

INTEGRIERTER
BERICHT
REFLEKTIERT

langfristigen Fokus

Dem 108 Jahre alten Glasverpackungshersteller Vetropack dient das Integrated-Reporting Rahmenwerk als Grundlage zur treffenden Darstellung des ganzheitlichen Geschäftsmodells. Denn dieses ist auf eine langfristige Wertschöpfung ausgerichtet und verbindet seit Langem finanzielle und nichtfinanzielle Aspekte. Die Umstellung auf die integrierte Berichterstattung war deshalb ein natürlicher Entwicklungsschritt, der allerdings einige Herausforderungen mit sich brachte.

Von Elisabeth Boner und Stefan Lügstenmann



ELISABETH BONER
ist Head of Communications bei Vetropack, einem führenden Glasverpackungshersteller in Europa. Das unabhängige, börsennotierte und familiengeführte Unternehmen liefert hochwertige, innovative und nachhaltige Produkte an die Lebensmittel- und Getränkeindustrie und beschäftigt über 3000 Mitarbeitende.



STEFAN LÜGSTENMANN
ist Senior Consultant bei Sustainerv, einem weltweit tätigen Management-Beratungsunternehmen, das Kunden wie Vetropack dabei unterstützt, Nachhaltigkeitsaspekte in ihre langfristigen Strategien, ihr Tagesgeschäft und ihre Berichterstattung zu integrieren.

Herausfordernde Umstellung

Als Folge des neuen Berichts konzepts veröffentlicht Vetropack jedes Jahr umfassende nichtfinanzielle Informationen – dies im Gegensatz zur vormaligen zweijährlichen Nachhaltigkeitsberichterstattung. Das Kerngeschäft von Vetropack ist jedoch von einem eher langsamen Veränderungstempo gekennzeichnet, was die jährliche Entwicklung eines vollständig integrierten Berichts herausfordernd macht.

Mit der Umstellung beschloss Vetropack auch die Erstellung eines «online first»-Berichts. Im ersten Jahr war es deshalb notwendig, ein Online-Berichtssystem einzurichten – eine beträchtliche Investition, die sich in den folgenden Jahren in Bezug auf Einfachheit, Effizienz und Workflow jedoch immens auszahlen sollte.

Wie Vetropack von Integrated Reporting profitierte

Mit dem integrierten Bericht kann Vetropack transparent, kohärent und unterhaltsam aufzeigen, wie das Unternehmen über die reinen Finanzergebnisse hinaus langfristig Wert schafft. Dies geht Hand in Hand mit dem neuen Konzept der Online-Berichterstattung, dank dem Vetropack zusätzlich Videos als Erzählmedium nutzen kann. Damit können einerseits komplexe Sachverhalte einfacher erklärt werden. Andererseits bringt Vetropack mehr Persönlichkeit und Infotainment in die Berichterstattung, was in einem gedruckten Bericht nur selten zum Tragen kommt.

Schliesslich hat der integrierte Bericht für Vetropack auch eine Change-Management-Funktion, denn der <IR>-Prozess unterstützt das integrierte Denken und Handeln im Unternehmen und stärkt somit das Mindset, das für die Umsetzung der neuen Geschäftsstrategie erforderlich ist.

Wechsel zur integrierten Berichterstattung

Schmelzöfen sind das Herz des Glasherstellungsprozesses. Sie halten bis zu 15 Jahre und stellen die grössten Investitionen von Vetropack dar. Dieser lange Investitionszyklus untermauert das langfristige Denken, das dem Entscheid von Vetropack zu Grunde liegt, sich zur integrierten Berichterstattung zu verpflichten.

Der Entscheid war zudem Teil der Ausarbeitung eines integrierten 10-Jahres-Strategieplans, mit dem das Unternehmen zur Transformation der gesamten Branche beitragen will. Die intensiven Diskussionen über die zukünftige Positionierung bekräftigten Vetropack in der Erkenntnis, dass die getrennte Berichterstattung mit Finanzbericht und Nachhaltigkeitsbericht die Verflechtung aller finanziellen und nichtfinanziellen Aspekte des Geschäfts nicht ausreichend erklärt. Noch im selben Jahr entwickelte das Unternehmen den ersten integrierten Bericht, der schliesslich 2020 veröffentlicht wurde.



Wir wollten, dass der <IR>-Prozess uns hilft, uns neu zu erfinden, und das hat er getan.



Der Ansatz von Vetropack

Für Vetropack war es zunächst wichtig, einen klaren Fokus zu setzen. Das Unternehmen führte eine Wesentlichkeitsanalyse durch und nutzte die resultierende Themenmatrix als strukturierendes Element des Berichts. Gleichzeitig entwickelte Vetropack eine Darstellung ihres integrierten Geschäftsmodells. Diese zeigt auf einfache Art und Weise, wie Vetropack Wert für verschiedene Stakeholdergruppen schafft. Sie hebt Leistungen wie beispielsweise die Entwicklung innovativer Produkte mit Kunden, starke und dauerhafte Beziehungen zu Lieferanten, und die Unterstützung der Mitarbeiterentwicklung hervor und unterstreicht damit, dass der Erfolg von Vetropack nicht auf finanzielle Leistungen reduziert werden kann.

TIPPS FÜR DIE ENTWICKLUNG EINES INTEGRIERTEN BERICHTS

1. Entwickeln Sie ein integriertes Berichtskonzept. Ein integrierter Bericht besteht nicht aus einem Nachhaltigkeitskapitel im Geschäftsbericht.
2. Erarbeiten Sie eine visuelle Darstellung Ihres integrierten Geschäftsmodells, um die mehrdimensionale Wertschöpfung zu artikulieren.
3. Fangen Sie klein an und entwickeln Sie den integrierten Bericht schrittweise.
4. Der integrierte Bericht erfordert Beiträge aus vielen Unternehmensfunktionen. Brechen Sie Silos auf und binden Sie die relevanten Personen frühzeitig ein. Wählen Sie Berichtsformate, die für Ihre Zielgruppe geeignet sind.
5. Holen Sie sich Unterstützung von Spezialisten. <IR> ist ein anspruchsvoller Prozess, und Sie werden viele Fragen haben. Im Falle von Vetropack leitete die Kreativagentur NeidhartSchön die Umsetzung des Online-Berichts. Unterstützung für das inhaltliche Konzept und die Umsetzung erhielt Vetropack von Sustainerv.



Integrated Reporting – das 1×1 aus CEO-Sicht
In einer Best Practice Session am 12. Geschäftsberichte-Symposium vom 23. Juni 2021 erfahren Sie aus erster Hand, was es für die Entwicklung eines integrierten Berichts braucht und welchen praktischen Mehrwert Integrated Reporting gegenüber klassischer Jahresberichterstattung bietet. Manuela Huck-Wettstein, Director bei Sustainerv, zeigt auf, welche Schritte ein Unternehmen zu einem integrierten Bericht – und letztlich integrierten Management – führen, und René Zahnd, CEO von Swiss Prime Site, nimmt Sie mit auf die Reise der integrierten Berichterstattung und Unternehmensführung, die er als unabdingbar für die Zukunftsfähigkeit von Swiss Prime Site erachtet.