	○	◐	
EINSATZ VON MAGNETFELDSTEUERGERÄT FÜR DIE REDUZIERUNG VON ERDGAS ZUR HEISSWASSERPRODUKTION (5-10 % MENGENSERPARNIS)	○	●	
STROM AUS WASSERKRAFT ZU 100 %	○	●	
AUSTAUSCH DER HALLENBELEUCHTUNG (PRODUKTION) AUF LED-TECHNOLOGIE	○	◐	●
PV-ANLAGE	○	◐	●
AUSTAUSCH DER HALLENBELEUCHTUNG FÜR HALLE C AUF LED-TECHNOLOGIE			●
CARBON FOOTPRINT VON 2016 BIS 2020 UM WEITERE 7 % REDUZIEREN (BASISJAHR 2015)			●
ENERGIEEFFIZIENZ UM 7 % STEIGERN (KAP 2020 7 % FEHLEN NOCH BIS 2020 AUF 22 %)			●
ÖKOSTROM - VZ46			●
OPTIMIERUNG HEISSWASSERANLAGE			●
STRECKBLASMASCHINEN - AUSTAUSCH ECO-LAMPS AUF ZWEITE GENERATION			●
VERRINGERUNG DER HEIZLEISTUNG UM 10 % BEI KRONES - STRECKBLASMASCHINE			●
LOGISTIK UND MOBILITÄT			
DIENTFAHRZEUGE < 121 G/KM CO ₂ -AUSSTOSS	○	●	
SCHIENENANTEIL VON 28 %	○	●	
LIEFERUNG DER DEUTSCHLANDWARE DIREKT VOM AUSSENLAGER		●	
REDUKTION DER ANFAHRTEN DURCH ERHÖHUNG DER ANLIEFERMENGEN BEI GRUNDSTOFFEN DURCH OPTIMIERUNG DER ABHOLLOGISTIK	○	◐	●

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

ANHANG

THEMA	2014	2015	2016-2020
SPRITSPAR-TRAINING	○	◐	●
DIENSTFAHRZEUGE MIT GERINGEREM CO ₂ -AUSSTOSS < 110 G/KM CO ₂ - AUSSTOSS			●
E-FAHRZEUG IN DIE VAG-FLOTTE MIT AUFNEHMEN			●
SCHIENENANTEIL AUF HOHEM NIVEAU VON CA. 30 % HALTEN			●
MITARBEITERINNEN			
FLUKTUATIONSRATE SENKEN ODER ZUMINDEST AUF NIEDRIGEM NIVEAU HALTEN (2013: 11,6 %) - HS: < 10 %	○	●	●
SUCHTPRÄVENTION	●		
STEIGERUNG DES PENSIONSANTRITTSALTERS DER MA > 60	○	●	
ARBEITSUNFÄLLE < 2/JAHR	○	●	●
KRANKENSTANDSTAGE UNTER DEM ÖSTERREICH-SCHNITT	○	●	●
TEILNAHME AM BGF-PROGRAMM (BETRIEBLICHE GESUNDHEITSFÖRDERUNG) > 55 %	○	●	●
WEITERFÜHRUNG UNSERES GESUNDHEITSPROGRAMMS	○	●	●
ZERTIFIZIERUNG DES AUVA-SICHERHEITS- UND GESUNDHEITSMANAGEMENTSYSTEMS	○	●	●
ANGEBOTE THERMALBAD INS BGF-PROGRAMM INTEGRIEREN			●
REFRESH BGF (BESTANDTEIL SGM-MEETING, EXTERNER COACH NIMMT DARAN TEIL)			●
»AUTONOMIE« BGF-COACHING: BETRIEBLICHES GESUNDHEITS-COACHING FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE			●
FAMILIENFREUNDLICHER BETRIEB - AUDIT BERUFUNDFAMILIE (AUSGEARBEITETE MASSNAHMEN WERDEN ÜBERNOMMEN)			●
NACHHALTIGKEITSTAG ZUR BEWUSSTSEINSBILDUNG	○	◐	●

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

ANHANG

8.9 DATEN.

THEMA	EINHEIT	2010	2011	2012	2013	2014	2015	GRI
ÖKONOMIE								
VÖSLAUER GETRÄNKE VERKAUFT EIGENMARKEN	TAUSEND LITER	270.170	245.034	253.435	254.023	250.433	254.565	G4-9
ANDERE GETRÄNKE VERKAUFT LOHN & LIZENZ	TAUSEND LITER	36.345	55.913	53.401	54.788	57.343	57.168	G4-9
VERKAUFTE GETRÄNKE GESAMT	TAUSEND LITER	306.515	300.946	306.836	308.811	307.776	311.733	G4-9
EIGENKAPITALQUOTE	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	55,90	56,80	G4-9
EXPORTQUOTE	PROZENT	K. A.	K. A.	8,6	9,7	8,9	10,0	G4-8
GESAMTE INVESTITIONEN IN UMWELTSCHUTZ*	T EUR	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	149.335	G4-EN31
WASSER								
ENTNAHME VON TIEFENWASSER VÖSLAUER QUELLE 6	KUBIKMETER	286.675	312.597	289.693	305.926	320.410	294.365	G4-EN8
ENTNAHME VON TIEFENWASSER VÖSLAUER QUELLE 7	KUBIKMETER	170.471	262.241	241.118	167.391	182.683	175.474	G4-EN8
ENTNAHME VON TIEFENWASSER VÖSLAUER QUELLE 7.2 (NUTZWASSERBRUNNEN)	KUBIKMETER	6.970	7.523	3.100	0	0	0	G4-EN8
ENTNAHME ÜBERLAUF QUELLE 1	KUBIKMETER	72.059	56.408	109.000	126.446	205.578	185.392	G4-EN8
ENTNAHME LEITUNGSWASSER (TRIESTINGTALER WASSER)	KUBIKMETER	107.885	2.258	14.038	14.897	15.866	17.001	G4-EN8
GESAMT WASSERENTNAHME	KUBIKMETER	644.060	641.027	656.949	614.660	724.537	672.232	G4-EN8
SPEZIFISCHER WASSERVER- BRAUCH TIEFENBOHRUNGEN (QUELLEN 6 UND 7)	WASSER/L VERKAUFT (INKL. LIZENZ UND LOHN)	1,51	1,94	1,74	1,53	1,63	1,51	
SPEZIFISCHER WASSERVER- BRAUCH LEITUNGSWASSER	WASSER/L VERKAUFT (INKL. LIZENZ UND LOHN)	0,35	0,01	0,05	0,05	0,05	0,05	
SPEZIFISCHER WASSERVER- BRAUCH: LEITUNGSWASSER UND TIEFENWASSER	WASSER/L VERKAUFT (INKL. LIZENZ UND LOHN)	1,85	1,94	1,79	1,58	1,69	1,56	

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

ANHANG

THEMA	EINHEIT	2010	2011	2012	2013	2014	2015	GRI
SPEZIFISCHER WASSERVERBRAUCH GESAMT (TIEFENWASSER, LEITUNGSWASSER, ÜBERLAUF QUELLE 1 UND NUTZWASSERBRUNNEN 7.2)	WASSER/L VERKAUFT (INKL. LIZENZ UND LOHN)	2,08	2,16	2,14	1,99	2,35	2,16	
ABWASSER	ABWASSER/L VERKAUFT (INKL. LIZENZ UND LOHN)	0,72	0,78	0,73	0,71	0,67	0,76	G4-EN22
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.								
GESUNDE PRODUKTE								
KALORIENGEGHALT BIO-LIMO	KCAL/100 ML	K. A.	K. A.	K. A.	24	24	24	G4-FP6
KALORIENGEGHALT BALANCE	KCAL/100 ML	K. A.	K. A.	K. A.	< 20	< 20	< 20	G4-FP6
DURCHSCHNITTSKALORIENGEGHALT ÜBER ALLE EIGENMARKEN	KCAL/100 ML	K. A.	K. A.	K. A.	2,33	2,36	2,12	G4-FP6
PRODUKTBEZOGENE STRAFZAHLUNGEN	EUR	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	0	G4-PR2
BESCHAFFUNG BIO-ZUCKERRÜBEN	TONNEN	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	91,1	G4-FP2
ANTEIL VON INHALTSSTOFFEN AUS BIOLOGISCHEM ANBAU AN ALLEN AGRARISCHEN INHALTSSTOFFEN (FRUKTOSE, SACCHAROSE, KONZENTRATE, ZUCKER) BEI EIGENPRODUKTEN	ANTEIL IN PROZENT	41	42	38	37	38	35	G4-FP2
VERPACKUNG & RECYCLING								
RECYCLAT-ANTEIL BEI ALLEN PET-FLASCHEN (INKL. LIZENZ- UND LOHNABFÜLLUNG FÜR PEPSI-COLA UND ALMDUDLER)	PROZENT	34	34	40	48	47	54	G4-EN2
RECYCLAT-ANTEIL BEI EIGENMARKEN (VÖSLAUER PRODUKTE)	PROZENT	50	50	52	59	62	62	G4-EN2
ANTEIL PET-EINWEG AN GESAMTABFÜLLUNG (EIGENMARKEN)	PROZENT	82,7	81,4	84,4	84,2	84,2	83,3	G4-EN28
ANTEIL PET-ZWEIWEG AN GESAMTABFÜLLUNG (EIGENMARKEN)	PROZENT	11,2	12,2	9,8	9,6	9,4	8,6	G4-EN28
ANTEIL GLAS-MEHRWEG AN GESAMTABFÜLLUNG (EIGENMARKEN)	PROZENT	6,1	6,4	5,8	6,2	6,4	8,1	G4-EN28

ANHANG

THEMA	EINHEIT	2010	2011	2012	2013	2014	2015	GRI
MATERIALEINSATZ GLAS-FLASCHE (DURCHSCHNITT)	G/PRODUZIERTE LITER IN GLASGEBINDEN	53,3	52,6	53,1	52,4	52,1	51	G4-EN1
DURCHSCHNITTLICHES VERPACKUNGSGEWICHT PRO PET-ARTIKEL	G (FLASCHE/VER-SCHLUSS/FOLIE)	29,98	29,67	28,67	28,17	27,72	27,26	G4-EN1
ABFALL AM PRODUKTIONSSTANDORT								
WERTSTOFF	TONNEN	687	681	799	855	830	766	G4-EN23
NICHT GEFÄHRLICHE ABFÄLLE	TONNEN	173	172	160	155	145	137	G4-EN23
GEFÄHRLICHE ABFÄLLE	TONNEN	18	21	15	22	24	27	G4-EN23
ABFALL GESAMT	TONNEN	878	874	974	1.032	999	930	G4-EN23
ABFÄLLE GESAMT PRO GETRÄNK	GRAMM/L VERKAUFT	2,86	2,90	3,17	3,34	3,25	2,98	
GEWERBEABFALL	TONNEN	139,98	130,60	140,52	104,44	88,38	76,06	G4-EN23
ENERGIE UND KLIMASCHUTZ								
STROMVERBRAUCH ABSOLUT (AUS 100 % ERNEUERBARER ENERGIETRÄGER)	MWH	14.090	13.714	13.697	13.952	13.807	13.855	G4-EN3
GASVERBRAUCH ABSOLUT	MWH	6.068	5.118	5.065	5.516	5.207	5.160	G4-EN3
ENERGIEVERBRAUCH GESAMT	MWH	20.157	18.832	18.762	19.468	19.014	19.015	G4-EN3
STROMVERBRAUCH PRO VERKAUFTE MENGE GETRÄNKE (INKL. LOHN- UND LIZENZABFÜLLUNG)	KWH/HL VERKAUFT	4,59	4,56	4,46	4,52	4,49	4,44	G4-EN5
GASVERBRAUCH PRO VERKAUFTE MENGE GETRÄNKE (INKL. LOHN- UND LIZENZABFÜLLUNG)	KWH/HL VERKAUFT	1,98	1,70	1,65	1,79	1,69	1,66	G4-EN5
CO ₂ -FUSSABDRUCK PRO LITER VERKAUFTEM GETRÄNK (INKL. LOHN- UND LIZENZABFÜLLUNG)	G CO ₂ -ÄQU./L VERKAUFT	131	122	113	104	109	106	G4-EN5
CO ₂ -EMISSIONEN SCOPE 1	T CO ₂ -ÄQU./A	2.325	2.198	2.063	1.921	1.858	2.045	G4-EN15
CO ₂ -EMISSIONEN SCOPE 2	T CO ₂ -ÄQU./A	0	0	0	0	0	0	G4-EN16
CO ₂ -EMISSIONEN SCOPE 3	T CO ₂ -ÄQU./A	37.691	34.632	32.513	30.294	31.744	31.033	G4-EN17
SUMME CO₂-EMISSIONEN	T CO₂-ÄQU./A	40.016	36.830	34.576	32.215	33.602	33.078	

ANHANG

THEMA	EINHEIT	2010	2011	2012	2013	2014	2015	GRI
TRANSPORT SCHIENE ZUM KUNDEN/ZUR KUNDIN	TAUSEND KILOMETER	848	594	695	693	684	799	G4-EN30
TRANSPORT LKW ZUM KUNDEN/ZUR KUNDIN	TAUSEND KILOMETER	1.709	1.868	1.810	1.825	1.806	1.739	G4-EN30
TRANSPORT GESAMT	TAUSEND KILOMETER	2.557	2.462	2.505	2.518	2.490	2.537	G4-EN30
SCHIENENANTEIL IM TRANSPORT ZUM KUNDEN/ZUR KUNDIN	PROZENT	33,2	24,1	27,7	27,5	27,5	31,5	G4-EN30
UNSERE MITARBEITERINNEN								
VORSTÄNDE	VOLLZEITÄQUIVALENT	2	2	2	2	2	2	G4-10
BEREICHSLIMITERINNEN	VOLLZEITÄQUIVALENT	10	9	8	8	9	10	G4-10
ANGESTELLTE (EXKL. GESCHÄFTSFÜHRERINNEN UND BEREICHSLIMITERINNEN)	VOLLZEITÄQUIVALENT	77	83	93	93	95	99	G4-10
ARBEITERINNEN (INKL. LEHRLINGE)	VOLLZEITÄQUIVALENT	80	78	77	78	86	82	G4-10
DAVON LEHRLINGE	VOLLZEITÄQUIVALENT	3	3	2	4	5	5	G4-10
VORSTÄNDE	VOLLZEITÄQUIVALENT	2	2	2	2	2	2	G4-10
MITARBEITERINNEN GESAMT (INKL. LEHRLINGE)	VOLLZEITÄQUIVALENT	169	173	180	181	192	193	G4-10
Es gibt durchschnittlich rund 9 Leiharbeiter, wobei es im Sommer zu saisonalen Schwankungen kommt.								G4-10
FRAUEN IM VORSTAND	VOLLZEITÄQUIVALENT	0	0	0	0	0	0	G4-LA12
FRAUEN ALS BEREICHSLIMITERINNEN	VOLLZEITÄQUIVALENT	5	4	3	3	4	4	G4-LA12
WEIBLICHE ANGESTELLTE (EXKL. GESCHÄFTSFÜHRERINNEN UND BEREICHSLIMITERINNEN)	VOLLZEITÄQUIVALENT	39	36	37	37	39	43	G4-LA12
ARBEITERINNEN (INKL. LEHRLINGE)	VOLLZEITÄQUIVALENT	10	5	5	5	4	5	G4-LA12
DAVON WEIBLICHE LEHRLINGE	VOLLZEITÄQUIVALENT	0	0	0	0	1	0	G4-LA12
ANZAHL FRAUEN	VOLLZEITÄQUIVALENT	49	41	45	45	47	52	G4-10, G4-LA12
ALTERSGRUPPE < 30	VOLLZEITÄQUIVALENT	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	29	G4-LA12
ALTERSGRUPPE 30-50	VOLLZEITÄQUIVALENT	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	128	G4-LA12

ANHANG

THEMA	EINHEIT	2010	2011	2012	2013	2014	2015	GRI
ALTERSGRUPPE > 50	VOLLZEITÄQUIVALENT	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	36	G4-LA12
ANTEIL FRAUEN IN TEILZEIT AN ALLEN BESCHÄFTIGTEN FRAUEN	PROZENT	21	18	20	25	19	15	G4-10
ANTEIL MÄNNER IN TEILZEIT AN ALLEN BESCHÄFTIGTEN MÄNNERN	PROZENT	4	5	4	5	2	1	G4-10
TEILZEIT FRAUEN	ANZAHL	10	8	9	11	9	8	G4-10
TEILZEIT MÄNNER	ANZAHL	5	6	6	7	3	2	G4-10
FRAUEN IN KARENZ	ANZAHL	4	5	5	9	8	7	G4-LA3
MÄNNER IN KARENZ	ANZAHL	0	1	0	0	0	0	G4-LA3
MITARBEITERINNEN MIT BEHINDERUNG	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	4	4	4	G4-LA12
2015 gab es keine Fälle von Diskriminierungen, die von MitarbeiterInnen von Vöslauer zur Anzeige gebracht wurden oder bei denen Vöslauer verurteilt wurde.								G4-HR3
DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT GESAMT	JAHRE	9,4	8	9,1	9	8,9	9,5	
NEUEINSTELLUNGEN FRAUEN < 30	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	1	G4-LA1
NEUEINSTELLUNGEN MÄNNER < 30	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	5	G4-LA1
NEUEINSTELLUNGEN FRAUEN 30-50	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	1	G4-LA1
NEUEINSTELLUNGEN MÄNNER 30-50	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	11	G4-LA1
NEUEINSTELLUNGEN FRAUEN > 50	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	0	G4-LA1
NEUEINSTELLUNGEN MÄNNER > 50	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	0	G4-LA1
NEUEINSTELLUNGEN GESAMT	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	18	G4-LA1
AUSTRITTE FRAUEN < 30	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	0	G4-LA1
AUSTRITTE MÄNNER < 30	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	4	G4-LA1
AUSTRITTE FRAUEN 30-50	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	3	G4-LA1






ANHANG

THEMA	EINHEIT	2010	2011	2012	2013	2014	2015	GRI
AUSTRITTE MÄNNER 30-50	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	5	G4-LA1
AUSTRITTE FRAUEN > 50	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	1	G4-LA1
AUSTRITTE MÄNNER > 50	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	2	G4-LA1
AUSTRITTE GESAMT	ANZAHL	26	20	21	22	29	15	G4-LA1
MITARBEITERINNEN- FLUKTUATION IN DER WEIBLICHEN BELEGSCHAFT	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	7,43	G4-LA1
MITARBEITERFLUKTUATION IN DER MÄNNLICHEN BELEGSCHAFT	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	7,91	G4-LA1
MITARBEITERINNEN- FLUKTUATION GESAMT	PROZENT	14,2	13,5	8,0	11,6	8,9	7,8	G4-LA1
SUMME DER MÄNNER- GEHÄLTER IN RELATION ZU FRAUENGEHÄLTERN (EXKL. VORSTÄNDE)	VERHÄLTNIS IN TAUSEND EUR	40/35	40/35	42/35	47/36	48/37	47/38	G4-LA13
<p>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). Standardeintrittsgehälter entsprechen kollektivvertraglichen Regelungen. 2015 gab es keine Fälle von Diskriminierungen, die von MitarbeiterInnen von Vöslauer zur Anzeige gebracht wurden oder bei denen Vöslauer verurteilt wurde.</p>								G4-10 G4-11 G4-EC5
WEITERBILDUNG MITARBEITERINNEN	STUNDEN/ MITARBEITERIN	K. A.	K. A.	K. A.	15,51	16,46	19,19	G4-LA9
ANTEIL DER MITARBEIT- RINNEN, DIE AM PROGRAMM BETRIEBLICHE GESUNDHEITS- FÖRDERUNG TEILNEHMEN	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	> 50 %	52,60	G4-LA5
KRANKENSTANDSTAGE MITARBEITERINNEN	TAGE/MITARBEITERIN	11	10,6	9,6	10,2	14,4	13,8	G4-LA6
KRANKENSTANDSTAGE DURCHSCHNITT ÖSTERREICH	TAGE/MITARBEITERIN	12,9	13,2	12,8	13	12,3	noch nicht veröffent- licht	
ARBEITSUNFÄLLE KATEGORIE 1 (0 AUSFALLTAGE)	ANZAHL	K. A.	K. A.	2	0	0	0	G4-LA6
ARBEITSUNFÄLLE KATEGORIE 2 (1-3 AUSFALLTAGE)	ANZAHL	K. A.	K. A.	0	2	0	0	G4-LA6
ARBEITSUNFÄLLE KATEGORIE 3 (4-19 AUSFALLTAGE)	ANZAHL	K. A.	K. A.	4	2	8	4	G4-LA6

ANHANG

THEMA	EINHEIT	2010	2011	2012	2013	2014	2015	GRI
ARBEITSUNFÄLLE KATEGORIE 4 (20-45 AUSFALLTAGE)	ANZAHL	K. A.	K. A.	0	1	3	0	G4-LA6
ARBEITSUNFÄLLE KATEGORIE 5 (> 45 AUSFALLTAGE)	ANZAHL	K. A.	K. A.	0	2	1	0	G4-LA6
ARBEITSUNFÄLLE KATEGORIE 6 (BLEIBENDER SCHADEN/TOD)	ANZAHL	K. A.	K. A.	0	0	0	0	G4-LA6
ARBEITSUNFÄLLE GESAMT (MELDEPFLICHTIG)	ANZAHL	3	4	6	7	12	4	G4-LA6
FÄLLE VON BERUFSSKRANKHEITEN	ANZAHL	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	0	G4-LA6
TODESFÄLLE	ANZAHL	0	0	0	0	0	0	G4-LA6
REGION UND STAKEHOLDER								
ANTEIL REGIONALER LIEFERANTINNEN	PROZENT	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	73,2	69,8	G4-EC9
VERSTÖSSE UND STRAF- ZÄHLUNGEN BEZÜGLICH WETTBEWERBSRECHT	EUR	0	0	0	0	0	653.775	G4-SO7
VERSTÖSSE UND STRAF- ZÄHLUNGEN BEZÜGLICH UMWELTRECHT	EUR	0	0	0	0	0	0	G4-EN29
VERSTÖSSE UND STRAF- ZÄHLUNGEN BEZÜGLICH KORRUPTION	EUR	0	0	0	0	0	0	G4-SO8
VERSTÖSSE UND STRAF- ZÄHLUNGEN BEZÜGLICH WERBUNG	EUR	0	0	0	0	0	0	G4-PR7
SPENDEN UND SPONSORING	EUR	K. A.	K. A.	K. A.	K. A.	33.616	64.856	G4-SO1

ICON-VOKABULAR

	QUELLE		HANDEL
	MITARBEITERINNEN		INHALTSSTOFFE
	RECYCLING & MEHRWEG		VERPACKUNG
	VÖSLAUER FLASCHE		GASTRONOMIE
	BEWUSSTSEIN		GESUNDER LEBENSSTIL
	ARBEITGEBER		TRANSPORT
	KLIMA		KONSUMENTIN
	ENERGIE		KUNSTSTOFFSAMMLUNG
	PRODUKTION		LIEFERANTIN
	THERMALBAD		FAIRNESS
	KOMMUNIKATION		VERANTWORTUNG
	GESUNDHEIT/ERNÄHRUNG		REGION
	NACHHALTIGKEIT		WASSER
	ÖKONOMIE		WASSER
	GESELLSCHAFT		WASSER

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Vöslauer Mineralwasser AG
Paitzriegelgasse 2, A 2540 Bad Vöslau

KONTAKT

Mag. Sandra Bascha
nachhaltigkeit@voeslauer.at
Tel: +43 (0)2252 401-0⁵⁶

REDAKTION

Brigitte Mc Auley
Mag. Sandra Bascha

INHALTLICHE BEGLEITUNG, KONZEPTION
UND REDAKTIONELLE UNTERSTÜTZUNG
denkstatt GmbH

DRUCK

Druckerei Janetschek GmbH
janetschek.at

EDITORIAL CONCEPT & DESIGN

Nina Ullrich | designnomadin.com

ICON DESIGN

Aleksandar Savić | agentazur.com

LEKTORAT

Karin Vesely | textpertin.at



gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“
des Österreichischen Umweltzeichens
Druckerei Janetschek GmbH · UW-Nr. 637

