

# Nachhaltigkeitsbericht allpack group ag



## Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	3
Unternehmensportrait .....	4
Meilensteine.....	5
Kerndaten .....	5
Engagement .....	5
Nachhaltigkeitsstrategie .....	7
Strategieentwicklung.....	7
Vision und Mission .....	7
Handlungsfelder und Ziele .....	8
E – Environmental .....	9
S – Social .....	9
G – Governance .....	11
Klimaschutz.....	12
Mitarbeitende .....	14
Geschäftsethik.....	15
Weitere Erfolge.....	16
Kennzahlen .....	17
Über diesen Bericht .....	19

# Vorwort

## Liebe Leserinnen und Leser

Seit vielen Jahren übernimmt die Allpack Group AG als Verpackungsdienstleister für Pharmaprodukte eine grosse Verantwortung in der Gesellschaft. In unserer täglichen Arbeit steht nicht nur die Qualität unserer Dienstleistungen im Fokus, sondern auch unser Engagement für Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung.

Im Jahr 2023 haben wir erstmals einen Nachhaltigkeitsbericht erstellt, auf den wir besonders stolz sind. Dieser Bericht ist das Ergebnis intensiver Arbeit und umfangreicher Datenerhebungen. Wir freuen uns sehr, Ihnen, unseren Interessenten, Kunden und anderen wichtigen Stakeholdern, diesen Bericht präsentieren zu können.

Im vergangenen Jahr haben wir bedeutende Fortschritte erzielt, die wir Ihnen nun transparent und nachvollziehbar darlegen möchten. Unser Ziel ist es, diesen Bericht in den kommenden Jahren kontinuierlich zu erweitern und weiterzuentwickeln. Wir streben an, ihn in wenigen Jahren auf den Standard der Global Reporting Initiative (GRI) zu bringen, um eine noch umfassendere und vergleichbare Berichterstattung zu gewährleisten.

Die letzten Jahre waren für die Allpack Group AG besonders erfolgreich. Wir befinden uns in einem stetigen Wachstumsprozess, der es uns ermöglicht, nicht nur wirtschaftliche, sondern auch gesellschaftliche Verantwortung in hohem Maße wahrzunehmen. Nachhaltigkeit ist für uns kein Trend, sondern eine feste Überzeugung, die unser Handeln leitet. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Prozesse zu optimieren und unseren ökologischen Fußabdruck zu minimieren.

Besonders hervorzuheben ist der deutliche Rückgang der THG-Emissionen im Scope 1, welche vor allem auf die Sanierung und Optimierung der Heizung zurückzuführen waren, was einen deutlichen Minderverbrauch von Erdgas zur Folge hatte. Scope 2 und 3 Emissionen sind absolut leicht gewachsen, jedoch klar unter dem Umsatzwachstum. Auch der Stromverbrauch ist mit 5% Wachstum klar unter dem Umsatzwachstum.

Wir danken Ihnen für Ihr Vertrauen und Ihre Unterstützung und freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen in eine nachhaltige Zukunft zu gehen.

Stefan Degen

CFO

Mitglied der Geschäftsleitung und Verantwortlicher ESG-Reporting

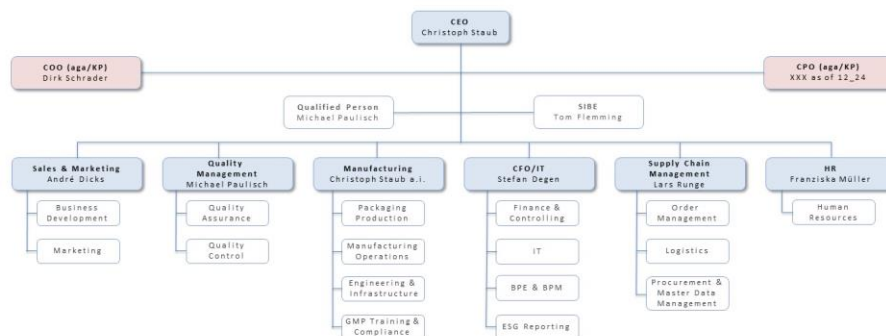
# Unternehmensportrait

Wir sind einer der führenden Anbieter von spezialisierten GMP-Verpackungsdienstleistungen für die Pharma-, Veterinär- und MedTech-Branche in der Schweiz. Als anerkannter pharmazeutischer Verpackungsexperte (CPO), unterstützen wir unsere Kunden mit zwei hochmodernen Verpackungsdienstleistungen: LSC Full Service und LSC On Demand Service. Diese Dienstleistungen ermöglichen es uns, die Komplexitäten des Verpackungsprozesses geschickt zu bewältigen und gleichzeitig flexibel und reaktionsfähig auf die ständig wechselnden Anforderungen des Marktes zu bleiben. Unsere LSC-Dienstleistungen repräsentieren nur einen Teil unseres zukunftsorientierten Dienstleistungsportfolios, das jeden Aspekt der GMP-konformen Verpackung abdeckt. Dies umfasst Lösungen zur Rückverfolgbarkeit, um weltweite Anforderungen zu erfüllen, eine vielfältige Palette von Lösungen zum Schutz vor Fälschungen, nahtlose Integration der digitalen Transformation und strenge Qualitätsmanagementpraktiken. Mit einer großen Kundenbasis, oft bestehend aus langjährigen Partnern, und einer beeindruckenden Erfolgsgeschichte bei der Bearbeitung von bis zu 25-30 einzelnen Kundenprojekten pro Jahr, können wir schnelle Einarbeitung, minimale Vorlaufzeiten, raschen Markteintritt und makellose pünktliche Lieferung vorweisen, alles erreicht mit den kürzesten Durchlaufzeiten. In der Praxis verwaltet unser Team von über 100 engagierten Fachleuten jedes Jahr weit über 2'500 Verpackungspartien, die von kleinen Produktionsläufen mit 10 Einheiten bis hin zur Großproduktion von über 100'000 Einheiten reichen.

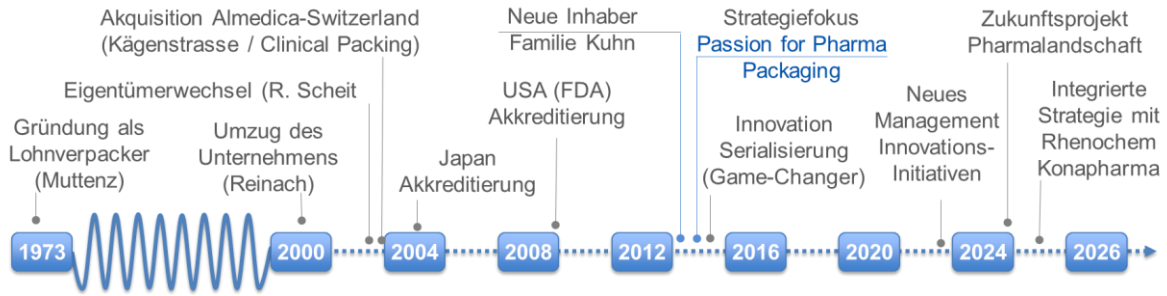
Auf Basis GMP-konformer Prozesse – zertifiziert durch FDA und Swissmedic sowie nach PMDA-Standards (Japan) – verpacken wir mit höchstmöglicher Qualität und Reinheit. Mit der Serialisierung auf Faltschachtelebene und der Aggregation von der Faltschachtel bis zur Palette sowie den kontinuierlichen Kontrollen unterstreichen wir unseren kompromisslosen Anspruch auf Qualität und Sicherheit.

Beeindruckende Ergebnisse erfordern außergewöhnliche Leistungen. Dafür sorgen unsere erfahrenen Mitarbeiter, die sich durch maximales Engagement, Erfahrung, Kundenorientierung und Professionalität auszeichnen. Sie bilden die Grundlage für eine vertrauensvolle, langfristige Zusammenarbeit mit Ihnen.

Organizational chart as of 07\_2024



## Meilensteine



## Kerndaten

- Anzahl Mitarbeitende 2024: 120 FTE (2010: 62 FTE)
- 32 Kunden / Zunehmende Vernetzung in der Branche

### Verwaltungsrat:

Marco Balmelli (Präsident)

Dominique Kuhn

Peter Kuhn

Walter Bando

## Engagement



Das **EcoVadis Sustainability Rating** umfasst eine Vielzahl von Themen, von Umwelt, über Arbeits- und Menschenrechte und Ethik bis zu nachhaltiger Beschaffung. Jedes Unternehmen wird auf Basis der für seine Grösse, seinen Standort und seine Branche relevanten Themen bewertet. allpack hat 2022 63 von 100 möglichen Punkten erreicht und wurde damit mit dem EcoVadis Silber-Rating zertifiziert. Damit wurde allpack höher oder gleich bewertet als 84 % aller bewerteten Unternehmen. Das wertvolle Feedback von EcoVadis nutzen wir, um uns kontinuierlich weiter zu verbessern.



Wir legen unsere Umweltdaten nach dem **Carbon Disclosure Project (CDP)** offen. Dazu gehören unter anderem Daten über unsere Treibhausgasemissionen, Klimarisiken und -chancen, zum Wasserverbrauch und der Nutzung von Rohstoffen. 2023 erhielt allpack die Bewertung C (Stufe 5 von 8). Damit liegen wir im Mittelfeld unserer Branche (Biotech & Pharma).



Wir sind Mitglied im Verein **Eco Swiss**, die Umweltschutzorganisation der Schweizer Wirtschaft. Eco Swiss fördert den Umweltschutz, die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz in industriellen und gewerblichen Betrieben,

in dem der berät, informiert, Weiterbildungen anbietet und den Austausch zwischen den Mitgliedern pflegt.



Wir haben uns entschieden, hier aufgeführt zu sein, um unseren Kunden auch auf dieser Plattform grösstmögliche Transparenz zu bieten.

# Nachhaltigkeitsstrategie

## Strategieentwicklung

In den vergangenen Jahren haben wir uns kontinuierlich mit den ökologischen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auseinandergesetzt und unsere Mitarbeitenden in den Mittelpunkt unseres Handelns gestellt. Bisher haben wir jedoch vorwiegend auf externe Anforderungen reagiert und uns darauf konzentriert, dringende Themen zeitnah zu adressieren. Jetzt gehen wir einen entscheidenden Schritt weiter: Zum ersten Mal haben wir eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt, die nicht nur auf kurzfristige Herausforderungen eingeht, sondern langfristig die für unser Unternehmen wesentlichen Themen systematisch definiert und adressiert. Mit dieser Strategie wollen wir nicht nur unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Zukunft stärken, sondern auch proaktiv Verantwortung übernehmen und sicherstellen, dass unser Handeln im Einklang mit unseren Werten steht.

Die Entwicklung der vorliegenden Nachhaltigkeitsstrategie war ein intensiver und kollaborativer Prozess. Von Anfang an waren die Geschäftsleitung und die Verantwortlichen der jeweiligen Fachbereiche sowie Vertreter aktiv beteiligt, um sicherzustellen, dass die Strategie möglichst viele Perspektiven berücksichtigt. Unterstützt wurden wir dabei von intep, einem externen Beratungsbüro für eine nachhaltige Entwicklung.

Im Rahmen der Strategieentwicklung fanden zahlreiche interne und externe Abstimmungen statt, um die unterschiedlichen Anforderungen und Erwartungen zu integrieren. Dennoch betrachten wir die Strategie als dynamisches Instrument, das kontinuierlich weiterentwickelt wird. Wir legen grossen Wert darauf, unsere Ziele regelmässig zu überprüfen und anzupassen, um sicherzustellen, dass sie weiterhin relevant und erreichbar sind. Zukünftig planen wir zudem, den Einbezug unserer Stakeholder zu intensivieren und Anforderungen von anerkannten Reporting Standards (z. B. GRI) und gesetzlichen Grundlagen stärker in unsere Strategie und Zielsetzung zu integrieren.

## Vision und Mission

Unsere Vision und Mission beschreiben die grundlegenden Werte, die unser Unternehmen für eine nachhaltige Entwicklung leiten. Gemeinsam bilden Vision und Mission das Fundament unseres Handelns. Sie spiegeln unser Engagement wider, nachhaltige Verpackungslösungen zu produzieren sowie nachhaltigen Erfolg zu sichern und einen positiven Beitrag für unsere Kunden, Mitarbeitenden und die Gesellschaft zu leisten.

### *Vision*

- Wir sind ein Vorbild für nachhaltiges Wirtschaften und vertreten diese Werte gegenüber unseren Stakeholdern.

### *Mission*

- Wir übernehmen Verantwortung und stellen uns den gesellschaftlichen Herausforderungen. Mit unserem umweltschonenden und sozial-gerechtem Handeln sowie einem transparenten Nachhaltigkeitsmanagement stärken wir unsere unternehmerische Resilienz.
- Nachhaltigkeit ist eine Entscheidungsgrundlage für unser Wirtschaften. Richtungsweisend für uns sind das Konzept der planetaren Grenzen, das Pariser

Klimaabkommen, die Agenda 2030 der Vereinten Nationen mit ihren 17 Zielen der nachhaltigen Entwicklung (SDGs) sowie die Biodiversitätskonvention.

## Handlungsfelder und Ziele

Wir fokussieren uns auf gesamthaft sieben Handlungsfelder in den drei Bereichen «Environment», «Society» und «Governance».

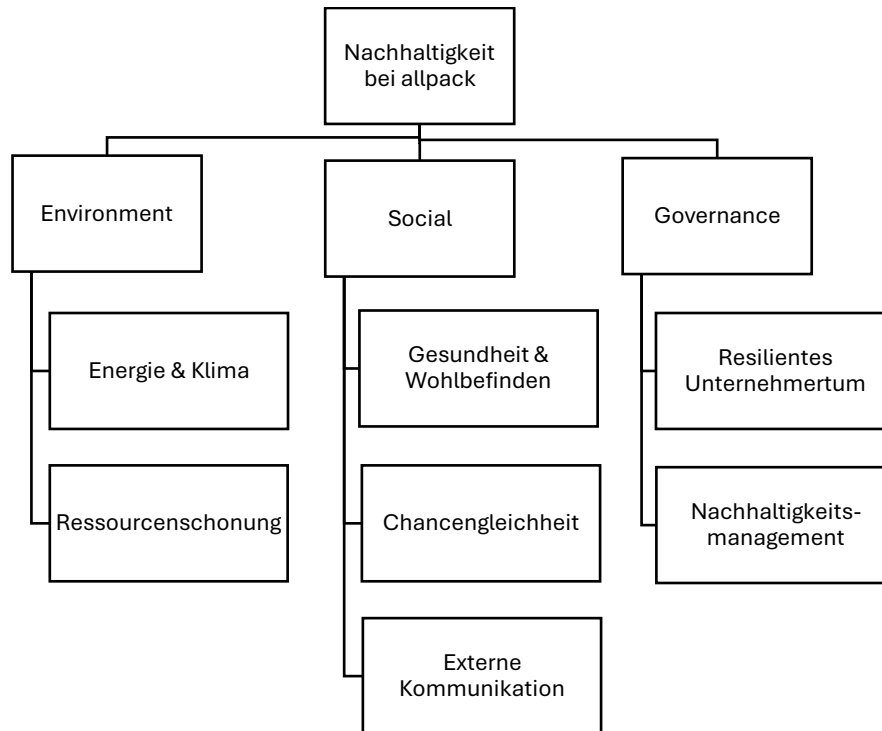


Abbildung 1: Die 7 Handlungsfelder unserer Nachhaltigkeitsstrategie

Um sicherzugehen, dass wir unsere Ziele erreichen, haben wir drei Zielebenen definiert: Die **übergeordneten Ziele** bieten eine langfristige Vision und helfen uns, unsere Aktivitäten auf ein gemeinsames Endziel auszurichten. Unsere **Ziele** unterteilen die übergeordneten Ziele in thematisch spezifische Einheiten, um sicherzustellen, dass alle relevanten Themen abgedeckt werden. Unsere **SMARTen<sup>1</sup> Unterziele** schaffen eine klare Verbindung zwischen dem täglichen Handeln und unserer Nachhaltigkeitsstrategie, in dem sie es ermöglichen, konkrete Massnahmen zu planen, Verantwortlichkeiten zu verteilen, Meilensteine zu setzen und Fortschritte zu messen. Mit der Definition von Unterzielen können wir zudem flexibel auf Veränderungen im Markt oder in unserem Unternehmen reagieren, in dem wir diese jährlich prüfen und sie gegebenenfalls anpassen oder ergänzen.

<sup>1</sup> spezifisch, messbar, ausführbar, realistisch und terminiert



## E – Environmental

### *Handlungsfeld: Energie und Klima*

Übergeordnetes Ziel: Netto-Null im Betrieb (Scope 1 und 2).

- Ziel 1: Wärme wird ausschliesslich aus erneuerbarer Energie bezogen.
- Ziel 2: Der Energieverbrauch soll minimiert werden.
- Ziel 3: Die Eigenproduktion von Strom wird maximiert. Der restliche Strom soll weiterhin aus erneuerbaren Quellen bezogen werden.
- Ziel 4: In Scope 1 und 2 werden bis 2050 netto Null Treibhausgasemissionen ausgestossen.
- Ziel 5: Die Scope 3 Emissionen werden reduziert.

### *Handlungsfeld: Ressourcenschonung*

Übergeordnetes Ziel: Der eigene Ressourcenverbrauch wird minimiert.

- Ziel 1: Innovationen zur Reduktion des Rohstoffverbrauchs pro Verpackung wird aktiv vorangetrieben.
- Ziel 2: Der Einsatz von nicht-erneuerbaren Rohstoffen wie Plastik oder Aluminium wird minimiert.
- Ziel 3: Der Einsatz von erneuerbaren Rohstoffen wird maximiert.
- Ziel 4: Der Produktionsabfall pro verkaufte Verpackung wird durch Innovation und Optimierungen minimiert.
- Ziel 5: Der Trinkwasserverbrauch pro Verpackung wird auf tiefem Niveau gehalten.
- Ziel 6: Regenwasser wird naturnah bewirtschaftet.
- Ziel 7: Lebensraum für einheimische Pflanzen und Tiere wird bereitgestellt und die Ansiedlung heimischer Arten gefördert.
- Ziel 8: Die Luftschadstoffe werden weiterhin auf tiefem Niveau gehalten.

## S – Social

### *Handlungsfeld: Gesundheit und Wohlbefinden*

Übergeordnetes Ziel: Ein Arbeitsumfeld, das die physische und psychische Gesundheit der Mitarbeitenden aktiv fördert.

- Ziel 1: Ein qualitativ hochstehendes und vorbildliches betriebliches Gesundheitsmanagement für alle Mitarbeitenden
  - o Unterziel 1a: Jährliche Evaluierung des betrieblichen Gesundheitsmanagements ab 2025. An der Evaluierung nehmen mindestens 80 % der Mitarbeitenden teil.
  - o Unterziel 1b: Einführung von mindestens zwei neuen Gesundheitsinitiativen bis 2026.
- Ziel 2: Eine Kultur der Sicherheit, die Arbeitsunfällen und arbeitsbedingten Krankheiten vorbeugt.
  - o Unterziel 2a: Durchführung von halbjährlichen Sicherheitsaudits ab 2025.
  - o Unterziel 2b: Durchführung von jährlichen Schulungen zu physischer und psychischer Gesundheit ab 2025, an denen mindestens 80 % der Mitarbeitenden teilnehmen.
- Ziel 3: Ein kompetenter und zielgerichteter Umgang mit gefährlichen Stoffen für maximale Sicherheit von Menschen und Umwelt.

- Ziel 4: Ein flexibles Arbeitsumfeld, das den Mitarbeitenden ermöglicht, ihre beruflichen Verpflichtungen mit familiären und persönlichen Anforderungen zu vereinbaren.
  - o Unterziel 4a: Einführung flexibler Arbeitszeitmodelle und Homeoffice-Optionen bis 2027 für mindestens 50 % der Büro-Mitarbeitenden.
- Ziel 5: Die Mitarbeitenden sind mit ihrer Anstellung bei allpack zufrieden und fühlen sich wertgeschätzt und motiviert.
  - o Unterziel 5a: Bei der jährlich durchgeführten Mitarbeitendenumfrage, liegt der Gesundheitsscore bis 2027 bei mindestens 70 von 100 Punkten.

#### *Handlungsfeld: Chancengleichheit*

Übergeordnetes Ziel: Ein Arbeitsumfeld, das sicherstellt, dass alle Mitarbeitenden unabhängig von Geschlecht, Alter, ethnischer Herkunft, sozialem Hintergrund oder körperlichen und geistigen Fähigkeiten, gleiche Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten haben.

- Ziel 1: Eine transparente, faire Vergütungspolitik, die die Gleichbehandlung der Mitarbeitenden sicherstellt.
  - o Unterziel 1a: Mindestens alle zwei Jahre werden wir unsere Gehaltsstrukturen mit branchenspezifischen Benchmarks vergleichen, um sicherzustellen, dass unsere Vergütungen wettbewerbsfähig und fair sind.
- Ziel 2: Förderung einer Kultur des lebenslangen Lernens und der kontinuierlichen beruflichen Entwicklung aller Mitarbeitenden.
  - o Unterziel 2a: Bis 2026 liegen für mindestens 80 % aller Mitarbeitenden ein individueller Weiterbildungs- bzw. Entwicklungsplan vor.
- Ziel 3: Eine wertschätzende Führung und Zusammenarbeit unter den Mitarbeitenden, die die individuellen Stärken fördert und eine weiterbringende Feedback-Kultur ermöglicht.
  - o Unterziel 3a: Alle Führungskräfte absolvieren alle zwei Jahre mindestens eine Weiterbildung für Führungskompetenzen und -kultur.
  - o Unterziel 3b: Entwicklung eines Feedback-Leitfadens bis 2025, der halbjährlich im Mitarbeitendengespräch zur strukturierten Aufnahme und Diskussion von Feedback gegenüber dem Mitarbeitenden und der Führungsperson verwendet wird.
- Ziel 4: Alle Mitarbeitenden sind für die Themen Chancengleichheit, Diversität und Inklusion sensibilisiert und wissen, wie sie sie im Berufsalltag leben können.
  - o Unterziel 4a: Alle Mitarbeitenden nehmen an mindestens einer Schulung alle zwei Jahre ab 2025 zu den Themen Chancengleichheit, Diversität und Inklusion teil.

#### *Handlungsfeld: Externe Kommunikation*

Übergeordnetes Ziel: Die Positionierung als attraktiver Arbeitgeber und vertrauensvoller Partner.

- Ziel 1: Steigerung der Bekanntheit des Unternehmens bei potenziellen Bewerbenden und Verbesserung des Unternehmensimages durch aktive Kommunikation der Unternehmensstärken und -angebote für Mitarbeitende.
- Ziel 2: Eine transparente, lösungsorientierte Kundenkommunikation zur Sichtbarmachung von ökologischen und sozialen Auswirkungen von Produkten und Produktanpassungen.
  - o Unterziel 2a: Alle Mitarbeitenden werden ab 2026 im 2-Jahres-Rhythmus über die Nachhaltigkeitsstrategie und Ziele des allpack orientiert und geschult, um eine gewinnbringende Kundenkommunikation sicherzustellen.

- Unterziel 2b: Alle bestehenden Kunden werden bis 2025 über die neue Nachhaltigkeitsstrategie informiert. Die Kommunikation der Nachhaltigkeitsstrategie wird bis 2025 in den Prozess für Neukunden aufgenommen.

## G – Governance

### *Handlungsfeld: Resilientes Unternehmertum*

Übergeordnetes Ziel: Ein dauerhaft erfolgreiches Unternehmen, das durch verantwortliches Handeln Massstäbe setzt.

- Ziel 1: Kontinuierliche Weiterentwicklung und Umsetzung des Risikomanagements, um die Widerstands- und Anpassungsfähigkeit des Unternehmens sicherzustellen.
- Ziel 2: Förderung einer konstant hohen Produkt- und Servicequalität sowie einer transparenten Kommunikation, um uns als zuverlässiger Partner langfristig auf dem Markt zu behaupten.
- Ziel 3: Förderung einer Unternehmenskultur der Integrität, in der die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben und interner Richtlinien zur Selbstverständlichkeit wird.
- Ziel 4: Eine vorausschauende Planung, um neue regulatorische Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und bei Bedarf zu integrieren.
- Ziel 5: Weiterentwicklung der Codes of Conduct, um ethisches Verhalten langfristig in allen Geschäftsaktivitäten sicherzustellen.

### *Handlungsfeld: Nachhaltigkeitsmanagement*

Übergeordnetes Ziel: Die Integration nachhaltiger Prinzipien und transparenter Praktiken in alle Geschäftsbereiche.

- Ziel 1: Entwicklung und Implementierung einer unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstrategie, die es dem Unternehmen ermöglicht proaktiv und selbstbestimmt zu handeln und die gesetzten Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.
- Ziel 2: Entwicklung eines integrierten und transparenten Lieferkettenmanagementsystems, das Nachhaltigkeit, Effizienz und Resilienz in allen Aspekten der Lieferkette fördert.
- Ziel 3: Die unternehmensinternen Beschaffungsprozesse von allpack werden laufend optimiert, um die Effizienz sicherzustellen.
- Ziel 4: Über die Nachhaltigkeitsbestrebungen des Unternehmens wird transparent, verantwortungsbewusst und unter Einbezug der Stakeholderinteressen ab 2023 regelmässig berichtet.

Die Nachhaltigkeitsziele helfen uns dabei, unsere ökologischen, sozialen und ethischen Verpflichtungen klar zu definieren und unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Zukunft messbar zu machen. Um diese Ziele zu erreichen, setzen wir auch bereits Massnahmen um. Im Folgenden stellen wir vor, welche konkreten Massnahmen wir in den drei Fokusthemen **Klimaschutz**, **Mitarbeitende** und **Geschäftsethik** erfolgreich umsetzen.

## Klimaschutz

**Das Handlungsfeld Energie und Klima ist ein prioritäres Thema unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Mit dem Ziel Netto Null Emissionen im Betrieb bis 2050 auszustossen, ist die jährliche Erhebung und detaillierte Analyse unserer Treibhausgasemissionen ein wichtiges Element unserer Strategie.**

Wir verpflichten uns mit unserer [Environmental Policy](#) unseren Energieverbrauch und die damit verbundenen Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) durch Effizienzsteigerung und technologische Innovation zu minimieren.

Wir haben uns in den letzten Jahren stark mit unserem Energieverbrauch auseinandergesetzt und konnten durch vertiefte Analysen gezielte Massnahmen umsetzen. Im Rahmen eines grösseren Bürumbaus wurden 2022/2023 Sanierungsarbeiten an der Heizung vorgenommen. Durch den Einsatz von effizienteren Heizkörpern, Verbesserung der Isolierung und Optimierung des Verteilsystems und Steuerung konnte verglichen mit dem Vorjahr rund 22 % Erdgas eingespart werden. Um den Wärmebedarf von allpack weiter zu senken, haben wir im Jahr 2023 zusammen mit einem Ingenieur-Büro für Gebäudetechnik die Grundlagen für eine Sanierung der Gebäudehülle erarbeitet. Die Sanierung wird in den kommenden Jahren schrittweise umgesetzt. Längerfristig sind wir bestrebt unsere Wärme aus erneuerbaren Quellen zu beziehen. Um dies zu erreichen ist allpack mit der Gemeinde Reinach bezüglich des Vorhabens zur Erstellung eines Anergienetzes in der Gemeinde im Gespräch.

In einem laufenden Prozess werden auch kleinere Massnahmen umgesetzt, so konnte mit der Umrüstung auf LED-Licht und dem Einbau einer Lichtsteuerung der Stromverbrauch nach unten angepasst werden.

Wir beziehen unseren Strom aus 100 % erneuerbaren Energiequellen, wodurch die direkten Emissionen aus unserem Stromverbrauch minimal sind. Auch in den kommenden fünf Jahren ist der Bezug von erneuerbarem Strom bereits vertraglich gesichert – eine Commitment, das wir trotz Mehrkosten zum Schutz des Klimas eingegangen sind.

### *THG-Bilanz 2023*

Seit 2019 erheben wir unsere Scope 1 und 2 Emissionen<sup>2</sup>. Seit 2022 werden zusätzlich die Scope 3 Emissionen erhoben. Somit verfügt allpack über eine vollständige Treibhausgasbilanzierung nach den Vorgaben des Greenhouse Gas Protocols.

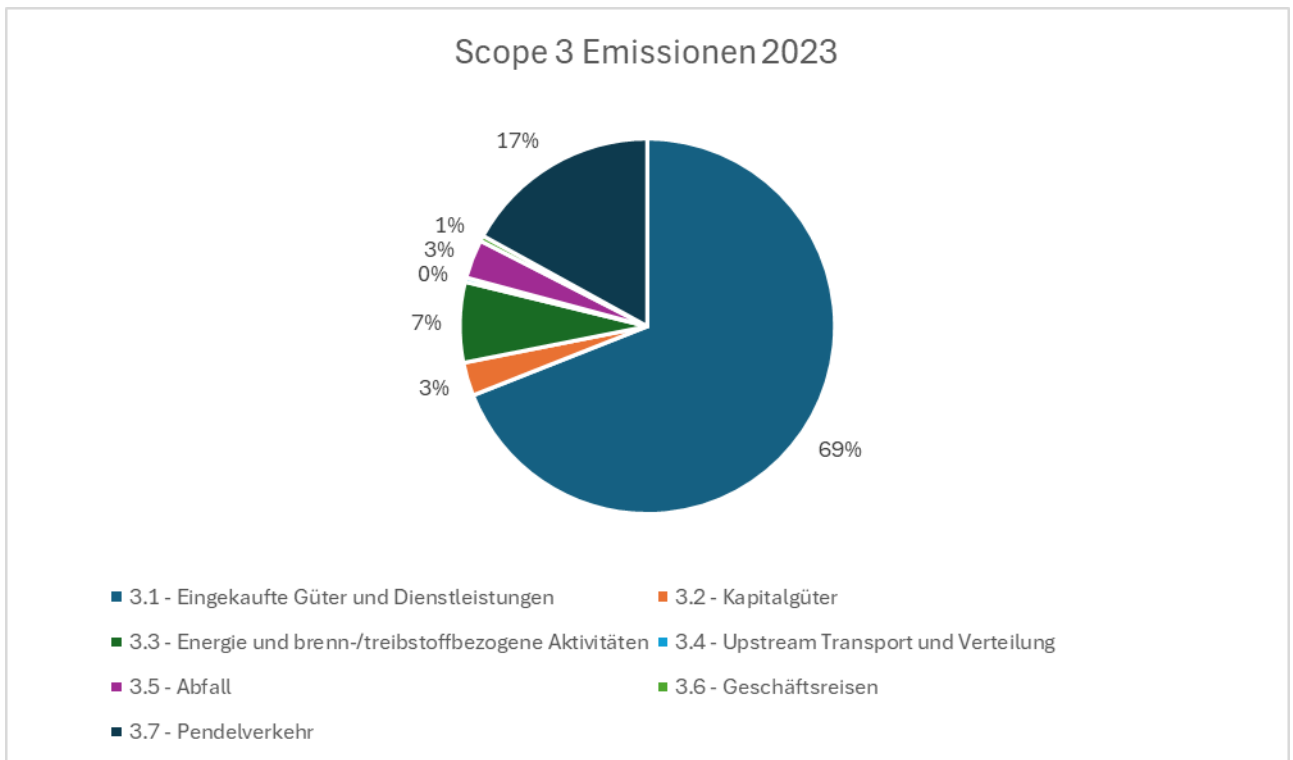
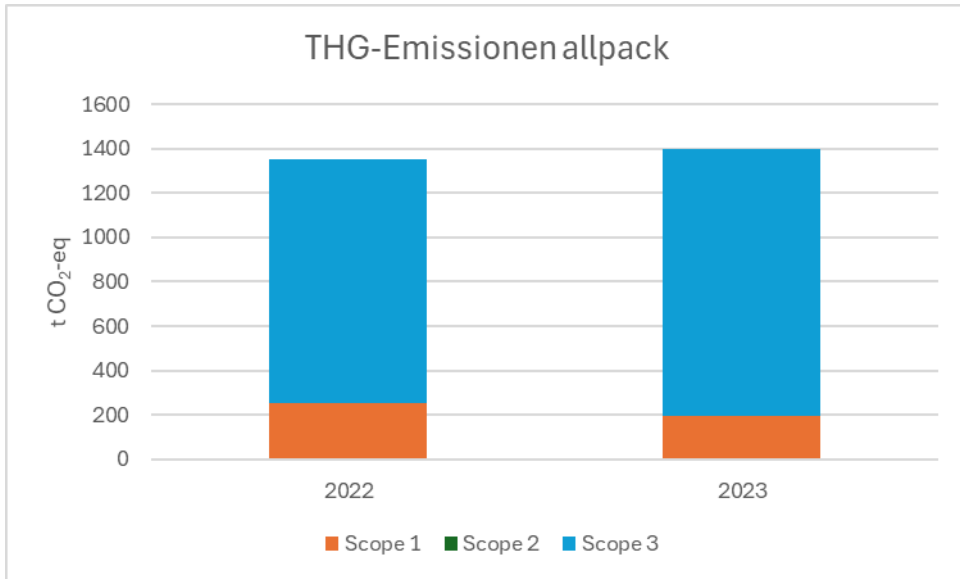
Verglichen mit 2022 sind die absoluten THG-Emissionen von allpack um 4 % gestiegen. Während die Scope 1 und 2 Emissionen um 23 % gesenkt werden konnten, sind die Scope 3 Emissionen um 10 % gestiegen. Bei den Scope 3 Emissionen machen die eingekauften Güter fast 70 % der Emissionen aus. Die zweitwichtigste Emissionsquelle ist der Pendlerverkehr mit 17 % der Scope 3 Emissionen. Der Anstieg der absoluten Emissionen kann mit dem Wachstum von allpack erklärt werden. Die THG-Intensität konnte hingegen um über 7 % gesenkt werden, was auf die Wirksamkeit der oben erwähnten Massnahmen zurückzuführen ist.

---

<sup>2</sup> Scope 1: Direkte Emissionen aus Quellen, die direkt vom Unternehmen verantwortet oder kontrolliert werden

Scope 2: Indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie

Scope 3: Indirekte Emissionen, die entlang der Wertschöpfungskette des Unternehmens entstehen



## Mitarbeitende

**Wir setzen uns tagtäglich für ein Arbeitsumfeld ein, das die physische und psychische Gesundheit unserer Mitarbeitenden aktiv fördert.**

Die Allpack Group stellt den Mitarbeitenden in den Mittelpunkt, indem sie die Bedürfnisse und Anliegen der Mitarbeitenden aufnimmt und regelmässig Massnahmen ableitet. Die Unternehmensstruktur mit flachen Hierarchien und dynamischem Informationsaustausch mittels Intranet sowohl in der Produktion als auch in den Büros, hilft der Organisation dabei, die Mitarbeiterbedürfnisse mit den Unternehmensbedürfnissen zu vereinen. Trotz strenger GMP-Vorschriften hat das Unternehmen das Ziel, eine ausgewogene und transparente Fehlerkultur zu fördern und vermittelt so auch den Mitarbeitenden Sicherheit und Offenheit.



**Führungsleitbild Allpack:** Das Führungsleitbild der Allpack Group AG orientiert die Führungskräfte im Sinne einer situativen Führung zugunsten der Mitarbeitenden und des Unternehmens.

### *Führungskräfteentwicklung:*

Zur nachhaltigen Umsetzung des Führungsleitbilds und damit einer modernen Führungskultur findet eine Führungskräfteentwicklung statt. Dazu finden regelmässige Schulungen, Mitarbeiterbefragungen sowie 260 Grad Feedbacks statt.

### *Mitarbeitergesundheit:*

Durch den Fokus auf den Mitarbeitenden ist auch die Mitarbeitergesundheit ein zentraler Bestandteil der Strategie. Bereits jetzt wurden Massnahmen in diesem Kontext umgesetzt und auch für die Zukunft sind weitere Massnahmen geplant. Dauerhafte Verfügbarkeit von gratis Wasser, Früchten, Kaffee und Tee sind neben einem «Gustav-Kühlschrank» attraktive Verpflegungsoptionen für die Mitarbeitenden. Zur Vereinfachung des Arbeitsalltags für körperlich beeinträchtigte Mitarbeitende wurden die Büroräumlichkeiten zudem barrierefrei umgestaltet. Auch die psychische Gesundheit ist ein relevanter Aspekt, die durch flexible Arbeitszeitmodelle (Home-Office und Gleitzeit), wo möglich, gestützt wird. Ebenfalls der Ferienanspruch von mindestens 25 Tagen, sowie drei weiteren bezahlten Brückentagen sorgt für eine positive Work-Life-Balance. Der regelmässige Austausch zwischen Mitarbeitenden und Vorgesetzten, sowie Entwicklungsgesprächen trägt zusätzlich zur psychischen Gesundheit der Mitarbeitenden bei. Allpack Group bietet eine flexible Altersvorsorge mit individuellen Wahlmöglichkeiten zum gewünschten Sparplan zur Absicherung im Alter.

**Wir sind überzeugt, dass eine vielfältige Belegschaft unser Unternehmen voranbringt und es uns ermöglicht sowohl wirtschaftlich als auch gesellschaftlich nachhaltig zu handeln. Deswegen stellen wir sicher, dass alle Mitarbeitenden unabhängig von Geschlecht, Alter, ethnischer Herkunft, sozialem Hintergrund oder körperlichen und geistigen Fähigkeiten, gleiche Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten haben.**

## Geschäftsethik

**Um ein hohes Mass an Vertrauen innerhalb der Organisation und bei unseren Stakeholdern sicherzustellen, verpflichten wir uns zu hohen ethischen Standards in unseren Geschäftspraktiken.**

Unser Unternehmen setzt sich entschlossen für die Achtung und den Schutz der Menschenrechte ein. Wir verpflichten uns mit unserer [Labor and Human Rights Policy](#) in all unseren Geschäftsbereichen die Würde und Rechte aller Menschen zu wahren und zu fördern, und berufen uns dabei auf die Prinzipien der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen und die ILO-Kernarbeitsnormen.

Unsere [Business Ethics Policy](#) bietet eine ausführliche Erklärung unserer Grundsätze und Betriebsregeln und beschreibt, was wir von uns selbst und unseren Mitarbeitenden erwarten.

Wir erwarten zudem von unseren Geschäftspartnern, einschliesslich Lieferanten und anderen Dritten, mit denen diese wiederum Geschäfte tätigen, dass sie über entsprechende Managementsysteme im Einklang mit unseren ethischen Standards verfügen oder diese einrichten. Alle relevanten Geschäftspartner müssen unseren Code of Conduct unterzeichnen. Über die Plattform IntegrityNext informieren wir zusätzlich einige unserer Kunden über unsere Nachhaltigkeit und Compliance in der Lieferkette.

## Weitere Erfolge

Darüberhinausgehende weitere Erfolge beziehen sich auf die positiven Ergebnisse und Fortschritte, die über die grundlegenden Ziele und Verpflichtungen unserer Nachhaltigkeitsstrategie hinausgehen. Diese Erfolge sind das Ergebnis von proaktiven Maßnahmen, innovativen Ansätzen und einem starken Engagement für nachhaltige Praktiken. Sie zeigen nicht nur unsere Fähigkeit, gesetzliche Anforderungen zu erfüllen, sondern auch unser Bestreben, als Vorreiter in der Branche zu agieren und einen messbaren Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft auszuüben.

### **Merkmale hinausgehender weiterer Erfolge:**

**Transparente Kommunikation der Erfolge:** Regelmäßige Berichterstattung über erzielte Fortschritte an alle relevanten Stakeholder, um Vertrauen aufzubauen und das Bewusstsein für unsere Nachhaltigkeitsanstrengungen zu schärfen.

**Energieeffizienzprogramme:** Das Unternehmen hat Massnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz in seinen Einrichtungen ergriffen, um den ökologischen Fussabdruck zu verringern.

**Umweltfreundliche Praktiken:** Die allpack group ag hat Initiativen zur Reduzierung des Papierverbrauchs und zur Förderung digitaler Dokumentation eingeführt.

**Ressourcenschonung:** Die Geräte, vorwiegend Notebooks und andere elektronische Geräte, der Mitarbeitenden werden mehrfach verwendet, um die Wiederverwertung zu fördern. Durch diese Praxis tragen wir aktiv zur Reduzierung von Abfall und zur Schonung von Ressourcen bei. Die nachhaltige Nutzung unserer Geräte ist ein wichtiger Bestandteil unserer Umweltstrategie. Bei Abfall, Wasserverbrauch und Luftverschmutzung halten wir uns streng an die höchsten Schweizer Standards.

**Transparente Kommunikation:** Nutzung von sozialen Medien und anderen Kommunikationskanälen, um Erfolge sichtbar zu machen und das Engagement des Unternehmens für Nachhaltigkeit zu betonen.

Diese weiteren Erfolge sind ein Beweis für unser Engagement für eine nachhaltige Zukunft und motivieren uns, weiterhin innovative Wege zu finden, um positive Veränderungen zu bewirken.



# Kennzahlen

## Environment

	Einheit	2023	2022	Entwicklung
<b>THG-Emissionen</b>				
Scope 1	t CO2-eq	198	256	-23 %
Scope 2	t CO2-eq	0.2	0.2	+5 %
Scope 3	t CO2-eq	1202	1096	+10 %
Intensität Umsatz	g CO2-eq/CHF	55.3	59.8	-7 %
Intensität FTE	t CO2-eq/FTE	14.2	15.7	-10 %
<b>Energieverbrauch</b>				
Erdgas	MWh	935	1'229	-24 %
Treibstoff	MWh	25	23	+9 %
Strom erneuerbar	MWh	1'737	1'650	+5 %
Strom nicht-erneuerbar	MWh	0	0	0 %
Intensität Umsatz	kWh/CHF	0.11	0.13	-17 %
<b>Abfall</b>				
Sonderabfälle	t	8.1	6.5	+26 %
Kehricht	t	52.7	38.3	+38 %
Karton	t	53.3	35.5	+50 %

## Social

	Einheit	2023/12	2022/12	Entwicklung
<b>Mitarbeitende</b>				
Frauen	%	50	53	-3
Frauen mit Kaderposition	%	15	25	-10
Frauen in der Geschäftsleitung	%	17	14	+3
Altersstruktur < 30	%	16	9	+7
Altersstruktur 30-50	%	58	67	-9
Altersstruktur >50	%	26	23	+3
Mitarbeitende Produktion (exkl. Logistik)	%	53	49	+4
Mitarbeitende Büro	%	42	45	-3
Anteil Teilzeitmitarbeitende	%	11	10	+1

Fluktuationsrate	%	21	18	+3
Berufsunfälle	Anzahl	2	2	0
Berufsunfalltage	Anzahl	51	182	-131
Nichtberufs- unfalltage	Anzahl	38	89	-51
Gesundheitsscore	Punkte	67/100	68/100	-1

### Governance

	Einheit	2023	2022	Entwicklung
Anteil der Lieferanten am Cost of goods sold die den Supplier Code of Conduct unterzeichnet haben		60%	n/a	

# Über diesen Bericht

## *Zweck und Rahmen des Berichts*

Der Bericht bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2023 und berücksichtigt die gesamte Tätigkeit der allpack group AG. Mit unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht wollen wir nicht nur transparent über unsere Strategie, sondern auch die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit berichten.

Dabei orientieren wir uns an den anerkannten Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung der «Global Reporting Initiative» und von «Ecovadis, berichten jedoch noch nicht danach. Bis 2027 wollen wir jedoch eine Reportingstrategie entwickeln, die sich konsequenter an den bekannten Reporting Standards und rechtlichen Vorgaben ausrichtet.

Die Geschäftsleitung hat den Nachhaltigkeitsbericht 2023 geprüft und freigegeben.

## *Impressum*

Herausgegeben am 11.09.2024 von Allpack Group AG

Allpack Group AG

Pfeffingerstrasse 45

4153 Reinach

Redaktion: Gazel Kiyak

E-Mail: [info@allpack.ch](mailto:info@allpack.ch)

MWST-Nr.: CHE-207.061.156

Beraten durch:

Intep – Integrale Planung GmbH

Pfingstweidstrasse 16

CH-8005 Zürich