

Guter Sommer bringt den Glasverkauf zusätzlich in Schwung

Vetropack hat im vergangenen Geschäftsjahr den Absatz und den Umsatz erneut gesteigert.



Renato Cecchet, 19.03.2019

Leichtere Bierflaschen (braun) oder anderfarbiges Glas? Vetropack bleibt nicht stehen und präsentiert Neuerfindungen. Bild: Renato Cecchet

Im Bülacher Norden geht was. Auf dem Guss-Areal wird gerade ein neuer Stadtteil gebaut. Nach und nach entstehen dort Wohnungen für rund 2000 neue Einwohnerinnen und Einwohner sowie für mehrere Hundert Arbeitsplätze. Gleichzeitig werden die Schaffhauserstrasse, Kreuzungen und deren Zubringerwege erneuert.

Eine davon ist die Schützenmattstrasse in unmittelbarer Umgebung. Dort liegt der Firmensitz der Vetropack Holding. Dieser erfährt gerade keine Erneuerung. Produziert wird beim Glasverpackungshersteller in Bülach selber seit 2002 auch nicht mehr – dies passiert im waadtländischen Saint-Prex sowie anderen Glaswerken in Österreich, Tschechien, der Slowakei, Kroatien und der Ukraine.

Um konkurrenzfähig zu bleiben, muss sich Vetropack ähnlich wie Bülach Nord aber einen modernen Anstrich verpassen. Dies tut der Glasverpackungshersteller, indem er auch im neuen Geschäftsjahr investiert: in die Erneuerung oder Verlängerung von Schmelzwannen oder in die Bereiche Digitalisierung und Automatisierung. Bereits im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die Holding 115,6 Millionen Franken investiert, um die Kapazitäten zu steigern. Im italienischen Boffalora in der Nähe von Mailand entsteht ein neues Glaswerk, das ein anderes in Italien ersetzt. Die Eröffnung ist für Ende 2021 geplant.

Für Bemühungen belohnt

Die Konsumenten würden nachhaltiger denken. «Verpackungsglas erfährt eine Renaissance», meinte Vetropack-CEO Johann Reiter an der Bilanzmedienkonferenz vom

Dienstag. Als Beispiel nannte er die Wiederentdeckung der Glasflaschen für Frischmilch in Österreich. Er stellte auch Neu- und Weiterentwicklungen wie VIP-Glas (Vetropack Improved Performance) vor, eine Bierflasche, die dank neuem Härteverfahren um 30 Prozent leichter ist. Oder durch Zugabe von Kobalt blau gefärbtes Glas, das in der Slowakei entstand.

Vetropack wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr für seine Bemühungen belohnt. Auch dank des guten Sommers 2018, der den Getränkeausstoss zusätzlich förderte, stiegen die Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen um 9,4 Prozent auf 690,7 Millionen Franken (2017: 631,5 Millionen) . Der Absatz stieg im gleichen Zeitraum um 1,8 Prozent auf 5,16 Milliarden Stück Glasverpackungen (5,07 Milliarden) . Der Ebit (operativer Gewinn vor Zinsen und Steuern) der Gruppe verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 22,3 Prozent auf 78,4 Millionen Franken, der Konzerngewinn um 1,9 Prozent auf 58,1 Millionen.

Der Verwaltungsrat stellt der Generalversammlung vom Mittwoch, 24. April den Antrag, eine Bruttodividende von 50 Franken (2017: 45 Franken) pro Inhaberaktie und von 10 Franken (9) pro Namenaktie auszuschütten. (Zürcher Unterländer)

Erstellt: 19.03.2019, 17:28 Uhr