

Erfrischend *nachhaltig* 2025

Rundgang durchs Werk
Ein Blick hinter die Kulissen in Edelstal

**Auf Augenhöhe
mit unseren Kund:innen**
Vertrauensvolle Zusammenarbeit
in den Regionen

Sicherheit ist keine One-Man-Show
Arbeitssicherheit mit Weitblick
und High-Tech



Coca-Cola HBC
Österreich

Inhalt

Über diesen Bericht 3
 General Manager Mirela Toljan Jakomin:
 „Nachhaltigkeit ist für Coca-Cola kein Projekt;
 sie ist unsere Strategie.“ 4

UNTERNEHMEN

Unser Unternehmen im Profil 6
 Unsere Produktion in Edelstal 10
 Unsere Nachhaltigkeitsstrategie 13
 „Wir tun, was richtig ist – nicht nur, was einfach ist.“
 Legal Director Sandra Krebs im Interview 16

STAKEHOLDER

Dialog führen – Verantwortung übernehmen 18
 Partnerschaft mit BILLA: Wenn Einkaufen Wärme schenkt 20



Auf Augenhöhe
 mit unseren Kund:innen **21**

Im Dialog für den Kreislauf
 Christian Abl, Reclay, im Interview 22
 Unsere wesentlichen Themen 23

SOZIALES

„We Over I“ – gemeinsam wachsen und wirken
 People & Culture Director Alzbeta Takacova im Interview 25
 Zentrale Stimmen für unseren nachhaltigen Erfolg 26



Sicherheit ist
 keine One-Man-Show **30**

Getränke sollen Genuss und Funktionalität bieten
 Portfolio Integration Manager Jovana Saric im Interview 34
 Ein Blick hinter die Kulissen der Qualitätssicherung 35
 Wir richten keine Werbung an Kinder unter 13 Jahren
 Trade Marketing Director Julia Stimpfl im Interview 37
 Miteinander wirksam 39

UMWELT



Energieeffizienz – Die Kunst
 der kleinen Stellschrauben **42**

Auf dem Weg zu „grünen“ Kilometern 43
 Wasser ist nicht gleich Wasser 49
 Im Einsatz für lokale Ökosysteme 51
 Der perfekte Mix 53
 Abfallmanagement im Werk: Kreislauf statt Mülltonne 55
 Weniger ist mehr bei der Nanofolie 60
 Umweltprogramm 2025 62
 Umweltprogramm 2026 66
 Unsere Umweltkennzahlen im Überblick 71
 ABC Analyse laut EMAS-Verordnung 78
 Direkte und indirekte Umweltaspekte laut
 EMAS-Verordnung 80

GRI-INDEX

GRI-Index 82
 Zertifikate 93
 Impressum 95

Hier geht es zur digitalen
 Plattform rund um unsere
 Nachhaltigkeitsthemen:



Über diesen Bericht

Transparente Fakten & *persönliche* Einblicke

Liebe Leser:innen, geschätzte Partner:innen von Coca-Cola HBC Österreich,

der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht für das Geschäftsjahr 2025 ist weit mehr als eine rein statistische Dokumentation von Kennzahlen. Er ist Ausdruck unserer Verpflichtung zu Transparenz und zeigt auf, wie wir ökologische und soziale Verantwortung fest in unsere operativen Prozesse integrieren.

Neben der fundierten Darstellung von Daten und Fakten gewährt dieser Bericht Einblick in unsere Unternehmenskultur. Das Redaktionsteam hat unsere Expert:innen im Berufsalltag begleitet und Interviews geführt, um die tägliche Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie greifbar zu machen.

Fachliche Kompetenz im operativen Einsatz

Hinter unseren Fortschritten stehen engagierte Mitarbeiter:innen, deren Fachwissen essenziell für die Erreichung unserer Ziele ist:

- **Effizienz durch Monitoring:** Unser Kollege **Andreas Oberbauer** illustriert den Einsatz hochsensibler Ultraschall-Messtechnik zur Identifikation von Druckluftleckagen – eine entscheidende Maßnahme zur kontinuierlichen Steigerung unserer Energieeffizienz.
- **Präzision in der Qualitätssicherung:** Im Qualitätsmanagement sorgt **Julia Schmir**

durch akribische Analyseverfahren dafür, dass unsere hohen Standards lückenlos gewahrt bleiben.

- **Materialinnovation:** **Adam Srkala** verdeutlicht, wie der Einsatz von Nanotechnologie zur signifikanten Reduktion von Primärkunststoffen beiträgt und somit die Transformation zur Kreislaufwirtschaft vorantreibt.

Wesentlichkeit durch Stakeholder-Dialog

Unsere Nachhaltigkeitsthemen orientieren sich an der Wesentlichkeitsanalyse der Coca-Cola HBC-Konzerngruppe, ergänzt um spezifische lokale Bedürfnisse. Der laufende Austausch mit unseren Stakeholdern – durch Befragungen, Verbandsarbeit und den direkten Dialog mit Kund:innen und Mitarbeiter:innen – stellt sicher, dass unsere Strategie mit den gesellschaftlichen Erwartungen in Österreich im Einklang steht.

Berichtsstandard

Unser Nachhaltigkeitsbericht für das Geschäftsjahr 2025 berichtet über wesentliche Nachhaltigkeitsthemen und Performance-Kennzahlen von Coca-Cola HBC Österreich.

Der Wesentlichkeitsprozess sowie daraus abgeleitete wesentliche Kennzahlen wurden



Petra Vasak
Corporate Affairs
& Sustainability
Director

durch einen unabhängigen Prüfer, die Kanzian Engineering & Consulting GmbH, kontrolliert. Diese Prüfung umfasste auch die Übereinstimmung mit den GRI¹-Standards sowie den Anforderungen der EMAS Verordnung (2018/2026, 2017/1505 sowie 1221/2009). Die entsprechende Bestätigung finden Sie auf Seite 93.

Der Fokus dargestellter Kennzahlen und Informationen liegt auf 2025, relevante Entwicklungen wurden bis zum Redaktionsschluss im April 2026 berücksichtigt. Hinweise auf GRI-Inhalte sind im Index ab Seite 82 dargestellt.

¹) GRI 1: Grundlagen 2021

Für interessierte Leser:innen bieten wir im vorliegenden Bericht nach den Geschichten und Interviews zu bestimmten nachhaltigkeitsrelevanten Bereichen immer auch detaillierte Informationen gemäß den GRI-Vorgaben. Die ausgewählten Angaben und Formulierungen wurden aus der deutschen Übersetzung der GRI-Standards übernommen und für Klarheit und bessere Verständlichkeit zum Teil an unsere Geschäftstätigkeit angepasst.

Veröffentlichung und Inklusion

Unser Bekenntnis zu Gleichbehandlung und Diversität spiegelt sich auch in unserer Sprache wider: Wir nutzen konsequent gendergerechte Formulierungen mittels Gender-Doppelpunkt.

Wir laden Sie ein, sich ein detailliertes Bild unserer Fortschritte zu machen, und stehen Ihnen für den weiteren fachlichen Dialog sehr gerne zur Verfügung.

Ihre

Petra Vasak

Für **Fragen und Anmerkungen** stehen bei Coca-Cola HBC Österreich

Petra Vasak, Corporate Affairs & Sustainability Director, petra.vasak@cchellenic.com

Marie-Therese Wagner, Corporate Affairs & Sustainability Manager, marie.wagner@cchellenic.com

Theresa Fleischberger, Environment Manager, theresa.fleischberger@cchellenic.com zur Verfügung.



Dieser Nachhaltigkeitsbericht entspricht den Anforderungen zur Erstellung einer Umwelterklärung entsprechend der EMAS-Verordnung EMAS 2018/2026, 2017/1505 und EMAS 1221/2009. Die angegebenen Daten beziehen sich auf das Jahr 2025.

»Nachhaltigkeit ist für Coca-Cola kein Projekt; sie ist *unsere* Strategie.«



Mirela Toljan Jakomin

Seit 1. Mai 2025 General Manager von Coca-Cola HBC Österreich

Wie ist Nachhaltigkeit in der lokalen Organisation verankert?

Mirela Toljan Jakomin: Sie ist eine unserer fünf strategischen Säulen. Für uns ist Nachhaltigkeit nicht nur ein Projekt oder eine temporäre Initiative; sie ist eine übergreifende Strategie, die tief in allem verankert ist, was wir tun. Das bedeutet, dass bei all unseren wesentlichen Aktivitäten und Entscheidungsprozessen der Nachhaltigkeitsaspekt genauso wichtig ist wie Wachstum, Rentabilität oder Kapitalrendite. Für mich ist Nachhaltigkeit mehr als nur eine „grüne Agenda“. Sie bedeutet, Geschäfte so zu betreiben, dass langfristiger Erfolg statt kurzfristiger Gewinne gesichert wird. Es geht darum, heute verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen, die unsere Geschäftsresilienz in der Zukunft gewährleisten.

Welche Verantwortung haben große lokale Unternehmen gegenüber Gesellschaft und Umwelt?

Ich glaube fest an große Systeme. Unternehmen wie unseres haben die Kraft, Innovation voranzutreiben, Agenden positiv zu gestalten und wirklich etwas zu bewirken. Über den Umweltaspekt hinaus tragen wir eine große Verantwortung für die Weiterentwicklung von Menschen. Wir nutzen unsere Instrumente und Systeme, um die Fähigkeiten unserer mehr als 800 Mitarbeiter:innen sowie der jüngeren Generation durch Programme wie Youth Empowered zu entwickeln, das im vergangenen Jahr lokal über 5.000 junge Menschen erreicht hat.

Ergibt Nachhaltigkeit auch aus wirtschaftlicher Sicht Sinn?

Absolut. Nachhaltigkeit führt oft zu Kosteneinsparungen, weil wir beispielsweise weniger Energie, Wasser oder Verpackungsmaterial verwenden. In einer Welt, in der Ressourcen zunehmend knapper werden, ist es zwangsläufig wirtschaftlich sinnvoller, mit weniger Input denselben Output zu erzielen. Allerdings erfordert dies auch einen erheblichen infrastrukturellen Wandel und Anfangsinvestitionen, um nachhaltige Betriebsabläufe für die Zukunft zu sichern.

Welche Nachhaltigkeitsthemen stehen derzeit ganz oben auf Ihrer Agenda?

Verpackung steht definitiv im Fokus. Mit der Einführung des Einwegpfandsystems bewegt sich die gesamte Branche in die richtige Richtung, um die Kreislaufwirtschaft zu verbessern. Im vergangenen Jahr wurden 81,5 %¹ der

Einwegpfand-Flaschen und -Dosen gesammelt, weil sich die Branche entschieden hat, dieses System zu unterstützen.

Wie werden globale Ziele in lokale Maßnahmen in Österreich übersetzt?

Unsere lokale Strategie ist zu 100 % mit der globalen Coca-Cola HBC-Strategie verknüpft. Eine zentrale Verpflichtung ist es, unseren CO₂-Fußabdruck bis 2040 auf netto null zu reduzieren. Jede Entscheidung – von der Wahl unserer Fahrzeugflotte bis zu den Maschinen, die wir einsetzen – ist mit diesem Ziel verbunden. Wir treiben dies auch entlang unserer Wertschöpfungskette voran, beispielsweise indem wir Lieferant:innen priorisieren, die klare wissenschaftsbasierte Ziele (SBTI) haben.

Gibt es spezifisch österreichische Projekte, auf die Sie besonders stolz sind?

Unser Werk in Edelstal ist ein Vorzeigebispiel für nachhaltige Lösungen innerhalb der Coca-Cola HBC Gruppe. Wir haben außerdem investiert, um das Angebot an Mehrweg-Glasflaschen zu erhöhen. Darüber hinaus liegen mir unsere Partnerschaften mit Kund:innen zur Unterstützung Bedürftiger sowie unsere sozialen Initiativen besonders am Herzen.

Was bedeutet verantwortungsvolle Führung und Arbeitsplatzkultur im Kontext von Coca-Cola HBC?

Alles beginnt mit der Kultur. Für uns basiert sie auf unseren Kernwerten und den spezifischen Verhaltensweisen, die wir innerhalb unserer Organisation als akzeptabel oder inakzeptabel ansehen. Ähnlich wie unsere Nachhaltigkeitsstrategie ist auch der Aufbau dieser Kultur keine einmalige Aufgabe; es ist ein fortlaufender Prozess, bei dem Werte gestärkt und sowohl langjährige Mitarbeiter:innen als auch neue Teammitglieder geschult werden. Wir legen großen Fokus auf das, was wir den „Tone at the Top“ nennen. Wir statten unsere Führungskräfte mit Coaching-Kompetenzen und kontinuierlicher Weiterbildung aus, damit sie ihre Rolle besser verstehen.

Wo sehen Sie die Organisation in drei bis fünf Jahren in Bezug auf Nachhaltigkeit?

Wir wollen auf einem guten Weg in Richtung net zero by 2040 sein. Meine Vision ist, dass Verpackungen, die wir auf den Markt bringen, wieder in den Kreislauf zurückgeführt werden – wiederverwendet oder recycelt – und dass wir diese Transformation gemeinsam mit unseren Partner:innen entlang der Wertschöpfungskette anführen.

1) Quelle: Recycling Pfand Österreich

UNTERNEHMEN

**Auf der ganzen
Welt bekannt –
in Österreich
seit 1929
daheim**

**Unser Unternehmen
im Überblick**



Unser Unternehmen *im Profil*

Als einer der führenden Getränkeanbieter versorgt Coca-Cola HBC Österreich flächendeckend den gesamten österreichischen Markt mit Produkten aus dem Hause Coca-Cola.

Unternehmensname:

Coca-Cola HBC Austria GmbH
(„Coca-Cola HBC Österreich“)

Unternehmenszweck:

Abfüllung und Vertrieb einer vielfältigen Getränkeauswahl
(siehe auch Seite 11)

Anzahl Mitarbeiter:innen:

876 (Stichtag 31.12.2025)

Das Managementteam:

Das Managementteam unter der Leitung von General Manager Mirela Toljan Jakomin, setzt sich aus fachkundigen Führungskräften aller Geschäftsbereiche zusammen (siehe Organigramm rechts).

Coca-Cola HBC Österreich



Zentrale Verankerung der
Umwelt- und Nachhaltigkeitsagenden
(strategisch, operativ, kommunikativ)

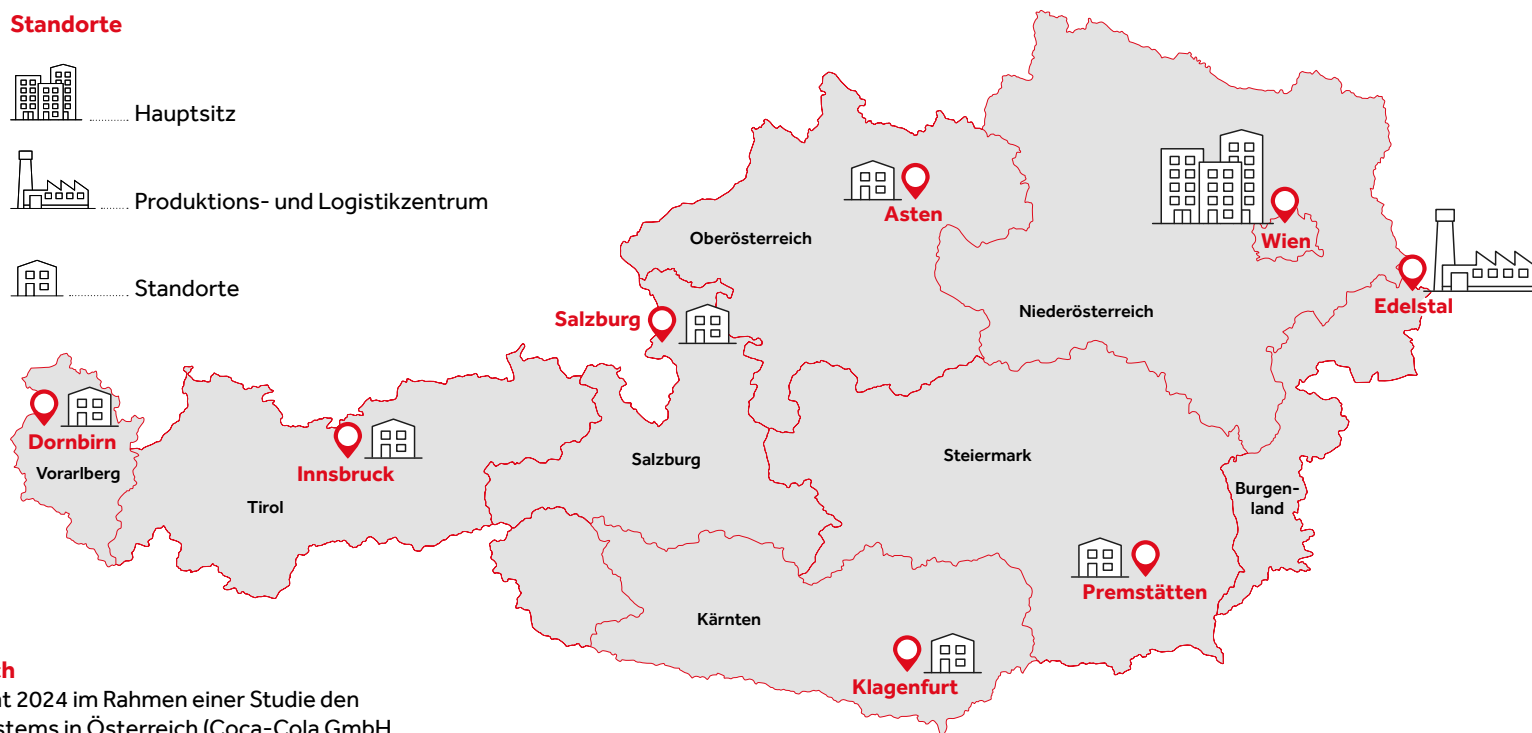
Unsere Geschichte

Coca-Cola ist seit 1929 ein wertvoller Bestandteil der heimischen Wirtschaft. Generationenübergreifend hat Coca-Cola HBC Österreich zur regionalen Wertschöpfung beigetragen, nachhaltige Strukturen aufgebaut und den Standort in Österreich ausgebaut (siehe Seite 8f).

Details zur Historie von Coca-Cola in Österreich sind über den QR-Code abrufbar.

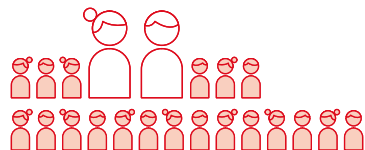


Standorte



Unser sozio-ökonomischer Einfluss in Österreich

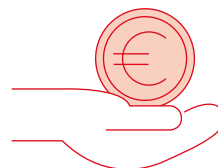
Das Beratungsunternehmen Steward Redqueen hat 2024 im Rahmen einer Studie den sozio-ökonomischen Einfluss des Coca-Cola Systems in Österreich (Coca-Cola GmbH und Coca-Cola HBC Austria GmbH) entlang der Wertschöpfungskette erhoben. Die Daten stammen aus dem Jahr 2023. Aktuell wird die Studie mit Daten aus dem Jahr 2025 aktualisiert. Die Ergebnisse waren bei Redaktionsschluss dieses Berichts noch nicht verfügbar.



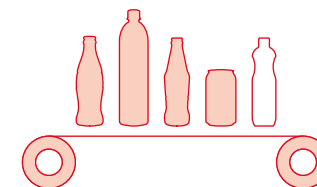
Rund 900 Mitarbeitende = 14.400 weitere Arbeitsplätze
Für jeden Job werden 16 weitere entlang der Wertschöpfungskette unterstützt.



Von 1 Euro bleiben 79 Cent in Österreich.
42 % Steuern für den Staat Österreich
20 % Gehälter an Haushalte
17 % Anteil für die Unternehmen



Coca-Cola ist eine relevante Größe im Steuerhaushalt.
2023 betrug das jährliche Steueraufkommen in Verbindung mit Coca-Cola 689 Millionen Euro, davon wurden 46 Millionen Euro direkt gezahlt.



Abgefüllt in Edelstal
2025 wurden in unserem Werk rund 450 Millionen Liter Getränke produziert. 4 von 5 Getränken, die wir in Österreich verkaufen, werden in Edelstal abgefüllt.

Das Coca-Cola System in Österreich

Coca-Cola HBC Österreich bildet gemeinsam mit der Coca-Cola GmbH (Tochterfirma der The Coca-Cola Company) das Coca-Cola System in Österreich. Beide bringen ihre Kompetenzen ein und sorgen in enger Zusammenarbeit für den Erfolg der Produkte in Österreich.

Coca-Cola HBC Österreich produziert im Burgenland Getränke, deren Markenrechte bei The Coca-Cola Company liegen. Außerdem kümmert sich Coca-Cola HBC Österreich um Kund:innenmarketing und Vertrieb.

Die Coca-Cola GmbH wiederum ist für strategisches Marketing, Kommunikation an Konsument:innen und Verpackungsstrategien verantwortlich. Römerquelle ist ein Joint Venture zwischen Coca-Cola HBC Österreich und The Coca-Cola Company in Österreich.

Darüber hinaus ist Coca-Cola HBC Österreich Vertriebspartner beispielsweise von Costa Coffee.

Starke Partnerschaften in ganz Österreich

Ob Würstelstand, Haubenrestaurant, Verkaufsautomat oder Supermarkt – gemeinsam mit unseren rund 67.000 Kund:innen sorgen wir dafür, dass Menschen in ganz Österreich unser vielfältiges Getränkeangebot genießen können.

Die Coca-Cola HBC Gruppe

Coca-Cola HBC Österreich ist eine Tochter der internationalen Coca-Cola HBC Gruppe, eines wachstumsorientierten Verbrauchsgüter- und strategischen Abfüllpartners der The Coca-Cola Company. Die Gruppe ist in 29 Ländern in Europa, Asien und Afrika tätig. Der Vorstand von Coca-Cola HBC ist verantwortlich für die Führung der Gruppe unter Einhaltung höchster Standards.

Die Unternehmensstrategie basiert auf folgenden 5 Säulen:

1. Stärkung unseres 24/7 Portfolios
2. Gewinnen am Markt
3. Wachstum durch Wettbewerbsfähigkeit und Investitionen
4. Förderung des Potenzials der Mitarbeiter:innen
5. Gesellschaftliche Akzeptanz für unsere Geschäftstätigkeit: Nachhaltigkeit ist Kern unserer Strategie. Sie ermöglicht Wachstum, während wir gleichzeitig einen Mehrwert für Gesellschaft, Partner:innen und Umwelt schaffen.



»Offenheit, Optimismus und ein gelebtes Miteinander: Die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit des Coca-Cola Systems bildet die Grundlage für unsere gemeinsamen Erfolge.«

Wolfgang Weixelbaumer, Country Manager Coca-Cola GmbH

Nachhaltigkeit strategisch fest verankert

Nachhaltigkeit ist in der Unternehmensstrategie der gesamten Coca-Cola HBC Gruppe verankert. Die von der Gruppe definierten internationalen Ziele werden von Coca-Cola HBC Österreich an die lokalen Bedürfnisse angepasst und umgesetzt. Verantwortlich für Nachhaltigkeitsthemen ist das Corporate Affairs & Sustainability Team, das direkt an die General Manager berichtet. Die unterschiedlichen Fachabteilungen wie z.B. das Quality, Sustainability & Environment Team oder unser Einkauf kümmern sich um die Umsetzung der Nachhaltigkeitsagenda in ihren Bereichen. Der Vorstand der übergeordneten Coca-Cola HBC Gruppe trägt die Gesamtverantwortung für die effektive Führung und die Einhaltung höchster Standards im unternehmerischen Handeln. Detaillierte Governance-Informationen finden sie im Integrated Annual Report 2025 der Coca-Cola HBC Gruppe.

Net Zero by 2040

2021 verkündete die Gruppe ihr Ziel, Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis 2040 auf netto Null zu reduzieren. Das bedeutet, dass wir gruppenweit unsere Emissionen auf ein absolutes Minimum reduzieren wollen. Überall dort, wo eine Emissionsreduktion nicht mehr möglich ist, werden wir gezielte Maßnahmen setzen, um Emissionen abzuschwächen oder zu neutralisieren.

Weitere ambitionierte Ziele hat sich die Coca-Cola HBC Gruppe im Rahmen ihrer Mission 2025 gesetzt, die Ende 2025 abgeschlossen wurde. Die Tabelle auf Seite 14f zeigt den finalen Status der Mission 2025 sowie Maßnahmen, die von Coca-Cola HBC Österreich lokal zur Erreichung der Ziele ergriffen wurden. Und natürlich machen wir weiter: Im Rahmen der Mission Refresh hat die Coca-Cola HBC Gruppe erneuerte Verpflichtungen in 4 Fokusbereichen bekannt gegeben (siehe Seite 13).

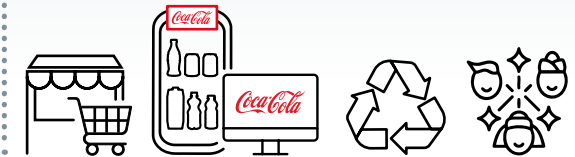
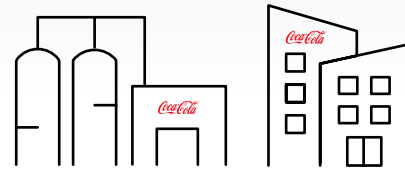


Unsere Wertschöpfungskette

Getränkeabfüllung

Distribution

Verkauf



Vorgelagert/ Lieferant:innen

Landwirtschaftliche Zutaten

z.B. Zucker,
Süßstoffe,
Konzentrat,
Fruchtsaft

Verpackungs- materialien

z.B. PET, Glas
Aluminium,
Karton

Anderes

z.B. CO₂,
Reinigungs-
materialien,
Ausstattung für
Produktion

Eigene Geschäftstätigkeit

Produktion

Prickelnde
Getränke,
Wasser, Frucht-
saftgetränke,
andere stille
Getränke

Büro und Administration

Lager und Verteilungs- zentren

Fahrzeuge

Eigene und
geleaste
Fahrzeuge

Nachgelagert

Ausge- lagerte Logistik

Ver- kaufs- lokale

Marktplatz
Handels-
marketing &
Aktivierung
Kühler

Marketing
an Konsu-
ment:innen
mit TCCC

Verbraucher- abfälle

Recycling
& Wieder-
verwertung

Systeme zur
Einhaltung von
Verpackungs-
vorschriften

Lokale Gemein- schaften



Eigene Mitarbeiter:innen



Kund:innen und Konsument:innen

Lieferant:innen und deren
Mitarbeiter:innen

Leiharbeiter:innen
an unseren Standorten

Nachgelagerte
Leiharbeiter:innen

Unsere *Produktion* in Edelstal

4 von 5 Getränken, die wir in Österreich verkaufen, produzieren wir in Österreich. Seit 2013 werden diese Produkte im burgenländischen Edelstal abgefüllt. Aktuell sind hier vor Ort etwa 350 Mitarbeiter:innen beschäftigt.

„Das Coca-Cola HBC Produktionszentrum in Edelstal zählt innerhalb der Unternehmensgruppe zu den modernsten und größten Standorten und gilt hinsichtlich Technologie und Nachhaltigkeit als echtes Vorzeigewerk“, erklärt Sorin Popescu. Er ist seit Juni 2025 als Werksleiter für die Abläufe im Produktionszentrum verantwortlich.

2025 wurden hier in Edelstal rund 450 Millionen Liter Getränke abgefüllt. Hierfür stehen 11 Linien für die unterschiedlichen Verpackungen zur Verfügung: 5 für PET-Flaschen, 2 für wiederbefüllbare Glasflaschen (RGB), 1 für Aluminiumdosen, 1 für Siruptanks (POM), 1 für sogenannte Bag-in-Boxen (BIB) und 1 für Fertiggetränk-tanks (PEM).

Diverses & inklusives Team

Besonders stolz ist Popescu auf sein diverses und inklusives Team in Edelstal: „In unserem Werk arbeiten mehr als zehn Nationalitäten miteinander. Manche Kolleg:innen sind bereits seit fast vier Jahrzehnten hier. Sie vermitteln den nachkommenden Generationen eine Denk- und Arbeitsweise, die auf Nachhaltigkeit und einer effizienten Ressourcennutzung basiert. Das ist die beste Voraussetzung für unser Ziel net zero by 2040“.

Neues Lagerzelt zur Steuerung von Mengenspitzen

Es werden laufend Investitionen in den Standort getätigt. Erst 2025 wurde beispielsweise ein neues Lagerzelt in Betrieb genommen. 1.200 m² Fläche bieten Platz für bis zu 2.000 zusätzliche Paletten. „Damit reagieren wir gezielt und vorausschauend auf saisonal steigende Anforderungen und können unsere Produktions- und Lieferprozesse noch effizienter und zuverlässiger gestalten“, so Popescu.

Automated Yard Management

Seit 2024 ist unser Automated Yard Management im Einsatz. Es hilft uns, Ressourcen noch besser zu planen, LKWs schneller abzufertigen und somit unsere Kund:innen noch schneller mit unseren Getränken zu beliefern. Das Herzstück des Automatisierungsprojekts ist das Yard Control Center – eine Software, die alle notwendigen Informationen auf einer Plattform zusammenbringt. Die Frächter:innen können zum Beispiel Zeitfenster buchen, zu denen Ware in Edelstal abgeholt und angeliefert wird. So wissen unsere Kolleg:innen in Edelstal, wann und wo welche Ressourcen (z.B. Gabelstapler und Fahrer:innen) gebraucht werden. Bei der Ankunft am Werksgelände erhalten LKW-Fahrer:innen ein Mobilgerät mit spezieller App, über die sie Aufrufe zu ihrer Beladeposition erhalten. Die App kann auch auf dem eigenen Mobiltelefon installiert werden. Mittels QR-Codes können die LKW-Fahrer:innen genau die Durchfahrten öffnen, die sie benötigen. Automatische Kennzeichenerkennung bei der Einfahrt und GPS-Tracking sorgen zusätzlich für Sicherheit und Kontrolle.



Unsere Wasser-Linien

Für die Produktion der Marke Römerquelle



A3 PET

28.000 Flaschen/h



A4 RGB

45.000 Flaschen/h



A11 PET

36.000 Flaschen/h

Unsere Limonaden-Produktion

Für die Produktion der Marken Coca-Cola, Fanta, Sprite, Mezzo Mix, Kinley



A1 CAN

90.000 Dosen/h



A2 PET

18.000 Flaschen/h



A5 RGB

50.000 Flaschen/h



A6 PET

18.000 Flaschen/h



A7 PET

36.000 Flaschen/h



A8 POM

65 Container/h



A9 BIB

12–100 Boxen/h



A10 PEM

125 Container/h

Digital Twin

In Kooperation mit Microsoft wurde 2024 in Edelstal eine digitale Kopie einer Produktionslinie erstellt und getestet. Es handelt sich dabei um eine Technologie aus dem Bereich des sogenannten „Industrial Metaverse“, die weltweit erstmals in diesem Kontext erprobt wurde. Sie macht virtuelle Interaktion, Analysen und Tests ohne Eingriff am laufenden System möglich wie nie zuvor.

Mit den Möglichkeiten des Digital Twins kann nicht nur die Performance der Linie gesteigert, sondern auch der Verbrauch von Energie, Wasser und CO₂ ausführlicher und genauer getestet werden. Der Energieverbrauch auf unserer Linie 9 konnte um 9 % gesenkt werden. Der technologische Fortschritt bietet also auch einen Vorteil für die Entwicklung im Bereich Nachhaltigkeit.

26.800 m² Photovoltaik-Anlage

Wir nutzen bereits seit 2017 ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energiequellen. 2019 wurde auf der Dachfläche unseres lokalen Produktionswerks eine 26.800 m² große Photovoltaik-Anlage, bestehend aus 9.200 Photovoltaik-Modulen, errichtet. Seit 01. Jänner 2024 ist die Anlage in Besitz von Coca-Cola HBC Österreich und seit Mai 2024 wird der Strom vollständig für die Eigenversorgung genutzt.

Unser Werk von oben

Von 355.000m² Gesamtfläche sind 125.000m² verbaut.



Unser Portfolio für jeden Anlass

Unser Portfolio umfasst Getränke unterschiedlicher Kategorien von prickelnden Limonaden und Mineralwasser über Sportgetränke und Eistee bis hin zu Energy Drinks und Kaffee. Im Interview auf Seite 34 spricht Jovana Saric, Portfolio Integration Manager, über Trends und Entwicklungen der Branche sowie im Portfolio von Coca-Cola HBC Österreich.



Pause/Snack



Alltag



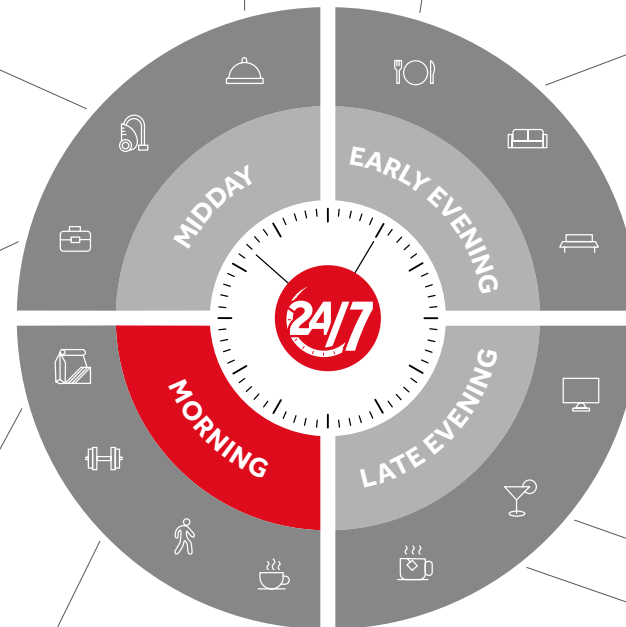
Essen zuhause



Restaurant



Bei der Arbeit



Entspannung zuhause

Gaming



Unterwegs/aktiv



Ausgehen



Frühstück/Kaffeepause



„Mixing“ zuhause

Unsere Fokus-Kategorien Marktposition

Limonaden	#1
Sportgetränke	#1
Wasser	#3
Energy	#3

Die Nachhaltigkeitsstrategie der Coca-Cola HBC Gruppe

Mission Refresh

Unsere lokalen Initiativen erfolgen in Übereinstimmung mit der Nachhaltigkeitsstrategie der Coca-Cola HBC Gruppe. Die erneuerten Nachhaltigkeitsziele der „Mission Refresh“ konzentrieren sich auf die Bereiche, die für die Geschäftstätigkeit und Stakeholder am wichtigsten sind: Klima, Wasser, Biodiversität und Gesellschaft. Das Unternehmen richtet weiterhin den Fokus auf Verpackung, Landwirtschaft und Ernährung. Vier zentrale Verpflichtungen steuern die Aktivitäten in den kommenden Jahren. Sie sind zeitgebunden, langfristig, ambitioniert und helfen dabei, den Fokus auf die Bereiche zu legen, in denen wir den größten positiven Einfluss haben.



1. Netto-Null-Emissionen bis 2040 erreichen

Es gilt weiterhin das 2021 gesetzte Ziel, bis 2040 Netto-Null-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu erreichen. Dazu zählen Produktion, Logistik, Verpackungen, Kühlgeräte und Zutaten. Als Zwischenziel sollen die Emissionen bis 2030 um 30 % reduziert werden. Dies soll durch eine enge Zusammenarbeit mit Partner:innen und Lieferant:innen gelingen, insbesondere zur Reduktion von Scope-3-Emissionen.

2. Einen netto-positiven Einfluss auf die Biodiversität bis 2040 erreichen

Seit 2022 besteht das Ziel, bis 2040 einen netto-positiven Einfluss auf die Biodiversität in besonders sensiblen Bereichen zu erzielen und Entwaldung in der Lieferkette zu beenden.

3. Jeden Tropfen Wasser, den wir verwenden, bis 2035 der Natur zurückführen

Wasser ist essenziell für die Getränke und Produktionsprozesse. Im Einklang mit dem Ziel der The Coca-Cola Company soll Wasser verantwortungsvoll genutzt werden und die in den Getränken verwendete Menge vollständig wieder zurückgegeben werden. Ein Fokus liegt auf Hochrisikogebieten.¹

4. Ein bevorzugter Nachbar für Gemeinschaften sein

Dieses Ziel konzentriert sich darauf, vor Ort gemeinsamen Mehrwert zu schaffen – durch die Unterstützung von Arbeitsplätzen und Kompetenzen, die Zusammenarbeit mit Gemeinschaften, Beiträge zu Sicherheit und Wohlbefinden sowie den Schutz lokaler Umgebungen.

¹⁾ Österreich ist kein Hochrisikogebiet



















Unsere Mission 2025

Unser Mission-2025-Ansatz basierte auf unserer Stakeholder-Wesentlichkeitsmatrix und ist vollständig nach den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs) und deren Zielvorgaben ausgerichtet. Unsere sechs zentralen Schwerpunktbereiche spiegeln unsere Wertschöpfungskette wider: Emissionsreduzierung; Wassereinsparung und verantwortungsvolle Bewirtschaftung; Verpackung; Beschaffung von Rohstoffen; Ernährung; unsere Mitarbeitenden und Gemeinschaften.

Die Tabelle gibt Auskunft über den finalen Status der Zielerreichung der Coca-Cola HBC Gruppe sowie Einblicke in die lokalen Maßnahmen von Coca-Cola HBC Österreich in Bezug auf die einzelnen Ziele.

















Die untenstehende Farbkennzeichnung zeigt den finalen Status jeder der Verpflichtungen:

- ✔ ... erreicht
- ➔ ... Fortschritte erzielt
- ➔ ... signifikante Fortschritte erzielt
- ⬇ ... nicht erreicht

Gruppenziele 2025 ¹⁾	UN-Sustainable Development Goals	Status 2025 Coca-Cola HBC	Einblicke in lokale Maßnahmen von Coca-Cola HBC Österreich
Kimenschutz und erneuerbare Energie			
30 % Reduktion der direkten Kohlenstoffemissionen	   	44 % ✔	Gezielte Maßnahmen zur Dekarbonisierung: z.B. Steigerung der Energieeffizienz, Einsatz erneuerbarer Energien, Elektrifizierung, technische Optimierung und bewusstes Verhalten
50 % energieeffiziente Kühlgeräte an Verkaufsstellen		66 % ✔	
50 % der in unseren Betrieben verbrauchten Energie aus erneuerbaren und sauberen Quellen		54 % ✔	
100 % erneuerbare und saubere Elektrizität		100 % ✔	
Wasserreduktion und Verantwortung			
20 % Reduktion des Wasserverbrauchs in Wasserrisikogebieten	   	8 % ➔	Österreich gilt nicht als Wasserrisikogebiet. Sorgsamer Umgang mit Ressource Wasser dennoch essenziell: Aktuell lassen sich rund 97 % der Wasserströme konkreten Prozessen zuordnen; 2024 erfolgreiche Absolvierung ISO 46001 Audit zum Thema Wasser-Effizienz; regelmäßige Durchführung „Source Vulnerability Assessment“ zur Analyse potentieller Risiken in der Wasserversorgung und Abwasserentsorgung
100 % Wasserversorgungssicherheit in Wasserrisikogebieten	 	100 % ✔	
Verpackungs- und Abfallmanagement			
75 % der Primärverpackungen werden recycelt	   	78 % ✔	2025 wurde in Österreich das Pfandsystem für Getränkeeinwegverpackungen eingeführt. Gleich im ersten Jahr wurde österreichweit eine Sammelquote von 81,5% erreicht.
35 % des verwendeten PET stammt von recyceltem PET/PET aus erneuerbarem Material	 	35 % ✔	
100 % recycelbare Verpackungen		100 % ✔	

¹⁾ Basis 2017. Ägypten ist ausgeschlossen, da es weder im Basisjahr noch im Zieljahr vorgesehen war.

Unsere Mission 2025 Fortsetzung

Gruppenziele 2025 ¹	UN-Sustainable Development Goals	Status 2025 Coca-Cola HBC	Einblicke in lokale Maßnahmen von Coca-Cola HBC Österreich
Beschaffung			
100 % der wichtigsten Zutaten aus landwirtschaftlichem Anbau von Lieferant:innen entsprechend der Sustainable Agriculture Guiding Principles	   	95 % →	2025 bezog Coca-Cola HBC Österreich 100 % der wichtigsten Zutaten aus landwirtschaftlichem Anbau von Lieferant:innen, die die Leitlinien für nachhaltige Landwirtschaft erfüllen
Ernährung			
25 % Reduktion Kaloriengehalt pro 100ml kohlenensäurehaltigem Erfrischungsgetränk ²	 	19 % →	Coca-Cola HBC Österreich hat den Kaloriengehalt in kohlenensäurehaltigen Limonaden zwischen 2015 und 2025 um 13,1 % reduziert.
Unsere Mitarbeiter:innen und Gesellschaft			
10 % Community-Teilnehmer:innen bei First-Time-Manager Programmen	   	11 % ✓	Steht für Österreich nicht im strategischen Fokus
1 Million Teilnehmer:innen am #YouthEmpowered Programm	   	1.283.244 ✓	Von 2017 bis 2025 haben wir über das Projekt „Junior Company“ insgesamt 27.375 Jugendliche unterstützt, davon 5.235 im Jahr 2025.
20 Zero Waste Partnerschaften		20 ⁴ ✓	Kein strategischer Fokus bei Coca-Cola HBC Österreich
10 % der Arbeitnehmer:innen nehmen an Freiwilligen-Initiativen teil		10 % ✓	10,8 % unserer Mitarbeiter:innen haben sich 2025 mindestens 1x im Rahmen ihrer Arbeitszeit freiwillig engagiert.
Ziel von null Todesfällen bei der Arbeit		1 ↓	Kein Todesfall bei Coca-Cola HBC Österreich 2025; Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsystem
50 % weniger Arbeitsunfälle mit Ausfalltagen pro 100 FTE ³		23 % →	Coca-Cola HBC Österreich ist nach ISO 45001 zertifiziert und setzt zahlreiche Maßnahmen für einen sicheren Arbeitsplatz. Von 2017 bis 2025 wurde die Zahl der Arbeitsunfälle mit Ausfalltagen pro 100 FTE um fast 2/3 gesenkt.
50 % der Managerposten von Frauen besetzt		43,4 % →	7 von 11 Führungspersonen im österreichischen Senior Leadership Team – inklusive der General Manager – sind aktuell weiblich

¹) Basis 2017. Ägypten ist ausgeschlossen, da es weder im Basisjahr noch im Zieljahr vorgesehen war.

²) Baseline 2015

³) FTE = Full Time Equivalent; Vollzeitäquivalent

⁴) unterstützt von der The Coca-Cola Foundation

„Wir tun, was richtig ist – nicht nur, was einfach ist.“

Legal Director Sandra Krebs informiert, wie Integrität durch praxisnahe Schulungen im Arbeitsalltag zur gelebten Realität wird und wie das Team trotz komplexer Anforderungen stets lösungsorientiert und effizient agiert.

Sandra, welche rechtliche Änderungen gab es 2025, die für das Unternehmen besonders herausfordernd waren?

Sandra Krebs: Es gab kein einzelnes Gesetz, das alles verändert hat, aber wir bereiten uns intensiv auf kommende Regularien vor. Dazu gehören beispielsweise die Entwaldungsverordnung (EUDR), die Gender Pay Gap Directive sowie die ESG- und Antikorruptions-Richtlinien auf EU-Ebene. Weiterhin für uns wichtig ist die Einhaltung von bestehenden Gesetzen, etwa den kartell- und datenschutzrechtlichen Regelungen.

Wie stellst du mit deinem Team sicher, dass die Kolleg:innen diese komplexen rechtlichen Themen im Alltag auch umsetzen können?

Wir setzen auf eine Kombination aus Face-to-Face-Trainings und E-Learnings sowie diversen Awareness-Kampagnen zu unseren Werten und Unternehmensrichtlinien, wie z.B. unserer jährlichen Ethics & Compliance Week. Des Weiteren ist es für uns wichtig, eng mit den Kolleg:innen aus den Fachbereichen zusammen zu arbeiten und in einer Atmosphäre des gegenseitigen Verständnisses und Vertrauens gemeinsam Lösungen zu entwickeln. Dabei versuchen wir auch, die rechtliche Materie in eine „normale Sprache“ zu übersetzen und mit Praxisbeispielen greifbar zu machen.

Was bedeutet „Integrität“ konkret für die tägliche Arbeit?

Integrität bedeutet für mich zu wissen, was das Richtige ist und entsprechend zu handeln. Niemand muss sämtliche Regelungen im Detail auswendig kennen. Vielmehr wünschen wir uns, dass unsere Mitarbeitenden ein natürliches „Ampelsystem“ entwickeln, das ihnen intuitiv zeigt, welches Verhalten in einer konkreten Situation richtig ist. Regelmäßige Schulungen und ein enger Austausch unterstützen dabei Wissen zu festigen, die Vorgaben nachhaltig zu verinnerlichen und potenzielle Compliance Risiken frühzeitig zu erkennen bzw. uns bei etwaigen Fragen einzubinden.

Insgesamt gilt: Compliance ist Teamwork – jede und jeder muss mitarbeiten, damit es funktioniert. Auf der anderen Seite ist dabei niemand auf sich allein gestellt, man kann sich bei Unsicherheiten jederzeit Unterstützung bei uns holen.

Welche Möglichkeiten haben Mitarbeitende, wenn sie einen Verstoß bemerken, und wie werden sie geschützt?

Es gibt verschiedene Kanäle und Ansprechpartner:innen, über die unsere Mitarbeiter:innen Bedenken melden können. Über die „Speak Up!“-Line können Meldungen auch anonym abgegeben werden. Unsere Whistleblowing-Policy enthält entsprechende Regelungen zum Schutz der Hinweisgeber:innen.



»Integrität bedeutet für mich zu wissen, was das Richtige ist und entsprechend zu handeln.«

Sandra Krebs,
Legal Director

Inwieweit ist es wichtig, dass auch Geschäftspartner:innen sich an Regeln halten?

Wir führen unsere Geschäftstätigkeiten konsequent im Einklang mit unseren Werten und verfolgen höchste Standards in Qualität, Integrität und Leistung. Auf dieser Grundlage ist es unser Ziel, mit Geschäftspartner:innen zusammenzuarbeiten, die unsere Werte teilen und ihre Geschäfte verantwortungsvoll und ethisch führen.

Beispielsweise müssen alle unsere direkten Lieferant:innen unsere Supplier Guiding Principles akzeptieren, die Themen wie Menschenrechte und Einhaltung von geltenden Gesetzen abdecken. Zudem führen wir bei bestimmten Partner:innen Due-Diligence-Prüfungen durch und fördern den Austausch zu Compliance relevanten Themen durch Veranstaltungen wie den Supplier Open Day.

Wie trägt die Rechtsabteilung direkt zur Nachhaltigkeit des Unternehmens bei?

Compliance mit anwendbaren Gesetzen, Unternehmensrichtlinien und generell mit unseren Werten ist ein wichtiger Baustein, um

sicherzustellen, dass der Erfolg unseres Unternehmens nachhaltig ist. Coca-Cola HBC ist auf das Vertrauen seiner Kund:innen, Konsument:innen und auf die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, angewiesen. Wir alle müssen uns dieses Vertrauen jeden Tag aufs Neue verdienen. Das ist nur möglich, wenn wir uns integer und compliant verhalten, gemäß unserem Motto: Wir tun, was richtig ist – nicht nur, was einfach ist!

Worauf bist du im Rückblick auf das Jahr 2025 besonders stolz?

Wir führen jedes Jahr die sogenannte „Collaborating for impact study“ durch. Hier bewerten die Mitarbeiter:innen von Coca-Cola HBC Österreich die Zusammenarbeit mit Kolleg:innen der anderen Abteilungen. Ich habe mich sehr über den hohen Zufriedenheitswert der anderen Fachbereiche mit der Rechtsabteilung gefreut. Das zeigt, dass unser Verständnis für das Business und die enge bereichsübergreifende Zusammenarbeit geschätzt werden. Wir werden als Partner:innen wahrgenommen, die schnell und effizient unterstützen und dabei stets compliant handeln.

STAKEHOLDER

Dialog führen

Wir stehen in regelmäßigem Austausch:
Unser Stakeholdermanagement im Überblick



Dialog führen – Verantwortung übernehmen

Wir verpflichten uns zu transparenten und verantwortungsbewussten Geschäftspraktiken. Laufender, aktiver Austausch mit relevanten Stakeholdern ist hier essenziell. So sehen wir, welche Themen gerade wesentlich sind und stellen sicher, dass die Erwartungen und Befürchtungen unserer Stakeholder stets berücksichtigt werden.

Folgende Stakeholder sind für uns in Österreich besonders relevant:

- Mitarbeiter:innen
- Kund:innen und Handelspartner:innen
- Lieferant:innen
- Die Coca-Cola Company
- Handelsorganisationen und Interessenverbände
- NGOs und Umweltorganisationen
- Medien
- Universitäten und akademische Institutionen
- Politik, Verwaltung (inkl. Gemeinden) und Behörden
- Anrainer:innen



Alzbeta Takacova
People & Culture Director

Unsere Mitarbeiter:innen

Unsere Mitarbeiter:innen arbeiten Tag für Tag am Erfolg unseres Unternehmens. Wir möchten die besten Teams der Industrie aufbauen, Mitarbeitende halten und neue Talente ansprechen. Außerdem fördern wir Einsatz und Engagement, während wir gleichzeitig Wohlbefinden, Gesundheit und Sicherheit gewährleisten. Um die Bedürfnisse und Herausforderungen unserer Mitarbeiter:innen zu kennen, sind die Führungskräfte laufend in direktem Austausch mit ihren Leuten. Nachvollziehbares Feedback, transparente Leistungsbeurteilung sowie persönliche Entwicklungspläne sind wichtiger Teil des Dialogs. Darüber hinaus befragen wir unsere Mitarbeiter:innen regelmäßig zu unterschiedlichen Themen in anonymen Umfragen. Ein Beispiel hierfür ist unsere „My Voice Pulse Survey“, in der wir auch 2025 wieder unsere Mitarbeiter:innen gefragt haben, wie gut unsere Unternehmenswerte im Arbeitsalltag gelebt und gespürt werden. Basierend auf den Ergebnissen unserer Umfragen werden Maßnahmenpläne entwickelt und Verbesserungen umgesetzt. Neben dem Dialog mit Mitarbeiter:innen stehen wir natürlich auch in laufendem Austausch mit unserem Betriebsrat sowie Arbeitnehmervertretungen.



Dino Klaric
Sales Director

Unsere Kund:innen

Mit rund 67.000 Kund:innen sorgen wir für die flächendeckende Verfügbarkeit von Getränken in ganz Österreich. Unsere Vertriebsorganisation steht täglich im Kontakt mit unseren Partner:innen und ist ein entscheidender Faktor für die Zufriedenheit der Kund:innen und die langfristige Wertschöpfung. Über Qualität, Geschmack, Auswahl und Verfügbarkeit hinaus erwarten Kund:innen zunehmend eine Vorreiterrolle in den Bereichen Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Verpackungslösungen. Den Dialog mit unseren Kund:innen führen wir über ein klares, differenziertes Modell: Kundenservice für alle Kund:innen, Key Account Manager als strategische Partner:innen und Business Developer mit täglicher, bedarfsorientierter Kundenbetreuung. Digitale Erkenntnisse und Leistungskennzahlen werden kontinuierlich analysiert, um die Servicequalität zu verbessern, ergänzt durch eine jährliche Kundenzufriedenheitsumfrage. Im Jahr 2025 nahmen über 4.000 Kund:innen daran teil und bestätigten einen deutlichen Anstieg der Zufriedenheit. Die Kund:innen schätzen insbesondere die Verfügbarkeit, Schnelligkeit und die Fähigkeit unserer Vertriebsteams, auf ihre Bedürfnisse einzugehen. Für uns ist die Botschaft klar: Eine konsequente Kundenorientierung und eine zuverlässige, aufmerksame Umsetzung liefern messbare Ergebnisse.



Julia Stimpfl
Trade Marketing Director

Unsere Konsument:innen

Für unsere Konsument:innen relevante Themen sind unter anderem die Sicherheit und Verfügbarkeit unserer Produkte, Qualität, Geschmack, gesunde Erfrischung und praktische Handhabung. Die Coca-Cola Company (TCCC) besitzt, entwickelt und vermarktet ihre Marken mit Blick auf Endverbraucher:innen und gewinnt aktiv Erkenntnisse und Rückmeldungen durch Umfragen, globale und lokale Trendanalysen sowie Fokusgruppen. Gemeinsam mit der Coca-Cola Company möchten wir Bedürfnisse und Vorlieben unserer Konsument:innen mithilfe verschiedener Studien und Daten verstehen. Feedback erhalten wir auch beispielsweise über soziale Medien und unsere Konsument:innen Hotline (Telefon und E-Mail). Und auch unsere Absatzzahlen geben wertvolle Einblicke: Der steigende Konsum von kalorienarmen und -freien Erfrischungsgetränken zeigt das steigende Bewusstsein für eine kontrollierte Zuckeraufnahme. Wir bauen daher auch weiterhin unser Angebot an kalorienarmen und -freien Getränken aus.



Natasa Najdanovic
Supply Chain Director

Unsere Lieferant:innen

Wir setzen auf langfristige Partnerschaften mit unseren Lieferant:innen. Unsere gemeinsamen Geschäftstätigkeiten werden von verschiedenen Themen beeinflusst. Dazu gehören beispielsweise der Schutz von Klima und Wasser, Schutz und faire Entlohnung der Mitarbeiter:innen, regelkonformes und ethisches Geschäftsverhalten sowie steigende Kosten u.a. für Zutaten, Verpackungsmaterialien und Energie. Unser Einkauf steht in laufendem, direktem Austausch mit unseren Lieferant:innen, um die langfristige Zusammenarbeit partnerschaftlich zu gestalten und zu sichern. Dabei werden aktuelle Themen, Verbesserungen und Maßnahmen individuell vereinbart und besprochen. Strategische Lieferant:innen sowie Lieferant:innen, die ein bestimmtes Absatzvolumen erreichen, laden wir zur Teilnahme an der Nachhaltigkeitsplattform EcoVadis ein.



Petra Vasak
Corporate Affairs &
Sustainability Director

Nachhaltiges Stakeholdermanagement

Die Abteilung Corporate Affairs & Sustainability unter der Leitung von Petra Vasak steht in laufendem Austausch mit unterschiedlichen Stakeholder Gruppen:

Gesellschaft & gemeinnützige Organisationen

Wir möchten einen positiven Beitrag für die Gesellschaft in Österreich leisten und stehen daher in engem Dialog mit verschiedenen gemeinnützigen Organisationen. Mit der Caritas verbindet uns eine langjährige Zusammenarbeit, gemeinsam evaluieren wir Bedarf und Möglichkeiten der Unterstützung von gemeinnützigen Projekten. Hier hat sich beispielsweise die Unterstützung der Caritas Klimaoasen und Wärmestuben mit Getränken als sinnvoll erwiesen. Der Klimawandel hat auch Auswirkungen auf die Gesellschaft, vor allem auf vulnerable Gruppen. Die Caritas

bietet im Sommer kühle Plätze und im Winter warme Räume für obdachlose Menschen und Menschen, die sich Heizung bzw. Kühlung ihrer Wohnungen nicht leisten können. Auch die Soforthilfe im Katastrophenfall wird im direkten Dialog schnell evaluiert und organisiert, beispielsweise die Bereitstellung von Getränken während des Hochwassers 2024. Zur Unterstützung von Jugendlichen auf ihrem Weg ins Berufsleben im Rahmen des Programms #YouthEmpowered stehen wir im Austausch mit unterschiedlichen Stakeholdern und Organisationen.

Industrieverbände und weitere Organisationen

Wir stehen in laufendem Austausch mit für uns relevanten Industrieverbänden und Organisationen. Dazu gehören zum Beispiel der Verband der Getränkehersteller Österreichs und das Forum Natürliches Mineralwasser. Hier findet zum einen branchenrelevanter Austausch statt sowie die gemeinsame Vertretung bestimmter Standpunkte nach außen. Auch der Dialog mit Behörden und öffentlichen Institutionen findet vor allem unternehmensübergreifend über Branchenverbände statt. Darüber hinaus arbeiten wir mit verschiedenen Organisationen, z.B. im Bereich Sammlung und Recycling unserer Verpackungen, zusammen. Besonders intensiv war 2025 durch die Einführung des Pfandsystems für Einweggetränkerverpackungen auch der Dialog mit dem Trägerverein Einwegpfand (EWP). Auch mit der PET to PET Recycling Austria, an der wir als Mitgründer seit 2007 beteiligt sind, stehen wir in laufendem Austausch.

Anrainer:innen

In regelmäßigen Treffen mit Vertreter:innen der Gemeinden Edelstal und Prellenkirchen evaluieren wir Bedürfnisse und Erwartungen der lokalen Gesellschaften rund um unseren Abfüllbetrieb.

Medien & Journalist:innen

Wir informieren Medien in Österreich regelmäßig pro-aktiv über Neuigkeiten in Bezug auf unser Unternehmen sowie unsere Produkte und stehen für Anfragen von Journalist:innen zur Verfügung.

Auszug aus unseren Mitgliedschaften 2025:

- Verband der Getränkehersteller (VGÖ)
- Forum Natürliches Mineralwasser
- Österreichischer Kaffee- und Teeverband
- Schutzverband der Spirituosen- und Sektwirtschaft
- Leitbetriebe Austria
- PRVA
- Forum Ernährung Heute
- EWP – Trägerverein Einwegpfand
- Österreichisches Umweltzeichen
- VKI
- Bündnis Mikroplastikfrei
- ÖAG – Österreichisch Amerikanische Gesellschaft
- respACT
- SIPCAN



Partnerschaft mit BILLA: Wenn Einkaufen *Wärme* schenkt

Mit einer einfachen Idee und vielen engagierten Partner:innen wurde aus einer kleinen Geste konkrete Hilfe: Für jede verkaufte 0,5-Liter-PET-Flasche Coca-Cola floss im Herbst 2025 eine Spende an Menschen in Österreich, die Unterstützung beim Heizen brauchen.

Das Coca-Cola System in Österreich (Coca-Cola HBC Österreich und die Coca-Cola GmbH) spendete 10 Cent pro 0,5 Liter PET-Flasche Coca-Cola, Coca-Cola Zero und Coca-Cola Zero Zero, die zwischen 6. und 19. November 2025 in teilnehmenden BILLA und BILLA PLUS Filialen verkauft wurde. Die Geldspende erfolgte zugunsten der Initiative „Ein Funken Wärme“ der Caritas und der Kronen Zeitung, Getränke Spenden kommen den Wärmestuben und Klimaoasen der Caritas Wien zugute. Insgesamt wurde

die vereinbarte maximale Spendenhöhe von 27.000 Euro erreicht.

Hinter der Aktion steht ein starkes Zeichen gelebter Partnerschaft. Coca-Cola Österreich und BILLA unterstützen die Caritas bereits seit vielen Jahren. 2025 haben wir unsere Kräfte gebündelt und die gemeinsame Spende ermöglicht.

Dass die Initiative so viele Menschen erreichen konnte, lag auch an der engen Zusammen-

arbeit über Unternehmens- und Abteilungsgrenzen hinweg. Mitarbeiter:innen aus dem Coca-Cola System, von BILLA Österreich und der Caritas arbeiteten gemeinsam daran, die Aktion österreichweit sichtbar zu machen. „Wir haben 1.000 Aufsteller mit 270.000 0,5 Liter PET Coca-Cola-Flaschen in BILLA und BILLA PLUS Filialen in ganz Österreich platziert und auf Social Media, per Newsletter und in der Kronen Zeitung auf die Initiative aufmerksam gemacht. Unsere Konsument:innen haben sich gefreut: Mit ihrer Erfrischung konnten sie Menschen in Österreich ein wenig Wärme schenken.“, erklärt Key Account Manager Daniela Toifl, die im Verkaufsteam von Coca-Cola HBC Österreich für die Zusammenarbeit mit BILLA verantwortlich ist.

Dass diese Hilfe dringend gebraucht wird, zeigen aktuelle Zahlen: Rund 1,28 Millionen Menschen in Österreich sind armutsgefährdet, 79.000 Kinder und Jugendliche leben in absoluter Armut. Für viele bedeutet der Winter daher nicht nur Kälte draußen, sondern auch in den eigenen vier Wänden. Im Winter 2024/25 konnten 353.000 Menschen ihre Wohnungen nicht ausreichend heizen. Hier setzt die Initiative „Ein Funken Wärme“ von Caritas und der Kronen Zeitung an. Sie unterstützt Menschen in Österreich mit Heizkostenzuschüssen, Energieberatung und notwendigen Reparaturen – und sorgt damit genau dort für Hilfe, wo sie am dringendsten gebraucht wird.



Coca-Cola Österreich und BILLA überreichten 27.000 Euro aus der gemeinsamen Aktion für „Ein Funken Wärme“ an die Caritas.

Gemeinsam Mehrwert schaffen

Strategische Nachhaltigkeitspartnerschaften

Um einen Wert für lokale Gemeinschaften, Partner:innen und die Umwelt zu schaffen, während wir gleichzeitig als resilientes Unternehmen wachsen, ist Coca-Cola HBC davon überzeugt, dass wir gemeinsam mehr erreichen können. Deshalb möchten wir mit unseren Kund:innen gezielt an gemeinsamen Nachhaltigkeitszielen arbeiten und langfristige Partnerschaften aufbauen.

Unser Ansatz ist klar: Wir identifizieren gemeinsame Interessensfelder und setzen diese durch konkrete Initiativen gemeinsam um. Wenn wir unsere Kräfte bündeln und Synergien nutzen, können wir einen spürbaren Beitrag für Umwelt und Gesellschaft leisten, auf Konsument:innen-Trends reagieren, Prozesse optimieren und nachhaltigere Kaufentscheidungen fördern.

Das schafft echten Mehrwert – für unseren Planeten und für lokale Gemeinschaften, für unsere Konsument:innen und für unser gemeinsames Geschäft. Eine echte Win-Win-Situation, die auch Wettbewerbsvorteile ermöglichen kann.

Die möglichen Kooperationsfelder sind vielfältig. Entscheidend ist eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit aktiver Beteiligung beider Seiten – immer unter Berücksichtigung von Verbraucherbedürfnissen und Marktspezifika. Gerne besprechen wir mögliche Ansätze für eine Partnerschaft persönlich mit ihnen.

Alle Kooperationen sind nicht exklusiv und erfolgen im Einklang mit dem Wettbewerbsrecht.

Auf Augenhöhe mit unseren Kund:innen

Grüne Wiesen, Schatten spendende Bäume, der türkisblaue Wörthersee. Wir befinden uns im Parkbad Krumpendorf. Hier verwöhnt Helene Rana in ihrem „Restaurant Rana’s“ von Mai bis September ihre Gäste mit warmen Speisen, Süßem und erfrischenden Getränken.

Helene Rana erhält regelmäßigen Besuch von Wolfgang Tammegger. Wolfgang ist bei Coca-Cola HBC Österreich gemeinsam mit seinem 8-köpfigen Team für die Betreuung der Gastronomie in Kärnten zuständig. Er kümmert sich darum, dass Frau Rana ihren Gästen eine breite Vielfalt an Getränken aus dem Hause Coca-Cola anbieten kann. „Mir macht es extrem Spaß, viel bei unseren Kund:innen draußen vor Ort zu sein“, ist eines der ersten Dinge, die Wolfgang erzählt. Er ist seit inzwischen 37 Jahren Teil des Verkaufsteams von Coca-Cola HBC Österreich und kennt einen

Großteil seiner Kund:innen persönlich. Trotzdem: „Es gibt immer etwas Neues zu erleben. Mir wird nie fad.“ Das Wichtigste in seinem Job sei es, zuzuhören. Und Kommunikation auf Augenhöhe. „So erfahre ich, was die Kund:innen wirklich brauchen und kann die passenden Lösungen anbieten.“

Helene Rana ist bereits seit vielen Jahren Kundin von Coca-Cola HBC Österreich. „Die Zusammenarbeit ist geprägt durch Professionalität, Wertschätzung und Unterstützung in jeglicher Hinsicht. Mit Wolfgang und sei-



»Jeder verbindet etwas Besonderes mit Coca-Cola. Das hat einen emotionalen Wert.«

Helene Rana, Inhaberin „Restaurant Rana’s“

nem Team haben wir verlässliche Partner an unserer Seite“, beschreibt Helene Rana. Neben der guten Zusammenarbeit ist in ihren

Augen die Regionalität ein großer Pluspunkt von Coca-Cola in Österreich. „Viele wissen ja nicht, dass Coca-Cola in Österreich produziert wird. Ich mache ganz viele Gäste darauf aufmerksam. Dann konsumiert man die Getränke von Coca-Cola einfach noch viel lieber.“

„Jeder kennt Coca-Cola. Jeder verbindet etwas Besonderes mit Coca-Cola. Das hat einen emotionalen Wert“, so Rana über die Marke Coca-Cola. Für sie zählt aber nicht nur die eine, ikonische Marke. Rana schätzt das große Getränkeangebot und die verschiedenen Marketingmaterialien zur perfekten Präsentation der Produkte – von Kühlschränken über Aufsteller und Gläser bis hin zu Infomaterial. Sie freut sich immer, wenn das Team rund um Wolfgang neue Getränke zum Verkosten mitbringt. Frau Rana selbst ist großer Kinley Fan. Das sei „das Beste, das es gibt auf dem Tonic Markt“.



»Mir macht es extrem Spaß, viel bei unseren Kund:innen draußen vor Ort zu sein.«

Wolfgang Tammegger, Verkaufsleiter Kärnten



Im Dialog für den *Kreislauf*

Christian Abl über die Partnerschaft zwischen Reclay und Coca-Cola HBC

Der Geschäftsführer von Reclay gibt im Gespräch tiefe Einblicke in die langjährige Partnerschaft mit Coca-Cola HBC Österreich und die Vision einer echten Kreislaufwirtschaft. Er verdeutlicht, warum das Recycling für Konsument:innen bereits im Supermarkt beginnt und weshalb Nachhaltigkeit erst durch wirtschaftlichen Erfolg zum dauerhaften Standard wird.

Herr Abl, Sie sind Geschäftsführer von Reclay in Österreich. Könnten Sie kurz erläutern, welche Rolle Ihr Unternehmen im österreichischen Kreislaufwirtschaftssystem einnimmt und in welcher Verbindung Sie zu Coca-Cola HBC stehen?

Christian Abl: Reclay ist ein sogenanntes Sammel- und Verwertungssystem. Im Rahmen der gesetzlich verankerten Herstellerverantwortung stellen wir sicher, dass die Verpackungen unserer Kund:innen – wie eben Coca-Cola HBC – flächendeckend gesammelt, sortiert und fachgerecht recycelt werden. Wir sind dafür verantwortlich, dass die gesetzlich vorgegebenen Recyclingziele erreicht und an die Behörden sowie die EU-Kommission gemeldet werden. Coca-Cola HBC Österreich ist für uns ein großer und wichtiger Partner, mit dem wir bereits seit vielen Jahren intensiv zusammenarbeiten.

Oft wird eine solche Partnerschaft rein auf die Zahlung von Lizenzentgelten reduziert. Wie sieht die Zusammenarbeit mit Coca-Cola HBC darüber hinaus operativ aus?

In Österreich betreiben wir ein sehr operatives System. Das bedeutet, wir sind direkt für den Material- und Massenstrom verantwortlich. Ein zentraler Aspekt unserer Partnerschaft ist die „Closed-Loop-Zusammenarbeit“. Lange bevor es das Pfandsystem gab, haben wir PET-Flaschen aus dem Materialstrom an Verwerter zurückgeliefert, die daraus wieder neue Flaschen für Coca-Cola hergestellt haben. Auch in Zukunft bleibt diese Zusammenarbeit auf Materialbasis essenziell. Dabei geht es verstärkt um Sekundärverpackungen wie Trays, Folien, Labels oder Verschlusskappen. Unser gemeinsames Ziel ist es, Material wirklich dorthin zurückzubringen, wo es ursprünglich herkommt.

Seit 2025 gibt es in Österreich ein Pfandsystem für Einweggetränkeverpackungen. Wie verändert das Ihre Arbeit und die Kooperation mit Getränkeherstellern?

Das Pfandsystem ist ein Meilenstein, um die Recyclingquote bei Getränkeverpackungen auf die angestrebten 90% zu heben. Für uns als Systemoperator schafft es zudem dringend benötigten Platz in der gelben Tonne und im gelben Sack. So können wir uns in der



Sammlung und Sortierung nun viel stärker auf andere Verpackungen fokussieren, die nicht dem Pfand unterliegen. Seit 2025 ist die Verpackungssammlung in Österreich flächendeckend vereinheitlicht. Damit gelten für Konsument:innen bundesweit klare und einheitliche Regeln – die richtige Trennung wird damit deutlich einfacher.

Coca-Cola HBC hat bei Sekundärverpackungen teilweise von Plastikfolien auf Kartonlösungen umgestellt. Wie bewerten Sie diesen Schritt aus Sicht eines Verwerter?

Das ist ein sehr positiver Schritt in Richtung Naturfaserverpackungen. Karton, der in der roten Tonne landet, geht unmittelbar zurück in die Papierindustrie, wird aufgelöst und als Faser in neuen Produkten wiederverwendet – ein hervorragender Kreislauf. Aber auch bei den verbleibenden Kunststoffolien arbeiten wir daran, diese über moderne Sortieranlagen in die richtigen Fraktionen zu überführen, um sie dem Recycling zuzuführen. Wichtig ist hierbei immer die Entscheidung der Konsument:innen am „Point of Recycling“: Nur was richtig entsorgt wird, kann im Kreislauf bleiben.

Apropos Konsument:innen: Wie versuchen Sie gemeinsam mit Coca-Cola HBC, das Bewusstsein für richtiges Recycling zu schärfen?

Wir setzen auf Information und Incentivierung. Ein Beispiel aus der Vergangenheit war die „RecycleMich-App“, mit der wir Konsument:innen direkt am Point of Sale oder Point of Recycle informiert haben. Ein wichtiger Punkt, den viele nicht wissen: Die Konsument:innen bezahlen das Recycling bereits beim Kauf des Produkts über den Preis mit. Wenn dieses Bewusstsein – dass die Entsorgung schon sichergestellt ist – flächendeckend ankommt, sinkt hoffentlich die Hemmschwelle, die Verpackung auch korrekt in die gelbe oder rote Tonne zu werfen, statt in den Restmüll.

Was motiviert Sie persönlich, diese Themen voranzutreiben?

Mich motiviert der Glaube, dass wir kurz vor einem wirtschaftlichen Umbruch stehen. Nachhaltigkeit und Ökologie werden dann dauerhaft funktionieren, wenn sie auch wirtschaftlich erfolgreich sind. Mit der neuen europäischen Verpackungsverordnung, die den Einsatz von recyceltem Material ab 2030 verpflichtend vorschreibt, steigt der Druck auf die Industrie, in echte Closed-Loop-Lösungen zu investieren. Unternehmen wie Coca-Cola HBC, die hier vorangehen, sind essenziell, um diesen „Kipp-Punkt“ zu erreichen, an dem Kreislaufwirtschaft zum Standard wird.



»Nachhaltigkeit und Ökologie wird nur funktionieren, wenn es auch wirtschaftlich erfolgreich ist.«

Christian Abl,
Geschäftsführer Reclay

Unsere *wesentlichen* Themen

Coca-Cola HBC Österreich orientiert sich bei der Identifizierung der wesentlichen Themen an der Wesentlichkeitsanalyse der Coca-Cola HBC Gruppe.

Diese Analyse der doppelten Wesentlichkeit (Double Materiality Analysis, DMA) wurde auf Gruppenebene erstmals 2024 gemäß den Anforderungen der European Sustainability Reporting Standards (ESRS) erstellt. Im Jahr 2025 unterzog die Coca-Cola HBC Gruppe die Ergebnisse einer detaillierten Überprüfung und validierte sie durch Umfragen unter 40 verschiedenen Stakeholdern, darunter NGOs, Kund:innen und Investor:innen.

Im Rahmen des Wesentlichkeitsprozesses der Coca-Cola HBC Gruppe wurden Themen entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von der Beschaffung der Rohstoffe über die Produktion bis hin zur Nutzung und Entsorgung durch die Konsument:innen – aus zwei Perspektiven bewertet: der Auswirkungswesentlichkeit („Inside-out“) und der finanziellen Wesentlichkeit („Outside-in“). Insgesamt wurden 16 wesentliche Auswirkungen identifiziert (positiv und negativ), wobei in jedem Segment der Kette – Upstream, eigene Abläufe und Downstream – mindestens ein wesentliches Thema vorliegt. Das Management und die Ausschüsse des Verwaltungsrats genehmigten die Ergebnisse, die zudem eine unabhängige externe Prüfung durchliefen.

Dialog und Feedback

Für den Nachhaltigkeitsbericht von Coca-Cola HBC Österreich gemäß GRI ist ausschließlich die Auswirkungswesentlichkeit relevant. Zur lokalen Validierung der wesentlichen Themen nutzt das Unternehmen daher diverse Dialogformate und kontinuierliche Feedback-Routinen mit Stakeholdern, um sicherzustellen,

dass die Strategie den spezifischen Erwartungen im österreichischen Markt entspricht (siehe dazu auch Seite 18f).

Die jährliche Kundenzufriedenheitsumfrage mit über 4.000 Teilnehmer:innen sowie die interne „My Voice“-Studie (88 % Beteiligung) liefern eine fundierte Datenbasis zur Bewertung der Markterwartungen und der gelebten Unternehmenskultur. Ebenfalls wichtig für den Validierungsprozess ist der institutionalisierte Austausch mit Anrainer:innen sowie strategische Systempartnerschaften (z.B. PET to PET), um lokale Bedürfnisse und Anforderungen der Kreislaufwirtschaft unmittelbar in das Handeln zu integrieren.

Mitarbeiter:innen, Lieferant:innen und Kund:innen wurden im Rahmen einer anonymen Online-Befragung im Frühjahr 2025 zu den relevanten Auswirkungen eingebunden. Diese Stakeholderbefragung lieferte wertvolle Impulse für die Wesentlichkeit der identifizierten Themen. Während für die Mitarbeiter:innen insbesondere Gleichberechtigung, Diversität und Inklusion sowie der Umweltschutz im Vordergrund stehen, legen Kund:innen und Handelspartner den größten Wert auf Produkt- und Verpackungsqualität sowie funktionierende Recyclingkreisläufe. Die befragten Lieferant:innen unterstrichen die Bedeutung von Menschenrechten und einer nachhaltigen Lieferkette als zentrale Anforderungen an die Zusammenarbeit. Obwohl sich ein Großteil der Stakeholder bereits gut über Nachhaltigkeitsmaßnahmen informiert fühlt, äußerte die Hälfte der insgesamt 145 Teilnehmer:innen



den Wunsch nach einer noch aktiveren Einbindung, bevorzugt durch regelmäßige Updates und gezielte Dialogformate.

Österreich:

Validierung wesentlicher Themen

Die Erkenntnisse aus den unterschiedlichen Formaten flossen maßgeblich in den Wesentlichkeitsprozess von Coca-Cola HBC Österreich ein und validieren die Ergebnisse der Gruppe. Alle Themen, bei denen die Coca-Cola HBC Gruppe wesentliche Auswirkungen identifiziert hat, sind auch in Österreich relevant und werden im Bericht behandelt. Sie bildeten eine wichtige Grundlage für die Festlegung der Berichtsinhalte sowie für die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Die für Coca-Cola HBC Österreich we-

sentlichen Themen werden in den jeweiligen Kapiteln des Berichts detailliert dargestellt.

Ergebnis:

Unsere wesentlichen Themen 2025

- Zufriedenheit und Gleichstellung der Mitarbeiter:innen
- Arbeitssicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter:innen
- Nachhaltige Beschaffung & Menschenrechte
- Regionale Verantwortung
- Produktqualität & Gesundheit der Konsument:innen
- Verantwortungsvolles Marketing
- Klimaschutz und Energie
- Ressourcen- und Abfallmanagement
- Nachhaltige Wassernutzung
- Biodiversitätsschutz

SOZIALES

Die Menschen im Mittelpunkt

Wir haben eine große Verantwortung gegenüber den Menschen in Österreich – von der Qualität unserer Produkte über ein wertschätzendes und inklusives Arbeitsumfeld bis hin zur Unterstützung lokaler Gemeinschaften: Unser Engagement für die Menschen in Österreich im Überblick



„We Over I“ – gemeinsam wachsen *und* wirken

Eine starke Unternehmenskultur ist mehr als ein Leitbild – sie prägt den Alltag und schafft Orientierung in einem dynamischen Umfeld. Im Interview spricht Alzbeta Takacova, People & Culture Director, über individuelle Entwicklung, gelebte Werte und darüber, wie Teamgeist und Nachhaltigkeit bei Coca-Cola HBC Österreich konkret umgesetzt werden.

Was zeichnet Coca-Cola HBC Österreich als Arbeitgeber aus?

Alzbeta Takacova: Wir legen großen Wert auf die persönliche Weiterentwicklung und das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden. Unseren Führungsstil passen wir individuell an die Bedürfnisse der Mitarbeitenden an und stellen sicher, dass jede und jeder das Beste geben kann. Als ambitioniertes Unternehmen bieten wir die Chance, in einem erfolgreichen Umfeld mit einer Marke zu arbeiten, die für Zusammenhalt und positive Emotionen steht.

Welche konkreten Entwicklungsmöglichkeiten gibt es und wie stellt ihr sicher, dass diese Entwicklung auch wirklich stattfindet?

Die Entwicklung unserer Talente ist eine zentrale Säule in unserem Bereich. Wir bieten gezielte Fachtrainings, fördern Coaching, Mentoring und „Learning on the Job“, zum Beispiel in bereichsübergreifenden Projekten. Ergänzend setzen wir spezielle Programme um, wie ein Intensiv-Development-Center für Sales-Führungskräfte oder Initiativen zur Stärkung des „Growth Mindset“ in der Supply Chain.

Mit dem Individual Development Plan (IDP) treiben wir Entwicklung gezielt und bedarfsorientiert voran. Führungskräfte begleiten

diesen Prozess aktiv und besprechen Fortschritte regelmäßig in monatlichen Gesprächen. Zusätzlich unterstützen KI-gestützte Feedback-Zusammenfassungen dabei, Entwicklungsfelder effizient zu erkennen und Maßnahmen abzuleiten.

Wie begleitet ihr eure Teams konkret durch das Jahr?

Der Mensch steht bei uns immer im Mittelpunkt. Durch halbjährliche Mitarbeiterumfragen identifizieren wir „Painpoints“ und setzen gezielte Maßnahmen, wie etwa die Anpassung von Benefits (z. B. das Jobrad). Zudem führen wir zweimal jährlich tiefe Feedbackgespräche, bei denen es nicht nur um das „Was“ (die Ziele), sondern vor allem um das „Wie“ (die Umsetzung) geht.

Eure vier Grundwerte stehen im Zentrum eures Handelns. Wie werden diese im Alltag lebendig?

Unsere vier Werte – We Over I, Make It Simple, Deliver Sustainably und Customer First – sind fest in unseren Prozessen verankert. Sie hängen nicht nur als Poster an der Wand, sondern sind Teil der Leistungsbeurteilung, spiegeln sich im täglichen Verhalten von jeder und jedem von uns und werden regelmäßig anerkannt („Mitarbeiter:in des Quartals“).



»Unsere vier Werte – We Over I, Make It Simple, Deliver Sustainably und Customer First – sind fest in unseren Prozessen verankert.«

Alzbeta Takacova,
People & Culture
Director

Gibt es ein Beispiel, wo diese Werte im letzten Jahr besonders spürbar waren?

Ein schönes Beispiel ist das Projekt zur „Customer Journey“ für unsere Business Developer (BDs). Da die Zufriedenheit bei unserer Mitarbeiterumfrage „My Voice Pulse Survey“ beim Wert „Make It Simple“ gesunken war, hat ein bereichsübergreifendes Team den Arbeitsalltag der BDs Schritt für Schritt analysiert, um unnötige Komplexität abzubauen. Das zeigt sowohl „Make It Simple“ als auch „We Over I“, weil viele Abteilungen zusammengeworfen haben, damit die BDs mehr Zeit für ihre Kernaufgabe bei den Kund:innen haben.

Wie stellt ihr Fairness und Diversität sicher?

Diversität ist eine strategische Säule, die wir mit harten KPIs messen, etwa dem Anteil von

Frauen in Führungspositionen. Wir achten auf inklusive Jobanzeigen, ausgeglichene Shortlists im Recruiting und haben mit der Employee Resource Group „Come as you are“ ein Team, das Gleichberechtigung über alle Hierarchien und Fachabteilungen im Alltag aktiv vorantreibt.

Worauf liegt dein Fokus für das Jahr 2026?

Wir werden uns intensiv mit Talententwicklung, einer Kulturtransformation zu High Performing Teams sowie dem Wohlbefinden und der Resilienz der Mitarbeitenden beschäftigen. Ein wichtiger Punkt wird auch die Umsetzung der EU-Richtlinie zur Lohngerechtigkeit (Pay Equity) sein. Insgesamt geht es darum, die Organisation agiler zu machen, um flexibel auf externe Herausforderungen reagieren zu können.

Zentrale Stimmen für unseren *nachhaltigen* Erfolg

Dass unsere Unternehmenswerte auch im Arbeitsalltag gelebt werden, zeigt eine Befragung unserer Mitarbeiter:innen. Besonders positiv bewerten die Mitarbeitenden zum Beispiel die Hilfsbereitschaft der Kolleg:innen untereinander (92 %), den respektvollen Umgang miteinander (91 %) sowie die Berücksichtigung von Umwelt und Gesellschaft bei strategischen Entscheidungen (80 %).

Unsere Mitarbeiter:innen gehören zu unseren wichtigsten Stakeholdern. Sie gestalten unser Unternehmen jeden Tag mit, hinterfragen, treiben an, entwickeln weiter – und wir hören ihnen zu. Auch 2025 haben wir mit der My Voice Culture & Engagement Survey ein wichtiges Instrument genutzt, um unsere Mitarbeiter:innen besser zu verstehen und ihre Sichtweisen kennen zu lernen. Die Bedeutung unserer Werte im Arbeitsalltag spiegelt sich auch in der Beteiligung an der Umfrage wider: 88 % aller Kolleg:innen haben an der Befragung teilgenommen.



Unsere Kund:innen im Mittelpunkt

Unser Wert „Customer First“ zeigt sich vor allem darin, dass wir kundenorientiert arbeiten und die Erwartungen unserer Kund:innen stets übertreffen wollen. Dieser Wert wird auch in der Praxis gelebt: 80 % der Befragten geben an, dass Kund:innen bei Entscheidungen im Mittelpunkt stehen. 82 % stimmen zu, dass wir laufend daran arbeiten, das Kundenerlebnis sowie die Servicequalität zu

verbessern. Für $\frac{3}{4}$ der Mitarbeiter:innen basieren Entscheidungen auf relevanten Daten & Erkenntnissen. Ebenfalls fast 3 von 4 Mitarbeitenden sind der Meinung, dass wir für exzellentes Kundenservice bekannt sind.



Gemeinsam Ziele erreichen

Der Wert „We over I“ prägt unsere Zusammenarbeit. So bewerten beispielsweise 83 % der Befragten die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit als gut. Mehr als 9 von 10 Mitarbeitenden erhalten von ihren Vorgesetzten die Freiheit, selbst zu entscheiden, wie sie ihre Arbeit erledigen. 8 von 10 Befragten fühlen sich in Entscheidungen, die ihre Arbeit betreffen, eingebunden.

Das Angebot in Bezug auf Lernen und Weiterentwicklung wird von 86 % der Mitarbeiter:innen als positiv beurteilt. 9 von 10 Mitarbeiter:innen schätzen die Karrieremöglichkeiten bei Coca-Cola HBC und 84 % geben an, dass im Unternehmen Erfahrungen und Wissen geteilt werden.

Und auch Respekt und Wohlbefinden sind Teil des Arbeitsalltags: 91 % fühlen sich respektvoll behandelt, 82 % sehen ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden wertgeschätzt. 84 % erleben Unterstützung bei der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.



Auf's Wesentliche konzentrieren

Wir möchten Komplexität reduzieren und uns auf's Wesentliche konzentrieren. 3 von 4 Mitarbeitenden finden, dass der Wert „Make it simple“ im Unternehmen spürbar ist. So geben zum Beispiel 85 % der Befragten an, dass Scheitern als Teil von Entwicklung akzeptiert wird. 80 % fühlen sich ermutigt, angemessene Risiken einzugehen, um neue Ideen und Innovationen zu fördern. Ebenfalls fast 8 von 10 Mitarbeiter:innen haben das Gefühl, dass in ihrem Team Fortschritt wichtiger ist als Perfektion und dass flexible Arbeitsweisen gefördert werden.



Nachhaltigen Mehrwert schaffen

Bei Coca-Cola HBC gehen wir den richtigen Weg, nicht den einfachen – dieser Aussage stimmen mehr als $\frac{3}{4}$ der Befragten zu. Der Wert „Deliver Sustainably“ zeichnet sich unter anderem durch nachhaltiges Handeln, Integrität und Gleichberechtigung aus. 8 von 10 Personen geben an, dass bei strategischen Entscheidungen der Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft, in der wir tätig sind, berücksichtigt wird. 90 % hätten keine Angst vor negativen Konsequenzen, wenn sie unehrliches oder unethisches Verhalten melden. Und auch Diversität, Gleichheit und Inklusion werden gelebt: 82 % der Mitarbeiter:innen fühlen sich wohl dabei, ihre Meinung am Arbeitsplatz zu äußern. 86 % geben an, sie selbst sein zu können, ohne dafür verurteilt zu werden.

Die Umfrage zeigt: Bei Coca-Cola HBC Österreich werden Werte tatsächlich gelebt und von unseren Mitarbeiter:innen in ihrem Arbeitsalltag wahrgenommen.

Zufriedenheit und Gleichstellung von Mitarbeiter:innen

Wesentliches Thema und mögliche damit verbundene Auswirkungen	<p>Unsere Mitarbeitenden und deren Arbeitsbedingungen sind eng mit unserer Geschäftstätigkeit verbunden. Durch gezielte Maßnahmen fördern wir ein inklusives Arbeitsumfeld, unterstützen die Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden und stärken unsere Arbeitgeberattraktivität. Gleichzeitig bestehen Risiken psychischer Belastungen durch Arbeitsintensität sowie Herausforderungen bei der Sicherstellung von Chancengleichheit und fairer Behandlung. Diese Auswirkungen stehen im Zusammenhang mit unserem Personalmanagement, dem Betrieb unserer Produktions- und Lagerinfrastruktur sowie der Weiterentwicklung unserer Unternehmenskultur und internen Kommunikation.</p> <p>Die Förderung von Chancengleichheit, Vielfalt und attraktiven Arbeitsbedingungen ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Unser Fokus liegt darauf, ein inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen, das Engagement stärkt und eine langfristige Bindung unserer Mitarbeitenden unterstützt.</p>
Richtlinien und Verpflichtungen (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • Verhaltenskodex • Antibeistechungsrichtlinie • Richtlinie zu Menschenrechten • Whistleblowing-Richtlinie (Speak up! Line) • DEI Mission und Leitbild für eine Kultur von Respekt, Fairness, Inklusion und Wertschätzung von Diversität
Maßnahmen (Auszug) – begleitet durch laufende Kommunikation	<p>Diversität:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DEI-Komitee Come As You Are (CAYA): Laufende Initiativen, um Diversität, Fairness, Inklusion im Unternehmen zu fördern • Kampagne #SheCan (intern & extern): Sichtbarmachen weiblicher Vorbilder, Aufzeigen von Karrierechancen für Frauen im Unternehmen <p>Programme zu Prävention und Förderung von Gesundheit: siehe Seite 32</p> <p>Trainings:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Team Effectiveness Workshops • Resilienztrainings • Change Management Trainings • Projekt Management Trainings • Open Learning Lab (seit Anfang 2025): Funktionale Trainings & Maßnahmen zum Kompetenzaufbau (Kommunikation und Anmeldung via MS-Teams-Kanal) <p>Entwicklung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Development Days „Taste Your Future“ in Werk und Headquarter: Panel-Diskussionen, Karrieremessen, Speed-Mentoring und Reverse Mentoring für unterschiedliche Lernstile und Karrierestufen; ergänzt durch Gamification in Form eines digitalen Collector's Passes, der aktive Teilnahme und Engagement fördert • Sales Development Day: Aufbau eines wachstumsorientierten Development Centers, um zentrale Kompetenzen zu stärken, die persönliche Entwicklung zu beschleunigen und Mitarbeiter:innen auf einen sich schnell wandelnden und herausfordernden Markt vorzubereiten
Verfahren zur Nachverfolgung der Wirksamkeit (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • Audit berufundfamilie (aktuell im 2. Reaudit-Zyklus – 1 Zyklus dauert 3 Jahre, seit 2017) • TÜV Austria Zertifizierung (jährliches Audit) • Diverse Umfragen: z.B myVoice Pulse Survey, Collaboration for Impact Study (Feedback zur Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen) • Inklusions-Index (erstmalig 2025) zur Messung von Initiativen im DEI-Bereich: Mit 86 % liegen wir hier auf dem Niveau der Coca-Cola HBC Gruppe
Einbindung der Stakeholder (Auszug)	<p>Offener Dialog mit Mitarbeiter:innen zur laufenden Evaluierung und Verbesserung: siehe Seite 18</p> <p>Zusammenarbeit & Austausch im Bereich DEI (z.B. myAbility Wirtschaftsforum, Arbeitswelten Consulting, Diversity ThinkTank, PrideBiz Austria, BeLinked „Female Leader Circle“, „SheGoesDigital“ Initiative)</p>

Kennzahlen Mitarbeitende von Coca-Cola HBC in Österreich

Wenn nicht anderes angegeben: Durchschnitt 2025/Vollzeitäquivalente (FTE)

	2023	2024	2025
Allgemeine Kennzahlen			
Gesamtzahl Mitarbeitende (Headcount)	838	863	866
davon männlich	598	618	614
davon weiblich	240	245	252
Gesamtzahl Mitarbeitende permanent	802	820	819
davon männlich	586	602	595
davon weiblich	216	218	224
Gesamtzahl Mitarbeitende temporär	7	7	5
davon männlich	4	3	2
davon weiblich	4	4	3
Gesamtzahl direkt Angestellte/Mitarbeitende Vollzeit	761	778	766
davon männlich	579	595	583
davon weiblich	182	183	184
Gesamtzahl direkt Angestellte/Mitarbeitende Teilzeit	41	42	57
davon männlich	6	7	15
davon weiblich	34	35	42
Gesamtzahl Lehrlinge	8	12	13
davon männlich	7	11	9
davon weiblich	1	1	4
Gesamtzahl der Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind ¹⁾	16	16	16
Erhebliche Schwankungen Gesamtzahl Mitarbeitende mit Leiharbeitsverträgen während des Berichtszeitraums erhöhter Bedarf in den Sommermonaten			

	2023	2024	2025
Mitarbeitende Alter²⁾			
Alter < 30	112	116	114
Alter 30–50	483	499	498
Alter > 50	214	212	212
Durchschnittsalter in Jahren	41,7	41,4	41,6
Kennzahlen Vielfalt und Chancengleichheit²⁾			
Prozentanteil in Leitungsorganen/1. Führungsebene			
männlich	45%	50%	48%
weiblich	55%	50%	52%
Alter < 30	0%	14%	0%
Alter 30–50	67%	60%	71%
Alter > 50	33%	26%	29%
Prozentanteil andere Kategorie/Ebene			
männlich	73%	74%	72%
weiblich	27%	26%	28%
Alter < 30	5%	8%	6%
Alter 30–50	77%	75%	74%
Alter > 50	19%	17%	20%
Gesamtzahl Mitarbeitende mit Behinderungen	10	14	15

¹⁾ gerechnet ab dem zweiten Tag

²⁾ Stichtag 31.12.2025

Kennzahlen Mitarbeitende Fortsetzung

	2023	2024	2025
Gender Pay Gap			
Gender Pay Gap gesamt (durchschnittlich pro Job-Grade)			7,20%
Gender Pay Gap Edelstal			5%
Gender Pay Gap Standort Wien			-3%
Diskriminierung			
Gesamtzahl der Diskriminierungsfälle			1
Fluktuation/Karenz			
Neueintritte	120	105	108
Austritte od. Fluktuationsquote	10,8%	11,6%	14,8%
durchschn. Betriebszugehörigkeit in Jahren	10	10	10
Gesamtzahl in Elternkarenz/Elternzeit	44	22	37
davon männlich	12	1	8
davon weiblich	32	21	29
Rückkehrtrate nach Elternkarenz	69%	80%	86%
Unfälle/Krankstände			
Anzahl Arbeitsunfälle (ab 1 Tag Arbeitsunfähigkeit)	5	5	5
Arbeitsausfallstage nach Arbeitsunfällen in Tagen ¹	10	9	9
Durchschnittliche Krankenstandstage gesamt	12,86	14,1	15,3
Aus- und Weiterbildung¹			
Durchschn. Stunden für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Mitarbeitende	31	25	23
männlich	29	23	20
weiblich	36	30	30
Prozentsatz Mitarbeiter:innen mit regelm. Feedback zu Leistung und Karriereentwicklung (z.B. Mitarbeitergespräch)	100%	100%	100%

¹⁾ gerechnet ab dem zweiten Tag



Unsere Auszeichnungen:

- „Top Arbeitgeber 2025“ – ausgezeichnet durch das Magazin trend., Statista und kununu
- equaliA Gütesiegel
- TÜV Austria Cert – Diversity Management (ÖNORM S 2501)
- ÖGVS Beste Arbeitgeber 2025
- Trendence „Faires Trainee Programm“
- Leitbetrieb Österreich
- Young Stars of Industry Award – Lehrlinge 2025
- Best Recruiters Gold Siegel: bereits sechsmal in Folge mit Special Recognition für die Business Developer-Kampagne
- Employer Branding Award 2x Silber

Sicherheit ist *keine* One-Man-Show

Pavol Hajmacher ist als Health & Safety Manager zuständig für die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter:innen von Coca-Cola HBC Österreich. Im Interview gibt er Einblick in seine tägliche Arbeit im Bereich der Arbeitssicherheit und erklärt, warum das Ziel „Zero“ – also null Unfälle – zwar ambitioniert, aber für das Unternehmen alternativlos ist.

Warum hat das Thema „Health & Safety“ gerade bei einem Getränkeunternehmen so einen hohen Stellenwert?

Pavol Hajmacher: Sicherheit ist für alle wichtig. Unser oberstes Ziel ist es, dass jede und jeder Mitarbeitende, egal ob im Außendienst, in der Produktion oder im Büro, am Ende des Tages gesund nach Hause kommt. Wir verfolgen das Ziel „Zero“ – also null Unfälle.

Wie verankert ihr dieses Bewusstsein bei den Kolleg:innen?

Wir haben „lebenswichtige Regeln“. Die erste und wichtigste lautet: „Denke nach, bevor du startest“. Das kann jede und jeder ohne zusätzliche Vorschriften umsetzen. Es geht darum, Eigenverantwortung zu übernehmen. Arbeitssicherheit ist nicht nur die Aufgabe der Manager, alle Mitarbeiter:innen tragen dazu bei.



Gab es im letzten Jahr Erkenntnisse aus Unfällen, die eure Strategie beeinflusst haben?

Ja, jeder Unfall ist einer zu viel. Wir hatten beispielsweise einen Vorfall, bei dem eine Glasflasche auf dem Band zerbrach und einen Mitarbeiter leicht verletzte, obwohl er Schutzausrüstung trug. Daraufhin haben wir technische Stopper eingebaut, um den Druck auf die Flaschen zu verringern. Auch bei der Arbeit mit Sicherheitsmessern haben wir

nach einem Vorfall technische Lösungen und verbesserte Prozesse eingeführt.

Neben eigenen Mitarbeiter:innen sind täglich viele externe LKW-Fahrer:innen auf dem Werksgelände unterwegs. Wie stellt ihr sicher, dass auch sie die Sicherheitsregeln verstehen und einhalten?

Das ist in der Tat eine große Herausforderung, da die Fahrer:innen oft unterschiedliche

Sprachen sprechen. Wir haben deshalb im letzten Jahr gemeinsam mit dem Warehouse eine großflächige Kommunikations-Offensive finalisiert.

Wie sieht diese Kommunikation konkret aus?

Wir setzen auf visuelle Botschaften. Wir haben Sicherheitshinweise in der Größenordnung von bis zu 4 x 6 Metern installiert, die mit



klaren Bildern arbeiten. So ist die Botschaft unabhängig von der Sprache sofort verständlich. Das beginnt bereits am Parkplatz und zieht sich über den Security-Checkpoint bis hin zu den Verladeplätzen.

Welche Regeln sind für die Fahrer:innen am wichtigsten?

Die Basisregeln sind das Tragen von Sicherheitsschuhen und Warnwesten. Ein ganz entscheidender Punkt bei der Verladung ist zudem die Sicherung des Fahrzeugs mit Unterlegkeilen. Hier hat das Warehouse sogar eine spezielle „Zwei-Keile-Hilfe“ erstellt, um die Anwendung zu unterstützen.

Gibt es Momente im Alltag, die dir zeigen, dass die Sicherheitskultur Früchte trägt?

Es macht uns stolz, wenn die Kolleg:innen echtes Interesse an Safety-Themen zeigen. Es ist ein Erfolg für unser Team, wenn sie verstehen, dass es letztlich um ihre eigene Gesundheit geht und nicht nur um die Erfüllung von Vorschriften.

»Die Assistenzsysteme für die gesamte Staplerflotte in Edelstal sind ein Meilenstein.«

Pavol Hajmacher, Health & Safety Manager

High-Tech für die Sicherheit

In den weitläufigen Hallen des Coca-Cola HBC Werks herrscht Hochbetrieb. Stapler gleiten flink zwischen Hochregalen und Produktionslinien hinweg, beladen mit Paletten voller Getränkeketten und Trays. Wo früher allein das Auge und die Vorsicht der Fahrer:innen zählten, sorgt heute modernste Technologie für ein neues Level an Sicherheit. Das Zauberwort heißt: Antikollisionssystem.

Was wie Science-Fiction klingt, ist seit dem letzten Jahr Realität für die gesamte Staplerflotte in Österreich. „Wir haben uns bewusst gegen ein bloßes Pilotprojekt und für eine flächendeckende Ausrollung entschieden“, erklärt Pavol Hajmacher. Herzstück des Systems sind drei AI-Kameras, die an jedem Stapler montiert sind. Diese Kameras fungieren als digitale Augen, die ununterbrochen das Umfeld scannen. Erkennt die künstliche Intelligenz eine Person in der Nähe des Fahrzeugs, reagiert das System sofort und drosselt die Geschwindigkeit automatisch. Es ist ein Assistenzsystem, das dort ansetzt, wo der menschliche Faktor – das „Restrisiko Mensch“ – Unterstützung benötigt.

Doch die Kameras sind nur ein Teil der Sicherheitsmatrix. In einer Umgebung, in der unübersichtliche Kreuzungen und tote Winkel zum Alltag gehören, kommunizieren die Maschinen auch untereinander. Die Maschine-Maschine-Erkennung warnt Fahrer:innen auf einem Display vor herannahenden Geräten, die sie selbst noch gar nicht sehen können – etwa wenn sich ein Fahrzeug hinter einer Ecke nähert.

Zusätzlich wurden im Werk sogenannte „Speed Reduction Areas“ implementiert. An kritischen Stellen sorgen Antennen mit einem Radius von bis zu 20 Metern dafür, dass Stapler beim Einfahren in diese Zonen automatisch abgebremst werden. Flankiert werden diese Maßnahmen durch visuelle Warnsignale wie das bekannte „Blaulicht“ und auf den Boden projizierte Sicherheitszonen, die anderen Mitarbeitern den nötigen Sicherheitsabstand signalisieren.

Trotz aller Technik bleibt eines klar: Die Technologie ist ein Assistent, kein Ersatz für Mitdenken. Pavols wichtigstes Credo bleibt die erste lebenswichtige Regel: „Denke nach, bevor du startest“.



Arbeitssicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen

<p>Wesentliches Thema und mögliche damit verbundene Auswirkungen</p>	<p>Die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeitenden sind unmittelbar mit unseren operativen Tätigkeiten verbunden. Durch präventive Managementsysteme, regelmäßige Schulungen und eine verankerte Sicherheitskultur tragen wir dazu bei, ein sicheres Arbeitsumfeld zu gewährleisten und arbeitsbedingte Gesundheitsrisiken zu minimieren. Unser Ziel ist „Zero“ – die vollständige Vermeidung von Arbeitsunfällen und berufsbedingten Erkrankungen. Gleichzeitig bestehen insbesondere in Produktions- und Logistikprozessen sowie im Straßenverkehr potenzielle Risiken für Arbeitsunfälle, Verletzungen oder schwerwiegende Zwischenfälle. Diese Auswirkungen stehen im Zusammenhang mit dem Betrieb unserer Produktions- und Logistikinfrastruktur, dem Flottenmanagement sowie der Zusammenarbeit mit externen Dienstleister:innen und Partner:innen.</p> <p>Die kontinuierliche Verbesserung von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz ist ein zentraler Bestandteil unserer betrieblichen Prozesse. Unser Fokus liegt darauf, Risiken systematisch zu identifizieren, präventive Maßnahmen weiterzuentwickeln und ein hohes Sicherheitsniveau nachhaltig zu gewährleisten.</p>
<p>Richtlinien und Verpflichtungen (Auszug)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 14 Regeln für Sicherheit (sind von allen Mitarbeitenden einzuhalten) • Coca-Cola HBC Österreich Gesundheitsschutz- und Arbeitssicherheitsrichtlinie • Coca-Cola HBC Occupational Health & Safety Policy • Coca-Cola HBC Fleet Safety Policy • Coca-Cola HBC General QSE Policy
<p>Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz</p>	<p>Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsystem von Coca-Cola HBC nach ISO 45001 (Occupational Health & Safety) zertifiziert</p>
<p>Maßnahmen (Auszug)</p>	<p>Sicherheit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anpassung der Beschilderung im Warehouse zur Vermeidung von Unfällen bei der Verladung • Einführung eines Anti-Kollisionssystems für Stapler • Behavior Based Safety (BBS) Program: Trainierte Mitarbeiter:innen beobachten Arbeitsabläufe, sprechen Sicherheitsrisiken aktiv an, loben positives Verhalten • Walk-the-talk als Teil von BBS: Alle Bereiche werden im Laufe des Jahres von Management und Vorgesetzten begangen und im offenen, gegenseitigen Austausch mit Mitarbeitenden und Bereichsverantwortlichen werden u.a. folgende Punkte behandelt: persönliche Schutzausrüstung, Reaktion der Mitarbeitenden, Arbeitsmittel und Equipment, Sicherheitsverfahren, Arbeitsumgebung • Health & Safety App der Coca-Cola HBC Gruppe: Bewusstsein schärfen, Sicherheitskultur stärken, Wissen auffrischen • Regelmäßige Kommunikation an alle Mitarbeiter:innen: Bewusstsein für sicheres Verhalten, Verantwortung für sich und andere übernehmen, unsichere Handlungen und Zustände melden, z.B. Health & Safety Fokuswochen, Sicherheit als Teil regelmäßiger Meeting-Routinen • Investitionen in Sicherheits- und Ergonomieausstattung (z. B. spezielle Handschuhe, optische Schutzbrillen, angepasster Gehörschutz) • Unfälle werden analysiert und evaluiert, um Ursachen zu ermitteln und Maßnahmen zu setzen • Schulungen, z.B. Einschulung vor Arbeitsbeginn, verpflichtende jährliche Health & Safety Schulungen, Toolbox-Talks (mind. 1x/Monat geben Bereichsverantwortliche aktuelle Sicherheitsinformationen dokumentiert an Mitarbeiter:innen weiter, Operator Development Program (Vermittlung von technischem Wissen zur fachgerechten, sicheren Maschinenbedienung), Löschübungen, Fahrsicherheitstrainings <p>Gesundheit und Wohlbefinden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fokustage mit Angeboten und Informationen zu Gesundheit und Wohlbefinden • Employee Assistance Programme: anonyme Helpline für persönliche Unterstützung in verschiedenen Lebensbereichen • BeWell-Programm: Angebote wie Massagen, Shiatsu etc • Finanzielle Zuschüsse: Unterstützung durch den Betriebsrat für Sportprogramme und Massagen • Beratung, Untersuchungen und Impfungen durch Betriebsärzt:innen • Ergonomieberatung am Arbeitsplatz • Zusätzliche Freizeitmöglichkeiten: z.B. Umwandlung von Bonuszahlungen in Urlaubstage.

Arbeitssicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen Fortsetzung

Verfahren zur Nachverfolgung der Wirksamkeit	<ul style="list-style-type: none">• Monatliches Reporting an Gruppe• Digitales Meldesystem: laufende Evaluierung, Maßnahmen separat getrackt und analysiert
Einbindung von Stakeholdern (Auszug)	<ul style="list-style-type: none">• Zusammenarbeit mit Arbeitsmediziner:innen• Abteilungsübergreifende Zusammenarbeit Health & Safety z.B. mit People & Culture, Corporate Affairs & Sustainability• Zusammenarbeit mit Coca-Cola HBC Gruppe
Anzahl Arbeitsunfälle 2025	5 Arbeitsunfälle mit mehr als 1 Tag Krankenstand (keine Verletzungen mit schweren Folgen, keine Todesfälle)

Getränke sollen *Genuss* und Funktionalität bieten

Jovana Saric ist Portfolio Integration Manager im Marketingteam von Coca-Cola HBC Österreich. Gemeinsam mit ihrem Team optimiert sie die Innovationspipeline für den lokalen Markt und stellt sicher, dass wir die richtigen Getränke anbieten. Jovana leistet einen wichtigen Beitrag, um die Bedürfnisse unserer Konsument:innen zu erfüllen und somit langfristiges Wachstum zu ermöglichen.



Welche Trends beobachtest du aktuell bei alkoholfreien Erfrischungsgetränken?

Jovana Saric: Wir sehen hier eine ähnliche Entwicklung wie bei anderen Konsumgütern: Die Menschen suchen nach Komplettlösungen, Genuss und Funktionalität. Getränke sollen zum Beispiel erfrischen, gleichzeitig aber auch funktionelle Vorteile bieten. Solche Vorteile können zum Beispiel Elektrolyte in Sportgetränken, zugesetzte Vitamine oder zuckerfreie Varianten sein. Oder aber auch beispielsweise nachhaltigere Verpackungen. Wir passen daher unser Getränkeangebot an, setzen auf einen nachhaltigen Verpackungsmix und integrieren Nachhaltigkeit in alle unsere Prozesse.



»2026 setzen wir auf noch mehr Auswahl bei kalorienarmen und -freien Getränken.«

Jovana Saric, Portfolio Integration Manager

Wie würdest du das aktuelle Getränkeportfolio von Coca-Cola in Österreich beschreiben?

Wir bieten eine breite Produktauswahl, die zu den unterschiedlichen Momenten und Bedürfnissen im Laufe des Tages passt. Das reicht von prickelnden Limonaden und Sportgetränken über Fruchtsaftgetränke und Eistee bis hin zu Wasser und Kaffee. Und auch unsere Verpackungen eignen sich für unterschiedliche Situationen: In Bars trinken die Menschen unsere Getränke gerne aus wiederauffüllbaren Glasflaschen, Dosen sind beliebt für die Erfrischung zwischendurch, unterwegs sind unsere verschließbaren PET-Flaschen praktisch und in manchen Restaurants füllen sich Konsument:innen ihre Gläser selbst bei entsprechenden Automaten.

Wie erfüllt unser Portfolio die Ansprüche in Bezug auf Nachhaltigkeit?

Unser Weg zu mehr Nachhaltigkeit führt über einen Mix aus unterschiedlichen Verpackungen. Das reicht von Flaschenkörpern aus 100 % recyceltem PET über wiederauffüllbare Glasflaschen bis hin zu verpackungsreduzier-

ten Lösungen. Und auch unsere Sekundärverpackungen entwickeln wir laufend weiter. So nutzen wir bei unseren 1,5 Liter Limonaden-Multipacks beispielsweise Papier und Karton statt Plastikfolie als Umverpackung.

Wie unterscheidet sich unser Portfolio im Vergleich zu anderen Ländern der Coca-Cola HBC Gruppe?

In Österreich haben wir ein größeres Angebot an Getränken in wiederauffüllbaren Glasflaschen sowie von nachhaltigen Lösungen im Bereich der Sekundärverpackungen. Österreich wird oft als Vorbild im Bereich Nachhaltigkeit bei Coca-Cola HBC genannt.

Was waren die Prioritäten bei der Entwicklung des Portfolios 2025?

2025 haben wir uns auf die Weiterentwicklung unseres Angebots an kalorienarmen und -freien Getränken konzentriert und die Auswahl an verschiedenen Geschmacksrichtungen bei Limonaden, Energy Drinks und Sportgetränken erweitert.

Ein Blick in die Zukunft: Was erwartet unsere Konsument:innen 2026?

2026 setzen wir auf noch mehr Auswahl bei kalorienarmen und -freien Getränken und Produkten in praktischen Verpackungen.

Welche ist deine Lieblingsmarke aus dem Hause Coca-Cola und warum?

Meine Lieblingsmarke ist Römerquelle Bio Limo. Ich mag den erfrischenden Geschmack.

Was ist deine persönliche Motivation in deiner Rolle?

Meine persönlichen Werte entsprechen den Werten von Coca-Cola HBC Österreich: Verantwortung und Fairness, das Belohnen von Leistung sowie die Bereitschaft auszuprobieren und zu lernen. Ich liebe es, dass neue Ideen begrüßt und geschätzt werden. Vor Jahren hat mir ein Vorgesetzter gesagt: Wenn du die Welt ein wenig besser machen möchtest durch nachhaltige, langfristige Lösungen, dann bist du hier genau richtig.

Ein Blick hinter die Kulissen der Qualitätssicherung

Wer die Produktionshallen von Coca-Cola HBC Österreich in Edelstal betritt, wird zuerst von der schieren Geschwindigkeit beeindruckt. Bis zu 90.000 Dosen pro Stunde laufen hier vom Band – eine logistische und technische Meisterleistung. Doch inmitten dieses High-Speed-Umfelds gibt es eine Instanz, die dafür sorgt, dass trotz des Tempos kein einziger Milliliter den hohen Standards widerspricht: die Qualitätssicherung. Julia Schmir, Quality & Food Safety Manager, ist eine der verantwortlichen Personen hinter diesem Sicherheitsnetz.

Häufig wird Qualitätsmanagement mit bloßer Kontrolle assoziiert. Doch für Julia Schmir greift das zu kurz. In ihrem Alltag geht es weniger darum, Fehler nur zu finden, sondern sie von vornherein zu vermeiden. „Wir schaffen Rahmenbedingungen, die den Anforderungen entsprechen und die Qualität liefern, die unsere Konsument:innen erwarten“, erklärt Schmir ihre wichtigste Aufgabe.

Ihr Job ist ein Balanceakt zwischen strategischer Planung und operativem Problemlösen. Dabei geht es um die Implementierung komplexer Regulatorien – von internationalen Unternehmensvorgaben bis hin zu strengen gesetzlichen Anforderungen im Bereich Lebensmittelsicherheit. Das Ziel ist dabei stets die „kompromisslose Qualität“, die weit über das gesetzlich geforderte Maß hinausgeht.

Das Herzstück: Die Sensorik

Während Maschinen hinsichtlich Objektivität und Geschwindigkeit unschlagbar sind – etwa bei der Überprüfung des CO₂-Gehalts oder des Zuckerwerts –, bleibt der Mensch in einem Bereich unersetzlich: der Sensorik. „Im Endeffekt ist der Mensch derjenige, der das Getränk trinkt. Dementsprechend sind hier

optimal geschulte Mitarbeiter:innen essenziell“, so Schmir.

In Edelstal wird jede Produktion sensorisch geprüft. Rund 80 ausgebildete Sensoriker:innen bewerten Aussehen, Geruch und Geschmack der Getränke, um den sogenannten „Golden Standard“ sicherzustellen. Alle Produkte werden zunächst bei Produktionsstart und dann alle vier Stunden getestet. Die Expert:innen achten vor allem darauf, dass die gerade produzierten Getränke im Vergleich zu Referenzproben einer vorangegangenen Produktion keinen Fehlgeschmack aufweisen. Es ist dieses Zusammenspiel aus hochmoderner Analytik und menschlichem Feingefühl, das die Qualität absichert.

„Detektivarbeit“ im Reklamationsmanagement

Trotz strengster Kontrollen und eines integrierten Managementsystems, das auf dem PDCA-Zyklus (Plan-Do-Check-Act) basiert, kann es zu Rückfragen von Konsument:innen kommen. Hier beginnt für das Quality-Team eine Art Detektivarbeit. Jede Reklamation wird als Chance zur Verbesserung begriffen. „Wir versuchen, so viele Informationen wie möglich zu erhalten, analysieren Produktproben im



»Unsere Konsument:innen erwarten höchste Qualität.«

Julia Schmir (rechts im Bild), Quality & Food Safety Manager

Werk und vollziehen nach, wo wir ansetzen müssen, um nachhaltig Verbesserungen zu erwirken“, beschreibt Schmir den Prozess.

Die Grundlage dafür ist eine lückenlose Rückverfolgbarkeit. Dank eines digitalen Chargenmanagements kann das Team genau nachvollziehen, welche Rohstoffe verwendet wurden, auf welcher Linie das Produkt abgefüllt wurde und an welche Kund:innen es ausgeliefert wurde.

Den Mehrweg gehen

Ein spezielles Augenmerk liegt auf dem wachsenden Bereich der Mehrwegglasflaschen. Hier ist die Qualitätssicherung besonders gefordert, da jede zurückgegebene Flasche eine individuelle „Geschichte“ hat. „Durch komplexe Waschprozesse und den Einsatz eines Flascheninspektors stellen wir im Produktionsprozess sicher, dass jede Flasche das Werk in einem Zustand verlässt, der der entsprechenden Qualität entspricht und die Sicherheit unserer Produkte sowie unserer Konsumenten garantiert. Kamerasysteme untersuchen jede einzelne Flasche auf kleinste Abweichungen, bevor sie erneut befüllt wird“, erklärt Schmir.

Qualität ist eine Teamleistung

Trotz aller Zertifizierungen wie ISO 9001 oder der BIO-Zertifizierung betont Julia Schmir, dass Qualität kein rein administrativer Akt ist. Es ist eine Kulturfrage. „Qualität ist unser aller Aufgabe“, sagt sie überzeugt. Vom Einkauf über die Reinigung bis hin zu den Mitarbeiter:innen an der Linie – nur wenn jede und jeder einen Beitrag leistet, greifen die Vorgaben.

Für Schmir persönlich macht eine besondere Dynamik ihren Job so spannend: „Durch die Weiterentwicklung des Produkts oder des Unternehmens kann ich mich auch persönlich weiterentwickeln und neues Wissen generieren. Das macht die Aufgabe für mich interessant“. Mit Blick auf 2026 und neue Herausforderungen bleibt das Ziel klar: Sicherheit und Genuss in jeder Flasche und Dose – Tag für Tag, und bis zu 90.000 Mal pro Stunde.

Produktqualität & Gesundheit unserer Konsument:innen

Wesentliches Thema und mögliche damit verbundene Auswirkungen	<p>Die Herstellung und Vermarktung unserer Produkte stehen in direktem Zusammenhang mit deren Qualität und gesundheitlichen Auswirkungen auf Konsument:innen. Durch hohe Standards in Produktsicherheit und -integrität sowie ein breites Angebot an kalorienarmen und zuckerfreien Alternativen fördern wir einen bewussten Konsum. Transparente Nährwertkennzeichnungen unterstützen informierte Kaufentscheidungen, während klare Richtlinien für verantwortungsvolles Marketing den Schutz vulnerabler Gruppen sicherstellen. Gleichzeitig bestehen potenzielle Gesundheitsrisiken bei übermäßigem Konsum zuckerhaltiger Getränke sowie Risiken einzelner Qualitäts- oder Produktsicherheitsvorfälle im Produktionsprozess.</p> <p>Diese Auswirkungen stehen im Zusammenhang mit der Rezepturenentwicklung, dem Betrieb unserer Abfüllanlagen inklusive Qualitätskontrollen sowie dem Qualitäts- und Reklamationsmanagement. Auch Marketing- und Vertriebsaktivitäten beeinflussen die Auswirkungen in diesem Bereich.</p> <p>Unser Fokus liegt darauf, höchste Qualitätsstandards entlang der Wertschöpfungskette zu gewährleisten und Konsument:innen durch transparente Informationen und vielfältige Produktoptionen bei bewussten Entscheidungen zu unterstützen.</p>
Richtlinien und Verpflichtungen (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • Coca-Cola HBC Quality & Food Safety Policy • Coca-Cola HBC Health & Wellness Policy • Coca-Cola HBC General QSE Policy • The Coca-Cola Company Quality & Food Safety Policy • UNESDA Sugar Reduction Commitment • Brancheninitiative der alkoholfreien Erfrischungsgetränkeindustrie
Maßnahmen (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige KPI Trendanalysen • Regelmäßige und standardisierte Prozessüberwachung • Regelmäßige umfangreiche interne Analyse und Untersuchung aller Produktkategorien (analytisch, sensorisch, mikrobiologisch), z.B. sensorische Überprüfung aller Produkte zum Start der Produktion & alle 4 Stunden • Mindestens alle 3 Jahre externe Analyse unserer Produkte • Hotlines & E-Mail zur Kontaktaufnahme für Kund:innen und Konsument:innen • Umfassendes Reklamationsmanagement • Lokales, system- und abteilungsübergreifendes Incident Management and Crisis Resolution (IMCR) Team – enge Zusammenarbeit mit Coca-Cola HBC Gruppe & The Coca-Cola Company • Lückenlose Rückverfolgbarkeit • Verankerung in Unternehmenskultur: z.B. Mitarbeiter:innen werden um Verbesserungsvorschläge gebeten, Verbesserungen werden aktiv gewürdigt • Mitarbeiterwissen stärken durch gezielte Check-Ins, Wissensweitergabe in Organisation durch Train-the-Trainer-Prinzip • Breites Getränkeangebot inklusive kalorienarmer und -freier Optionen
Verfahren zur Nachverfolgung der Wirksamkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Jährliche Ziele im Bereich Quality, Safety & Environment (QSE) • Prozesskennzahlen • Validierung und Verifizierung von Qualitätsprozessen • Reporting an LVA zur Validierung der Zuckerreduktion in alkoholfreien Erfrischungsgetränken im Rahmen der österreichischen Branchenvereinbarung zur Zuckerreduktion
Einbindung von Stakeholdern (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • Benchmarking innerhalb der Gruppe, des Unternehmens sowie der Branche • Austausch mit Branchenvertreter:innen, Verbandsarbeit • Wissensaustausch auch außerhalb der Branche • Unterstützung durch externe Consultants

Wir richten *keine Werbung* an Kinder unter 13 Jahren

Gemeinsam mit unseren rund 67.000 Kund:innen versorgen wir Menschen in ganz Österreich flächendeckend mit Getränken. Julia Stimpfl, Trade Marketing Director bei Coca-Cola HBC Österreich, erzählt im Interview, wie wir die daraus entstehende Verantwortung gegenüber unseren Konsument:innen wahrnehmen.

Welche Verantwortung habt ihr gegenüber Konsument:innen?

Julia Stimpfl: Das Vertrauen unserer Konsument:innen ist entscheidend für unseren nachhaltigen Geschäftserfolg. Neben höchster Qualität und Sicherheit unserer Produkte stehen daher verantwortungsvolles Marketing, ein breites Getränkeangebot inklusive kalorienarmer und -freier Optionen sowie transparente und klare Informationen zu unseren Produkten ganz oben auf unserer Agenda. So schützen wir vulnerable Gruppen, unterstützen Konsument:innen bei der informierten Auswahl ihrer Getränke und bieten Getränkeoptionen für unterschiedlichste Bedürfnisse.

Was verstehst du unter verantwortungsvollem Marketing?

Verantwortungsvolles Marketing bedeutet für uns, dass wir keine Werbung an Kinder unter 13 Jahren richten. Das gilt für alle unsere

Getränke – egal ob Limonade, Fruchtsaftgetränk oder Mineralwasser. Und es betrifft auch jeden Kanal, bei dem die Zielgruppe zu über 30% aus unter 13-Jährigen besteht, von Printmedien über Fernsehen und Veranstaltungen bis hin zu Social Media.

Und auch bei der Bewerbung alkoholischer Getränke halten wir uns – neben den lokalen Gesetzen und Branchenleitlinien – an unsere eigenen, strengen Richtlinien.

Und was bedeutet das für Werbung und Verkauf eurer Getränke in Schulen?

Als Teil der europäischen Soft Drink Industrie (UNSEDA) haben wir uns dazu verpflichtet, keine Werbung in Schulen zu machen, keine Limonaden in Volksschulen zu verkaufen und nur kalorienarme und -freie Limonaden in höheren Schulen. Der Verkauf in Schulen erfolgt ausschließlich in markenfreien Getränkeautomaten.



»Das Vertrauen unserer Konsument:innen ist entscheidend für unseren nachhaltigen Geschäftserfolg.«

Julia Stimpfl, Trade Marketing Director

klare Informationen für informierte Entscheidungen, kleinere Verpackungen und bauen unser Angebot an kalorienarmen und -freien Getränken stetig aus. Gemeinsam mit der österreichischen Getränkeindustrie haben wir uns dazu verpflichtet, den Zucker in unseren alkoholfreien Erfrischungsgetränken zwischen 2015 und 2025 um 15% zu reduzieren. Dieses Ziel hat die Branche sogar übertroffen.

Woher wisst ihr, was eure Konsument:innen sich wünschen?

Zunächst einmal können uns Konsument:innen direkt über Social Media und unsere Konsument:innen-Hotline (E-Mail und Telefon) erreichen oder sie treten über unsere Partner:innen in Handel, Gastronomie und Hotellerie an uns heran. Durch Gespräche unseres Verkaufsteams mit unseren Kund:innen erhalten wir wertvolle Einblicke in Entwicklungen und Trends. Marktforschungen und Statistiken der Branche sowie der Coca-Cola Company vervollständigen dieses Bild.

Woher weiß man, was in euren Getränken enthalten ist?

Wir kennzeichnen Zutaten und Nährwerte unserer Getränke klar und transparent auf unseren Verpackungen sowie auf unserer Website. Auf der Rückseite unserer Verpackungen befinden sich eine Nährwerttabelle sowie die Zutatenliste. Auf der Vorderseite der Verpackungen erkennen Konsument:innen auf einen Blick, wieviele Kalorien ihr Getränk enthält, welchen Anteil an der empfohlenen maximalen Energieaufnahme das ausmacht und wie hoch der Kaloriengehalt pro 100 ml ist (sogenannte GDA-Kennzeichnung).

Wie stellt ihr sicher, dass eure Regeln tatsächlich eingehalten werden?

Wir führen jedes Jahr einen umfangreichen Compliance Prozess durch: Wir kontaktieren unsere Vertriebspartner:innen im Schulbereich, damit sie unsere Verpflichtungen kennen und einhalten. Außerdem informieren wir alle unsere Mitarbeiter:innen über die Vorgaben für verantwortungsvolles Marketing. Wir erwarten von allen Kolleg:innen, dass sie sich an die Regeln halten. Es gibt dazu auch jährliche online Trainings. Zum Abschluss des Compliance-Prozesses bestätigt unser Management-Team die Einhaltung unserer Richtlinien rund um verantwortungsvolles Marketing sowie den Verkauf in Schulen und unsere General Manager meldet die Konformität von Coca-Cola HBC Österreich an die Coca-Cola HBC Gruppe. 2025 wurden uns keine Verstöße gegen die Richtlinien und Verpflichtungen gemeldet.

Wie reagiert ihr auf den Wunsch nach weniger Zucker in Erfrischungsgetränken?

Wir unterstützen die Empfehlung führender Gesundheitsorganisationen, dass maximal 10% der täglichen Energiezufuhr aus zugesetztem Zucker kommen sollen. Wir bieten daher

Weiterführende Informationen zu unseren Richtlinien und Verpflichtungen:

- [Coca-Cola HBC Health & Wellness Policy](#)
- [The Coca-Cola Company Responsible Marketing Policy](#)
- [CCHBC Responsible Marketing Policy for Alcoholic Beverages](#)
- [UNSEDA School Policies](#)

Verantwortungsvolles Marketing

Wesentliches Thema und mögliche damit verbundene Auswirkungen	<p>Marketing- und Kommunikationsaktivitäten stehen in direktem Zusammenhang mit dem Konsumverhalten und der Wahrnehmung unserer Produkte. Durch klare Richtlinien – etwa den Verzicht auf direkte Werbung an Kinder unter 13 Jahren – sowie transparente Nährwertkennzeichnungen und ein breites Angebot an kalorienarmen Alternativen fördern wir informierte Kaufentscheidungen und einen bewussten Konsum. Gleichzeitig bestehen Risiken eines potenziellen Einflusses auf Ernährungsgewohnheiten sowie durch eingeschränkte Kontrolle von Werbeaktivitäten Dritter oder mögliche Fehlinterpretationen von Produktinformationen. Diese Auswirkungen stehen im Zusammenhang mit der Konzeption und Umsetzung von Marketingkampagnen, der Gestaltung von Verpackungen sowie dem Vertrieb unserer Produkte. Interne Compliance-Prozesse und Schulungen unterstützen die Einhaltung unserer Standards. Unser Fokus liegt darauf, Marketing verantwortungsvoll zu gestalten, Transparenz zu fördern und Konsument:innen bei informierten und ausgewogenen Entscheidungen zu unterstützen.</p>
Richtlinien und Verpflichtungen (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft • Coca-Cola HBC Health & Wellness Policy • The Coca-Cola Company Responsible Marketing Policy • CCHBC Responsible Marketing Policy for Alcoholic Beverages • UNESDA School Policies
Maßnahmen (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • keine Werbung, wenn Publikum zu >30% aus unter 13 Jährigen besteht (alle Produkte, alle Kanäle) • keine Werbung in Schulen • kein Verkauf von Limonaden in Volksschulen, nur kalorienarme und -freie Limonaden in höheren Schulen • Verkauf nur in markenfreien Automaten • jährlicher Compliance Prozess • verpflichtende jährliche Schulung für alle Mitarbeiter:innen
Einbindung der Stakeholder (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • enge Zusammenarbeit mit der Coca-Cola Company • regelmäßige Bewusstseinsbildung und Training für Mitarbeiter:innen • enger Austausch mit Verbänden und Expert:innen

Miteinander *wirksam*

Wie soziale Verantwortung bei Coca-Cola HBC Österreich zur Realität wird

Coca-Cola HBC Österreich ist tief in der österreichischen Gesellschaft verwurzelt und stets angetrieben, aktiv Gutes zu tun. Es geht dabei um eine gelebte Unternehmensphilosophie, die Solidarität in den Mittelpunkt stellt. Während große Projekte wie das neue Pfandsystem den Weg in eine nachhaltige Zukunft ebnen, ist es oft der persönliche Einsatz der Mitarbeitenden, der die unmittelbarste Wirkung zeigt.

„Dieses tiefe Gespür für soziale Belange ist untrennbar mit dem Selbstverständnis unserer Kolleg:innen verbunden“, beschreibt Ronald Mann, Community Partnerships Manager, die besondere Kultur im Haus. „Vom Senior Management bis hin zu allen Teams wird dieser Spirit geteilt und aktiv gelebt.“

Wärme schenken:

Unterstützung für das Haus Frida

Besonders spürbar wird dieser Einsatz, wenn es darum geht, jenen zu helfen, die Unterstützung am dringendsten benötigen. Ein Projekt, das den Kolleg:innen besonders am Herzen liegt, ist die Unterstützung des Haus Frida der Caritas. In einer gemeinsamen Initiative besorgten und verpackten die Mitarbeitenden 64 Geschenke, um wohnungslosen Frauen und ihren Kindern in einer schwierigen Lebensphase eine Freude zu bereiten.

Im Rahmen der langjährigen Partnerschaft mit der Caritas werden außerdem seit drei Jahren rund 1.000 „Nikolaussackerl“ mit Coca-Cola, Lebensmitteln, Hygieneartikeln und wärmenenden Accessoires befüllt, um obdachlose Menschen direkt zu unterstützen. Es sind diese Momente, in denen Engagement plötzlich ganz nah und greifbar wird.

Einsatz für die Region

Neben der Unterstützung für Menschen gehört auch der Einsatz für die heimische Natur fest dazu. Beim Coke Community Day engagierten sich Mitarbeitende tatkräftig für lokale Ökosysteme. Im vergangenen Oktober unterstützte ein Team von rund 30 Freiwilligen den Nationalpark Neusiedlersee-Seewinkel dabei, invasive Pflanzen zu entfernen, um die einzigartige Artenvielfalt der Region und den sensiblen Wasserhaushalt der Lacken zu bewahren.



Perspektiven und Innovationen

Der Blick des Unternehmens richtet sich jedoch auch weit in die Zukunft, um junge Talente und soziale Innovationen zu fördern. Mit der Bildungsinitiative #YouthEmpowered begleitet die Coca-Cola HBC Gruppe junge Menschen auf ihrem Weg in das Berufsleben. Seit 2017 wurden in Österreich bereits über 27.300 Jugendliche bei der Berufsorientierung unterstützt. Allein im Jahr 2025 konnten durch das Projekt „Junior Company“ rund 5.235 Schüler:innen wertvolle unternehmerische Erfahrungen sammeln.

Parallel dazu stärkt der vom Coca-Cola System initiierte Get active Social Business Award (GASBA) mutige Ideen für gesellschaftliche Herausforderungen. Als größter Sozialinnovationspreis Österreichs unterstützt er Projekte mit einem Gesamtpreisgeld von 96.000 Euro sowie professionellem Coaching, um nachhaltige Veränderungen zu bewirken.

Ein starkes Zeichen für Inklusion

Gelebte Vielfalt ist bei Coca-Cola HBC Österreich auch auf sportlicher Ebene ein zentrales Thema. Beim Coca-Cola Inclusion Run im Rahmen des Vienna City Marathons setzten 2025 erneut zahlreiche Teilnehmer:innen ein lautstarkes Zeichen für die Sichtbarkeit von Athlet:innen mit mentalen Beeinträchtigungen. Unter den hunderten Läufer:innen befanden sich auch mehr als 20 engagierte Kolleg:innen aus dem eigenen Team, welche die Special Olympics-Bewegung aktiv unterstützten.

Ein starkes Miteinander

Der Erfolg dieser Initiativen beruht auf der Eigeninitiative des gesamten Teams. Ronald Mann beobachtet diesen Tatendrang mit Begeisterung: „Von Seiten der Kolleg:innen wird aktiv nach Corporate Volunteering und Sozialaktionen gefragt.“ Ob durch Spenden oder durch sportlichen Einsatz für Inklusion – der Zugang bleibt derselbe: Durch ein gelebtes „Miteinander“ kommen viele Menschen zusammen, die gemeinsam etwas bewegen, um so die Communities zu unterstützen.

Regionale Verantwortung

<p>Wesentliches Thema und mögliche damit verbundene Auswirkungen</p>	<p>Unsere Geschäftstätigkeit ist eng mit den Gemeinschaften verbunden, in denen wir tätig sind. Durch eine hohe regionale Wertschöpfung sowie die Sicherung von Arbeitsplätzen leisten wir einen Beitrag zur Stärkung der lokalen Wirtschaft. Darüber hinaus fördern wir das gesellschaftliche Wohlergehen durch Bildungsinitiativen, soziale Projekte und Partnerschaften mit Organisationen vor Ort. Gleichzeitig können durch unsere operativen Tätigkeiten lokale Belastungen entstehen, etwa durch Ressourcenverbrauch, Flächenversiegelung sowie Verkehrs- und Lärmemissionen. Indirekt bestehen zudem Risiken für Umweltbeeinträchtigungen, beispielsweise durch Auswirkungen auf Wasserökosysteme oder Littering.</p> <p>Diese Auswirkungen stehen im Zusammenhang mit dem Betrieb und Ausbau unserer Produktionsinfrastruktur in Edelstal sowie dem aktiven Dialog mit Anrainer:innen und lokalen Stakeholdern.</p> <p>Aspekte der regionalen Verantwortung, insbesondere im Hinblick auf Nachbarschaftsschutz und lokale Umweltbelastungen, sind im Rahmen unseres EMAS-geprüften Managementsystems verankert. Unser Fokus liegt darauf, Auswirkungen auf das regionale Umfeld zu minimieren und gleichzeitig einen positiven Beitrag zur Entwicklung der Gemeinschaften zu leisten.</p>
<p>Maßnahmen (Auszug)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einhaltung aller gesetzlicher Anforderungen • Systematischer Umweltschutz stellt sicher, dass weder die Nachbarschaft noch die Region schädlichen Umweltbelastungen ausgesetzt sind • Wir nutzen die Wasserressourcen der Region sorgsam und nachhaltig • Regelmäßiger Austausch mit den Gemeinden, in denen wir tätig sind, zum laufenden Betrieb, Planung und Entwicklung der Produktionsstätte, Umwelt- und Sozialaspekten • Regelmäßiger Austausch mit Stakeholdern, die die Bedürfnisse der österreichischen Gesellschaft kennen • Regelmäßiger Austausch mit Stakeholdern, die in Zusammenhang mit unserer Geschäftstätigkeit stehen • Zu- und Abfahrtswege der LKW wurden vor das Ortsgebiet verlegt, um Lärmbeeinträchtigung zu vermeiden. Neue Gebäude schirmen Lärmemissionen weitgehend ab • Enge Zusammenarbeit mit der Caritas sowie Unterstützung von Initiativen für bedürftige Menschen • Corporate Volunteering Projekte, z.B. Entfernung invasiver Pflanzen im Nationalpark Neusiedlersee 2025

UMWELT

Nachhaltig den *Unterschied* machen

**Wir tragen Verantwortung für unsere Umwelt:
Unser Beitrag für Klima, Ressourcen und Biodiversität
im Überblick**





Energieeffizienz

Die Kunst der kleinen Stellschrauben

Wer mit Andreas Oberbauer durch das Werk in Edelstal geht, merkt schnell: Effizienz ist hier kein abstraktes Ziel, sondern ein fortlaufender Prozess, der oft im Detail liegt. Während große Investitionen es oft in die mediale Berichterstattung schaffen, sind es häufig die „kleinen Stellschrauben“, die in der Summe einen gewaltigen Unterschied machen.

„Man muss mit offenen Augen durch die Produktion gehen“, erklärt Oberbauer, während er auf eine der Dosen-Abfülllinien deutet. Ein Beispiel für eine solche Stellschraube ist die Rollenschmierung an einer der Abfüllmaschinen: Durch eine gezielte Optimierung konnte der Wasserverbrauch hier um beeindruckende 60 % reduziert werden.

Ein paar Schritte weiter wird es akustisch. Oberbauer führt oft Leckage-Audits durch, bei denen er mit einem Ultraschall-Detektor – optisch fast wie ein „Ghostbuster“ – durch

die Hallen zieht, um selbst das kleinste Zwischen von Druckluftleckagen aufzuspüren. „Druckluft ist eine teure Energieform. Jedes eliminierte Leck verbessert direkt die Energiebilanz unserer Kompressoren“, so Oberbauer.

»Übergeordnetes Ziel im Werk ist die Substitution von Erdgas durch Strom, die durch viele kleine Projekte umgesetzt wird.«

Andreas Oberbauer, Environment Manager



Andreas Oberbauer beim Rundgang durchs Werk

An neuen Linien wird dieser Prozess versuchsweise sogar schon durch Sensoren automatisiert, die den Luftverbrauch in produktionsfreien Zeiten messen und den Druck bei Bedarf absenken.

Auch bei den Reinigungsprozessen (CIP – Cleaning in Place), einem der größten Wasserverbraucher im Werk, wurde feinjustiert. Durch die Optimierung der CIP-Parameter konnte nicht nur Wasser gespart, sondern auch die Aufheizzeit und damit der thermische Energiebedarf (Erdgas) gesenkt werden.

„Übergeordnetes Ziel im Werk ist die Substitution von Erdgas durch Strom, die durch viele kleine Projekte umgesetzt wird“, so Oberbauer. Ein mit Prozesswärme aus Erdgas betriebener Dampferzeuger wurde gegen einen strombetriebenen E-Dampferzeuger getauscht; elektrische statt gasbefeuerte

Heizkassetten werden in den sogenannten Schrumpftunnel der Tray-Verpacker eingesetzt. Zudem wird in verschiedenen Bereichen CO₂ als Prozessgas, durch andere Gase (z.B. Stickstoff oder Sterilluft) ersetzt. Dieser CO₂-Verbrauch als Prozessgas und der Erdgasverbrauch in Edelstal verursachen den Großteil der Scope 1 Emissionen.

Der Rundgang macht deutlich: Die Dekarbonisierung und die Steigerung der Energieeffizienz sind eine Puzzlearbeit. Ob es der Umbau eines Pasteurs auf UV-Sterilisation ist, der den Gasverbrauch eliminiert und den Energieeinsatz reduziert, oder die Senkung der Vorlauftemperatur im Kesselhaus durch die Optimierung von Hochtemperaturverbrauchern. Durch kontinuierliches Hinterfragen der manuellen Einstellungen und technisches Finetuning wird der Weg Richtung net zero by 2040 konsequent gebnet.

Auf dem Weg zu „grünen“ Kilometern

Coca-Cola HBC bündelt seine Anstrengungen, um Emissionen zu reduzieren: 40 % aller zurückgelegten Wegstrecken werden mit nachhaltigen Antriebs- und Transportformen absolviert – ein Win-Win für Umwelt und Budget.

Die „leichte Flotte“ – das sind Dienst-PKW für das Management- und Sales Team – macht prozentuell einen Anteil von ca. 42 % der zurückgelegten gesamten Straßenkilometer aus und wird in Form eines kontinuierlichen Transformationsprozesses in diesem Bereich konsequent vorangetrieben. Seit 2020 wird die Dieselflotte sukzessive gegen Elektrofahrzeuge ausgetauscht. „Wir verfolgen das Prinzip ‚First In, First Out‘“, erklärt Lorenz Müller, Fleet Lead bei Coca-Cola HBC Österreich. „Sobald ein Leasingvertrag für ein Dieselfahrzeug ausläuft, wird es durch ein Elektroauto ersetzt“.

»Nachhaltigkeit und Kosteneffizienz schließen einander nicht mehr aus.«

Lorenz Müller, Fleet Lead

Mittlerweile ist bereits mehr als die Hälfte der Flotte elektrifiziert. Das ehrgeizige Ziel: Bis spätestens 2030 soll die gesamte Flotte – von wenigen technischen Ausnahmen abgesehen – rein elektrisch unterwegs sein. Interessant ist dabei die wirtschaftliche Entwicklung. War der Umstieg anfangs noch mit Mehrkosten verbunden, hat sich das Blatt gewendet. „Nachhaltigkeit und Kosteneffizienz schließen einander nicht mehr aus“, so Müller. Bei aktuellen Fahrzeugbestellungen liegen E-Autos und Verbrenner über den Lebenszyklus hinweg bereits auf Augenhöhe.

Hebel für Schwerlasttransporte

Während die PKW-Flotte auf Strom setzt, erfordern die „schweren“ Fahrzeuge wie die 40-Tonnen-LKW – andere Lösungen. Coca-

Cola HBC Österreich, setzt hier auf einen Mix aus innovativen Kraftstoffen und der Schiene. Ein Baustein ist HVO 100 (Hydrotreated Vegetable Oil). Dabei handelt es sich um einen Kraftstoff aus hydrierten Pflanzenölen, der herkömmlichen Diesel ersetzt.

„HVO hat im letzten Jahr ordentlich Fahrt aufgenommen“, berichtet Gerald Leichtfried, Distribution Manager bei Coca-Cola HBC Österreich. 28 % aller Kilometer wurden im letzten Jahr mit diesem Treibstoff zurückgelegt. Parallel dazu nutzt das Unternehmen den Intermodalverkehr. Dabei wird die „erste und letzte Meile“ auf der Straße absolviert, während der Hauptlauf zwischen Wien und Westösterreich (Tirol/Vorarlberg) auf der Schiene stattfindet. Rund 12 % der Kilometer entfallen bereits auf den Verkehrsträger Schiene. Trotz zusätzlicher logistischer Herausforderungen nimmt das Unternehmen diesen Trade-off bewusst in Kauf, um den ökologischen Fußabdruck zu minimieren.

Partner für grüne Transporte

Logistik ist bei Coca-Cola HBC Österreich stets Teamarbeit. Ein sichtbares Zeichen dieser Kooperation sind zwei E-Trucks. Gemeinsam mit LKW Walter wird ein voll elektrischer LKW im Raum Wien eingesetzt, der durch ein gemeinsames Branding auffällt. Seit Anfang 2026 bedient ein zweiter E-Truck des Partnerunternehmens Temmel täglich die Strecke zwischen dem Werk in Edelstal und der Steiermark – ein Rundkurs von rund 500 Kilometern pro Tag. „Dass wir nun auch weitere Strecken wie nach Graz mittels

E-Truck abwickeln, ist etwas, worauf wir stolz sein können“, betont Leichtfried.

Effizienz durch Kundenkooperation

Nachhaltige Logistik entsteht nicht allein durch alternative Antriebe – der klimafreundlichste Kilometer ist jener, der gar nicht erst gefahren werden muss. Hier setzt Coca-Cola HBC auf eine verbesserte LKW-Auslastung (Truck Utilization). „Jede zusätzlich verladene Palette verbessert den Footprint“, erklärt Leichtfried. Durch Anreizmodelle werden Kunden motiviert, komplette LKW-Ladungen (31 bis 33 Paletten) zu bestellen, was die Effizienz steigert, und die Anzahl der Fahrten reduziert.

Zusätzlich unterstützt moderne Technik die Fahrerinnen und Fahrer. Die Fahrzeuge sind mit Navigationssystemen zur Routenoptimierung sowie Fahrerassistenzsystemen wie intelligenten Geschwindigkeitsassistenten, Notbremsassistenten und Spurhaltefunktionen ausgestattet. Darüber hinaus werden Fahrtrainings angeboten, die neben der Erhöhung der Sicherheit auch einen effizienten und verantwortungsvollen Fahrstil fördern.

Die Infrastruktur der Zukunft

Um den eingeschlagenen Weg konsequent fortzusetzen, investiert Coca-Cola HBC Österreich in die Ladeinfrastruktur. Am Standort Edelstal wurde die Anzahl der Ladestationen signifikant erhöht, und auch für Depots wie in Salzburg ist die Nachrüstung mit Ladesäulen bereits in Planung.

»Jede zusätzlich verladene Palette verbessert den Footprint.«

Gerald Leichtfried, Distribution Manager



Aufteilung CO₂-Emissionen entlang der Lieferkette

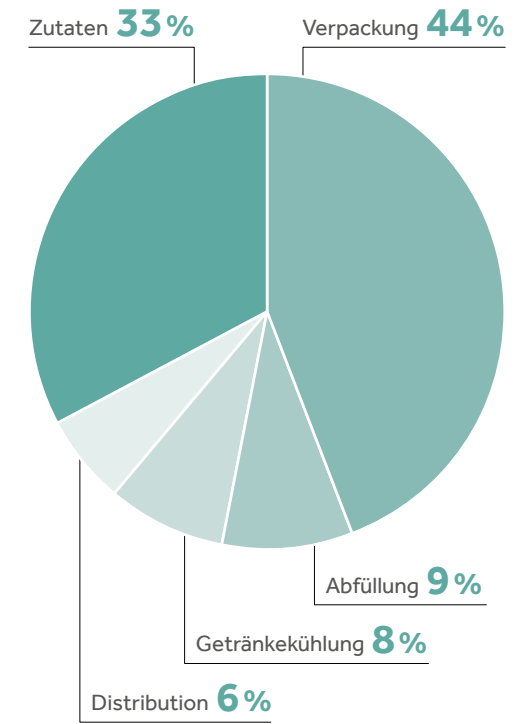
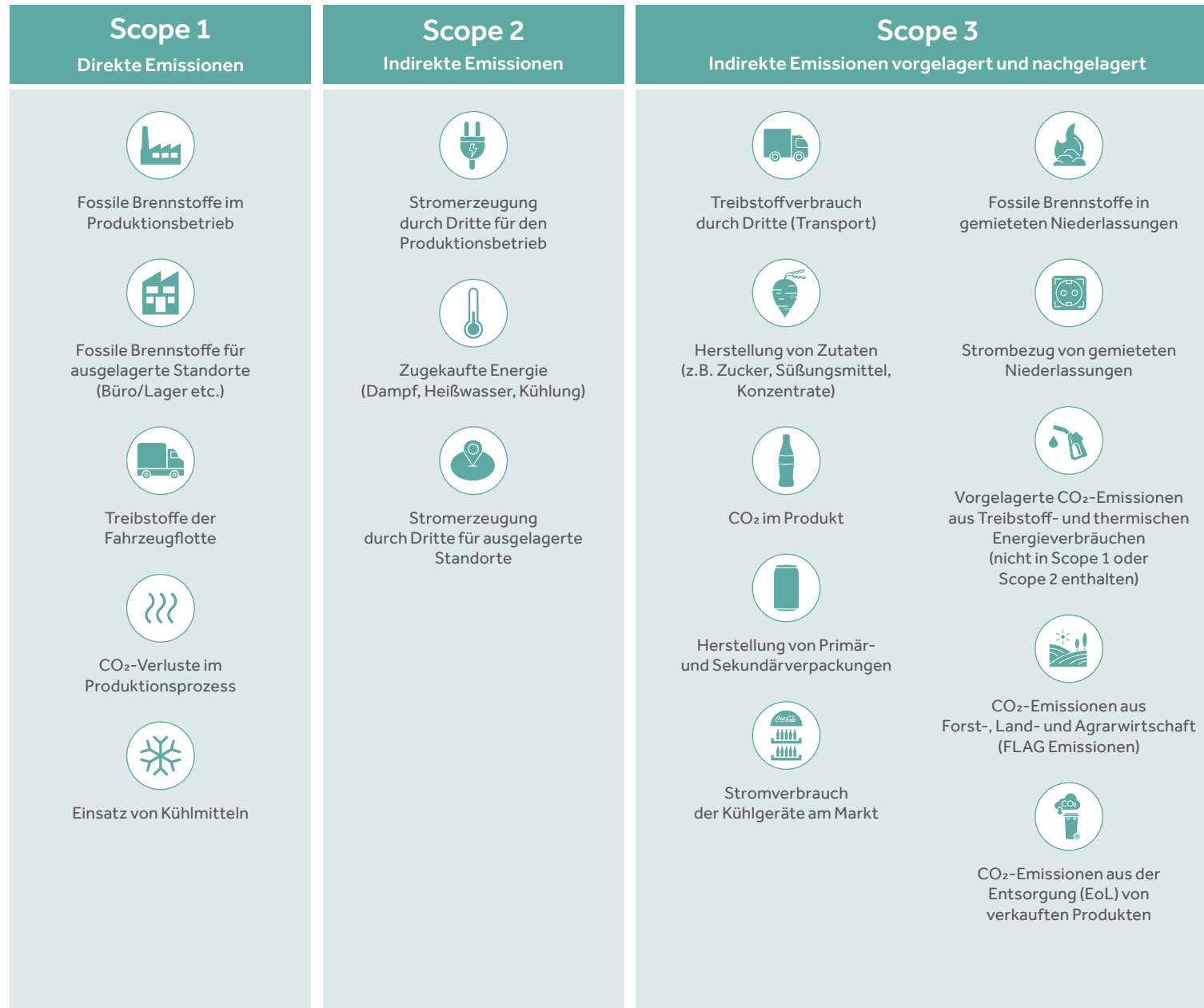


Abb.: Aufteilung der CO₂-Emissionen (Scope 1, 2, 3) entlang der Lieferkette

Klimaschutz & Energie

Wesentliches Thema und mögliche damit verbundene Auswirkungen	<p>Unsere Geschäftstätigkeit ist mit direkten und indirekten Auswirkungen auf Klima und Energieverbrauch verbunden. Durch gezielte Maßnahmen zur Dekarbonisierung – darunter der Einsatz von Strom aus erneuerbaren Quellen (100 % Wasserkraft), eigene Photovoltaikanlagen sowie die kontinuierliche Steigerung der Energieeffizienz – reduzieren wir unsere direkten Emissionen. Ergänzend fördern wir klimafreundlichere Logistiklösungen, etwa durch den Einsatz von E-Mobilität und alternativen Kraftstoffen. Gleichzeitig entstehen entlang unserer Wertschöpfungskette Treibhausgasemissionen, wobei der überwiegende Anteil indirekt auf die Beschaffung von Rohstoffen und Verpackungen sowie den Stromverbrauch von Kühlgeräten im Handel zurückzuführen ist. Diese Auswirkungen stehen im Zusammenhang mit dem Betrieb unserer Produktionsinfrastruktur, der Distribution unserer Produkte sowie dem Management der vorgelagerten Lieferkette und der im Markt eingesetzten Kühlinfrastruktur. Die mit dem Klimawandel verbundenen Risiken – etwa steigende Energiepreise, regulatorische Anforderungen oder Auswirkungen auf die Ressourcenverfügbarkeit – berücksichtigen wir systematisch in unseren strategischen Entscheidungen. Das Thema wird zudem im Rahmen von EMAS als zentraler Umweltaspekt („Emissionen in die Luft“ und „Energieverbrauch“) gesteuert und regelmäßig auf Einsparpotenziale geprüft. Unser Fokus liegt darauf, Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu reduzieren und durch Investitionen in effiziente, emissionsarme Technologien langfristige Resilienz zu stärken.</p>
Richtlinien und Verpflichtungen (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • Ziel Coca-Cola HBC Gruppe: net zero by 2040 • Climate Change Policy • Roadmap zur CO₂-Reduktion Supply Chain Österreich
Maßnahmen (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • Substitution von CO₂ emittierenden Prozessen durch Alternativen (Verwendung von Stickstoff oder Sterilluft anstatt CO₂ als Prozessgas wenn möglich) • Elektrifizierung von Erdgasverbrauchern • 100 % Elektrizität aus erneuerbaren Energien (Wasserkraft und Sonnenenergie) • 26.800 m² PV-Anlage am Produktionsort Edelstal (deckt ca 20 % des eigenen Strombedarfs) • Einsparung von Energie in der Produktion durch moderne Technologien, Effizienzsteigerungen und optimierte Prozesse • In Edelstal abgefüllte Flaschenkörper aus PET bestehen zu 100 % aus recyceltem Material • Sukzessiver Umstieg auf energieeffiziente Kühlgeräte (2024: 65 %, 2025: 69 %) • Sukzessive Umstellung unserer Fahrzeugflotte auf E-Mobilität (2025: 53 %) • Beschaffung größtenteils aus Österreich und Ländern nahe Österreich (2/3 der Lieferant:innen sind aus Österreich) • Alle Lieferant:innen unterschreiben die Supplier Guiding Principles
Kernindikator	<ul style="list-style-type: none"> • Energy Usage Ratio (EUR) = verwendete Energie für 1 Liter fertiges Getränk (lbp) • 2025: 1,61 MJ/lbp

Klimaschutz & Energie Fortsetzung

THG-Emissionen		Basisjahr 2019		Berichtszeitraum 2025			
		Emissionen (t CO ₂ e)	Biogene CO ₂ -Emissionen (metrische Tonnen)	Emissionen (t CO ₂ e)	Biogene CO ₂ -Emissionen (metrische Tonnen)		
Scope-1		7.800	0	6.202	0		
Scope-2 (marktbasiert)		0	0	0	0		
Scope-3	Eingekaufte Waren & Dienstleistungen	53.042	0	50.667	0		
	Brennstoff- und energiebezogene Aktivitäten (nicht Scope 1 od Scope 2-THG-E.)	2.654	0	1.796	0		
	Vorgelagerter Transport & Verteilung	11.958	0	5.800	0		
	Nachgelagerter Transport und nachgelagerte Verteilung	4.139,7	0	3.860	0		
	Nutzung verkaufter Produkte	2.890,6	0	2.899	0		
	Entsorgung verkaufter Produkte an deren Lebenszyklusende	7.009,3	0	5.731	0		
	Für nachgelagerte Aktivitäten angemietete oder geleaste Vermögensgegenstände	–	0	138	0		
Scope-3 gesamt		81.693 (inkl. FLAG)	0	70.891 (inkl. FLAG)	0		
Aufsplittung der CO ₂ e in THGs nicht verfügbar							
Begründung für Wahl des Basisjahrs, Neuberechnung & zuvor berichtete Emissionen: s.o.							
Angabe ausschließlich der für unsere Geschäftstätigkeit relevanten Kategorien							
Brutto-THG-Emissionen (t CO ₂ e)		Scope(s) der THG-Emissionen (1,2,3)		Organisationspezifische Kennzahl		THG Intensitäten	
6.202		1,2		Scope 1+2 CO ₂ e Ratio		13,8 g/lbp	
77.093		1,2,3 (inkl. FLAG)		Scope 1+2+3 CO ₂ e Ratio		171,5 g/lbp	

Klimaschutz & Energie Fortsetzung

Energieverbrauch Werk Edelstal

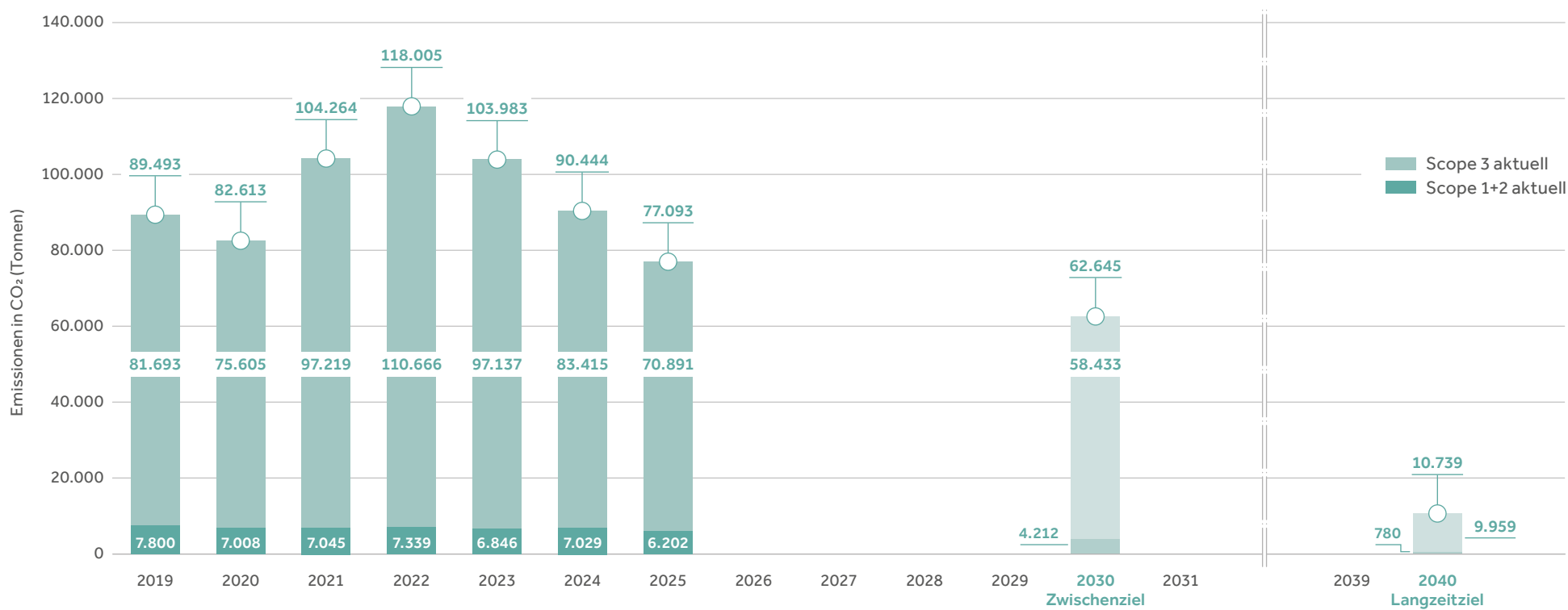
Energie aus erneuerbaren Energiequellen	Zugekaufter Strom aus Wasserkraft	20.441,90 MWh
	Strom aus eigener Photovoltaikanlage	2.806,62 MWh
	Strom gesamt	23.248,52 MWh
Energie aus nicht erneuerbaren Energiequellen	Erdgas	15.169,43 MWh
Energieverbrauch Werk Edelstal gesamt	Strom + Erdgas	38.417,95 MWh

Coca-Cola HBC Österreich ist Partner von klimaaktiv mobil

Unser Unternehmen wurde 2025 von der Klimaschutzinitiative des Bundes für seine Bemühungen im Bereich des Intermodalverkehrs ausgezeichnet. Weitere Informationen zu unseren Maßnahmen zur Emissionsreduktion im Transport lesen Sie auf Seite 43.



Roadmap Reduktion CO₂e-Emissionen¹ in Österreich Supply Chain



Emissionsziele im Einklang mit der Science Based Targets Initiative (SBTi)

Überarbeitung der Reduktionsziele auf Basis der Renewed SBTi Jan 2024

Seit 2025 werden FLAG Emissionen in die SBTi targets der Coca-Cola HBC Gruppe inkludiert, sie wurden in der Neuberechnung berücksichtigt.

Das Basisjahr wurde von 2017 auf 2019 gesetzt, da 2019 das früheste Jahr ist, in dem verlässliche Emissionsfaktoren verfügbar sind (zuvor berichtete Emissionen des Basisjahrs: Scope 1+2: 8.585 Tonnen, Scope 3: 84.774 Tonnen)

1) Einbezogene Gase: CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆, NF₃

Wasser ist *nicht* gleich Wasser

Ein Einblick in die Tiefen der Römerquelle

Wenn wir eine Flasche Römerquelle öffnen, halten wir das Ergebnis einer jahrzehnte- bis jahrhundertlangen Reise durch die Gesteinsschichten in den Händen. Doch was macht „Natürliches Mineralwasser“ eigentlich so besonders, und wie schützen wir diesen kostbaren Schatz aus den Brunnen in Edelstal und Prellenkirchen für die Zukunft?

Was Natürliches Mineralwasser auszeichnet

In Österreich zählt Natürliches Mineralwasser zu den am strengsten reglementierten Lebensmittel. Während Leitungswasser aus verschiedenen Quellen stammen kann und unter Umständen aufbereitet oder desinfiziert wird, muss Natürliches Mineralwasser von ursprünglicher Reinheit sein. Es stammt aus unterirdischen, vor Verunreinigungen geschützten Vorkommen und darf in seinem Charakter nicht verändert werden.

Der Weg in den Handel ist weit: Bevor ein Wasser als „Natürliches Mineralwasser“ bezeichnet werden darf, muss es eine offizielle Anerkennung durch das österreichische Gesundheitsministerium (Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz) durchlaufen. Dieser Prozess erfordert umfassende Gutachten (geologisch, hydrologisch, hydrogeologisch, ernährungsphysiologisch und hygienisch) und Untersuchungen (physikalisch, physikalisch-chemisch und chemisch) des Wassers über alle vier Jahreszeiten hinweg, um eine konstante Zusammensetzung der Mineralstoffe und Spurenelemente zu garantieren.

Ursprung in den Tiefen in Edelstal und Prellenkirchen

Die Brunnen in Edelstal (Burgenland) und Prellenkirchen (Niederösterreich) bilden die Quelle der beliebten Traditionsmarke Römerquelle. Hier wird das Wasser aus einem Grundwasserleiter gewonnen. Die Brunnen reichen dabei in beeindruckende Tiefen: Während der Brunnen RQ1 aus etwa 36 Metern fördert, reicht der Brunnen RQ17 sogar 215 Meter tief unter die Erdoberfläche.

Auf seinem Weg durch die Gesteinsschichten wird das Wasser nicht nur natürlich gefiltert, sondern nimmt auch wertvolle Mineralstoffe auf. Römerquelle zeichnet sich besonders durch einen hohen Gehalt an Calcium und Magnesium aus, was ihm seinen charakteristischen, leicht süßlichen und neutralen Geschmack verleiht.

Weniger Entnahme als Neubildung

Der Schutz der Quellen und die nachhaltige Nutzung haben oberste Priorität. Es wird dem Boden stets weniger Wasser entnommen, als sich durch Niederschläge natürlich neu bildet.

Um dies sicherzustellen, basieren die behördlich festgelegten Entnahmemengen auf



aufwändigen Pumpversuchen und mathematischen Simulationsmodellen. Um Spitzen in der Produktion abzufangen, ohne die Brunnen zu überlasten, setzt das Werk auf eine clevere und sichere Bevorratung in Zisternen.

Qualität ohne Kompromisse: Kontinuierliche Kontrollen

Damit die Qualität bei jedem Schluck stimmt, wird das Wasser kontinuierlich überwacht. Permanente Messungen erfassen die Schüttung, den Wasserspiegel in den Brunnen, die Temperatur und die Leitfähigkeit. Zusätzlich finden tägliche Analysen beim Hauseintritt statt. Dabei werden Parameter wie Nitratgehalt, Härte, pH-Wert, Trübung und Farbe geprüft.

Verantwortung über die Quelle hinaus

Während Römerquelle direkt aus den tiefen Brunnen abgefüllt wird, benötigt Coca-Cola HBC Österreich für die Herstellung anderer Getränke wie Coca-Cola oder Limonaden aufbereitetes Leitungswasser vom lokalen Wasserleitungsverband. Für den gesamten

Produktionsprozess ist Ressourcenschonung das oberste Ziel. Ein zentraler Indikator dafür ist die Water Usage Ratio (WUR), also die Menge an Wasser, die pro Liter Fertiggetränk verbraucht wird.

Die WUR ermöglicht es, Einsparpotenziale zu identifizieren, den Erfolg umgesetzter Maßnahmen zur Reduktion des Wasserverbrauchs messbar zu machen und die Werke innerhalb des Unternehmens hinsichtlich ihrer Ressourceneffizienz miteinander zu vergleichen.

Im Jahr 2025 lag dieser Frischwasserverbrauch bei 1,61 Litern pro Liter Fertiggetränk. Im Vorjahr waren es 1,58 Liter pro Liter Fertiggetränk. Für die Steigerung ausschlaggebend war in erster Linie das tatsächliche Produktionsvolumen, welches um 6,4% geringer ausgefallen ist, als vorhergesehen war. Im Produktmix stieg der Anteil im wasserintensiven Mehrwegglas-Volumen um 4,3%. Dennoch: Zwischen 2013 und 2025 konnten wir unseren Wasserverbrauch pro Liter fertigem Getränk um 41% reduzieren.

Nachhaltige Wassernutzung

Wesentliches Thema und mögliche damit verbundene Auswirkungen	<p>Unsere Geschäftstätigkeit ist mit direkten und indirekten Auswirkungen auf Wasserressourcen verbunden. Durch die sorgfältige Bewirtschaftung und den Schutz unserer natürlichen Mineralwasserquellen sowie die kontinuierliche Steigerung der Wassereffizienz in den Produktionsprozessen tragen wir zur Schonung lokaler Wasserressourcen bei. Ergänzend leisten wir durch die Unterstützung von Revitalisierungsprojekten und die konsequente Aufbereitung und Rückführung von Abwässern einen Beitrag zum Erhalt lokaler Ökosysteme. Gleichzeitig führt unsere Tätigkeit zur Inanspruchnahme von Grund- und Trinkwasserressourcen sowie zur Entstehung prozessbedingter Abwässer. Indirekte Auswirkungen ergeben sich zudem aus dem Wasserbedarf bei der Gewinnung von Rohstoffen in der vorgelagerten landwirtschaftlichen Lieferkette. Diese Auswirkungen stehen im Zusammenhang mit dem Betrieb unserer Abfüll- und Reinigungsanlagen, dem Management der hauseigenen Quellen sowie dem Einkauf wasserintensiver Inhaltsstoffe und Agrarrohstoffe.</p> <p>Die Wassernutzung und das Abwasseraufkommen sind zentrale Bestandteile unseres EMAS-geprüften Managementsystems, in dem Wasserströme präzise erfasst und Verbräuche systematisch minimiert werden. Als wesentliche Grundlage unserer Produktion messen wir dem verantwortungsvollen Umgang mit Wasser eine hohe strategische Bedeutung bei – mit dem Ziel, die langfristige Verfügbarkeit dieser Ressource zu sichern.</p>	
Bewertung des Risikos	<ul style="list-style-type: none"> • 2024: Bewertung von Wasserrisiken unserer Produktion durch die Coca-Cola Company: Water Risk Indicator < 10% => geringes Risiko • 2025: ISO 46001 Audit (jährlich) • 2022: Source Vulnerability Assessment: Analyse potenzieller Risiken im Bereich Wasserversorgung und Abwasserentsorgung (daraus abgeleitete Optimierungsmöglichkeiten fließen in Wassermanagementplan mit konkreten Maßnahmen und Zeitplan für Umsetzung) 	
Richtlinien und Verpflichtungen (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 46001 • Environmental Policy • Water Stewardship Policy 	
Maßnahmen (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • Entnahme Natürliches Mineralwasser entsprechend behördlich festgelegten Maximalmengen • Identifizierung von Einsparungspotentialen auf Basis des WUR • Wiederaufbereitung des Spülwassers der PET-Flaschen sowie des Rückspülwassers der Sandfilter • Monitoring der Abwasserparameter 	
Kernindikator	<ul style="list-style-type: none"> • Water Usage Ratio (WUR) = verwendetes Wasser für 1 Liter fertiges Getränk (l/bp) • WUR 2025: 1,61 l/bp 	
Wasserentnahme 2025 in Megaliter (MI)	Grundwasser (Mineralwasserbrunnen)	185,32
	Wasser von Dritten (Öffentliche Wasserversorgung – Wasserleitungsverband Nördliches Burgenland)	536,29
	Gesamte Wasserentnahme	721,61
Wasserrückführung in Megaliter (MI)	Oberflächenwasser	413,66
	Gesamte Wasserrückführung	413,66
	Wasserrückführung Süßwasser	409,24
	Bedenkliche Stoffe	0
	Vorgehensweise zur Festlegung der Einleitungslimits	AAEV (Allg. Abwasseremissionsverordnung)
	Anzahl der Fälle, bei denen Einleitungslimits nicht gehalten wurden	0
Austritt schädlicher Substanzen	0	

Im Einsatz für lokale Ökosysteme

Arbeitshandschuhe statt Laptop, Astschere statt Meetingraum: Für den Erhalt wertvoller Lebensräume packen Mitarbeitende von Coca-Cola HBC Österreich selbst mit an.

Der Arbeitstag begann an diesem Oktobertag nicht im Büro, sondern zwischen Schilf, Salzlacken und Steppenlandschaft. Rund 30 Mitarbeiter:innen waren an der Langen Lacke und Birnbaumlacke im Nationalpark Neusiedlersee-Seewinkel unterwegs und widmeten sich unter fachkundiger Anleitung der Nationalpark-Ranger einer ökologischen Herausforderung – der Entfernung der invasiven Ölweide.

Diese Pflanze mag auf den ersten Blick unscheinbar wirken, stellt jedoch eine massive Bedrohung für die sensiblen Salzstandorte des Seewinkels dar, da sie heimische Tier- und Pflanzenarten verdrängt und den Wasserhaushalt negativ beeinflusst. Am Ende des Aktionstages waren rund 80 Ölweiden entfernt – ein handfester Beitrag zum Erhalt einer einzigartigen Kulturlandschaft.

Edelstal unter der Lupe: Die Biotypen-Analyse

Auch am Produktionsstandort in Edelstal engagiert sich Coca-Cola HBC Österreich für den Erhalt der Lebensräume und Förderung der Vielfalt. Um die ökologische Qualität rund um den Produktionsstandort Edelstal präzise bewerten zu können, gab das Unternehmen 2022 eine umfassende Biotypen- und naturräumliche Funktionsanalyse bei externen Expert:innen in Auftrag.

Diese Untersuchung lieferte wertvolle Erkenntnisse über den Status und die Funktionalität der Naturflächen auf dem rund 35,5 Hektar großen Areal. 14,6 Hektar beansprucht der Betrieb für Produktion und Lagerung, darüber hinaus gibt es viel naturnahe Fläche. Bei der Untersuchung wurde deutlich: Das Werk ist eingebettet in ein Mosaik aus wertvollen Lebensräumen, darunter artenreiche Feucht- und Magerwiesen im Nordwesten sowie strukturreiche Gräben, die wichtige Kleinlebensräume darstellen. Sogar seltene



»Es zwitschert, summt und surrt auf jedem Meter.«

Theresa Fleischberger, Environment Manager

Gäste wie der farbenprächtige Bienenfresser nutzen die sandigen Grabenwände des Geländes als Brutplätze.

Ein Kilometer Artenvielfalt in der Strauchhecke

Eine der herausragenden Stärken, die in der Analyse identifiziert wurden, ist die etwa 950 Meter lange Baum- und Strauchhecke im Süden des Areals. Sie fungiert als essenzieller Verbindungskorridor für Wildtiere zwischen verschiedenen Naturräumen. „Diese Hecke ist strukturreich und vielfältig“, erzählt Environment Manager Theresa Fleischberger, „Es zwitschert, summt und surrt auf jedem Meter.“

Vom Brunnenschutzgebiet zur Blumenwiese

Auch das direkte Werksumfeld wurde in den letzten Jahren ökologisch massiv aufgewertet. Auf rund 2.000 m² wurden naturnahe Blumenwiesen angelegt, die speziell auf die Bedürfnisse von Bienen und Schmetterlingen abgestimmt sind. Darüber hinaus wurden rund 90 zusätzliche Bäume und Sträucher gepflanzt, wobei bewusst auf klimafitte Arten wie Säuleneichen und Blumeneschen gesetzt wurde. In unmittelbarer Nähe zum Betriebsgelände befindet sich das eingezäunte Brunnenschutzgebiet, das einen idealen Rückzugsort bietet, darunter zehn Bienenvölker, die seit 2021 jährlich Honig für die gesamte Belegschaft produzieren.

Biodiversitätsschutz

Wesentliches Thema und mögliche damit verbundene Auswirkungen	<p>Biodiversität ist in unterschiedlicher Weise von unserer Geschäftstätigkeit betroffen. Durch die ökologische Aufwertung unseres Standorts Edelstal – etwa durch naturnahe Blühwiesen, Bienenvölker und klimafitte Bepflanzung – leisten wir einen Beitrag zur Förderung der lokalen Artenvielfalt. Ergänzend dazu unterstützen wir durch den Einsatz zertifizierter Rohstoffe den Erhalt stabiler Ökosysteme entlang unserer Lieferkette. Gleichzeitig sind mit unseren Aktivitäten auch Eingriffe in natürliche Lebensräume verbunden, insbesondere durch Flächenversiegelung im Zuge von Produktions- und Logistikprozessen. Indirekte Auswirkungen ergeben sich zudem aus Treibhausgasemissionen, potenziellen Entwaldungsrisiken in vorgelagerten Lieferketten sowie Umweltbelastungen durch Verpackungsabfälle.</p> <p>Diese Auswirkungen stehen in engem Zusammenhang mit dem Betrieb und der Weiterentwicklung unserer Produktions- und Logistikinfrastruktur, dem globalen Einkauf von Rohstoffen und Verpackungsmaterialien sowie dem Management von Produktlebenszyklen und Recyclingprozessen.</p> <p>Den Schutz der Biodiversität adressieren wir entlang dieser Wertschöpfungsstufen mit dem Ziel, negative Auswirkungen systematisch zu reduzieren und positive Beiträge gezielt zu stärken. Biodiversitätsrelevante Faktoren wie Flächennutzung und Emissionen in das Erdreich – etwa durch ein Pestizidverbot auf verpachteten Flächen – werden dabei im Rahmen von EMAS kontrolliert, um den Schutz der lokalen Umgebung sicherzustellen.</p>
Richtlinien und Verpflichtungen (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • Ziel der Coca-Cola HBC Gruppe: Netto positiver Einfluss auf die Biodiversität in kritischen Gebieten, in denen wir tätig sind, sowie in unserer Lieferkette • Biodiversitäts-Statement der Coca-Cola HBC Gruppe: Biodiversity statement Coca-Cola HBC
Maßnahmen (Auszug)	<p>Infolge eines Source Vulnerability Assessments 2022 durchgeführte Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2.000 m² naturnahe Blumenwiesen • Pflanzung von ca. 90 klimafitten Bäumen und Sträuchern • organisierte Anti-Littering- und Umweltschutz-Aktionen auch über das Werksgelände hinaus gemeinsam mit unseren Mitarbeiter:innen; 2025: Entfernung invasiver Ölweiden im Nationalpark Seewinkel
Verfahren zur Nachverfolgung der Wirksamkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Source Vulnerability Assessment (SVA) 2022: Bewertung der Biodiversität (z.B. Biotypen- und naturräumliche Funktionsanalyse); nächstes SVA 2027 • jährliches Monitoring durch Coca-Cola HBC (Kernindikator Flächenverbrauch versiegelt/unversiegelt/naturnah). Durch den Bedarf an Fläche zur Lagerung der Leergutkisten und damit verbundenem Flächenbedarf für Regenwasserrückhaltebecken sinkt der Anteil der naturnahen Fläche leicht.

Der perfekte Mix

Wie wir unsere Getränke heute (und morgen) verpacken

Die eine richtige Verpackung gibt es nicht. Wir setzen auf einen nachhaltigen Verpackungsmix, reduzieren unseren Kunststoffverbrauch und nutzen Verpackungen, die recycelbar oder wiederverwendbar sind. Gleichzeitig müssen unsere Produkte optimal geschützt sein und vielfältigen Genussmomenten gerecht werden.

PET-Flaschen:

Der innovative Allrounder für unterwegs

Die PET-Flasche ist der Klassiker für den modernen, mobilen Lebensstil. Sie bricht nicht, wiegt wenig und ist wiederverschließbar. Dadurch eignen sich PET-Verpackungen

hervorragend zum Beispiel für Sport, unterwegs oder als Vorratspackung für die ganze Familie. Um stoffliche Kreisläufe zu schließen und den CO₂-Fußabdruck zu senken, bestehen die Flaschenkörper unserer Römerquelle PET-Flaschen bereits seit 2019 zu 100 % aus recyceltem PET, seit 2023 gilt das für alle in Edelstahl befüllten Flaschenkörper aus Kunststoff. Um möglichst viele PET-Flaschen im Kreislauf zu halten, wurde 2025 das Pfandsystem auf Einweggetränkeverpackungen eingeführt (s. Infokasten). Coca-Cola HBC Österreich war maßgeblich an der Gestaltung des Systems beteiligt.

Aluminiumdosen:

Die kühle Effizienz in der Hand

Die Getränkedose ist eine gute Wahl für den schnellen Genuss zwischendurch. Sie ist leicht, kühlt schnell durch und schützt das Getränk perfekt vor Licht. Unsere Getränkedosen werden laufend optimiert: Seit 2025 haben wir Aluminiumdosen im Einsatz, die 0,3 Gramm leichter sind als ihre Vorgängerinnen, das spart pro Jahr bis zu 440 Tonnen Aluminium bzw. 478 Tonnen CO₂.

81,5 % aller Pfand-Einweggetränkeverpackungen zurückgegeben

Mit der Einführung des Einwegpfandsystems für Getränkeverpackungen am 1. Jänner 2025



Aus Flaschen werden Flaschen

Wir engagieren uns bereits seit vielen Jahren für eine Kreislaufwirtschaft von Getränkeverpackungen. 2007 war Coca-Cola HBC Österreich Gründungspartner der PET to PET Recycling Österreich GmbH. Das Unternehmen zählt zu den Vorzeigebetrieben im Recyclingbereich und ermöglicht durch einen geschlossenen Wertstoffkreislauf die nachhaltige Wiederverwertung von PET-Flaschen. Dabei wird aus gebrauchten

PET-Flaschen in einem komplexen Prozess hochwertiges Regranulat gewonnen. Aus diesem Material werden dann wieder neue PET-Flaschen hergestellt. Im Jahr 2025 wurden in der Anlage im burgenländischen Müllendorf rund 1,34 Milliarden Flaschen recycelt und 33.675 Tonnen PET-Material erfolgreich im Bottle-to-Bottle-Kreislauf gehalten.

Quelle: www.pet2pet.at

haben wir in Österreich einen wichtigen Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft gemacht. 81,5 % aller bepfandeten Dosen und Flaschen wurden 2025 an den Rückgabestellen retourniert (siehe Infobox Seite 54).

Karton und Kraftpapier halten Multipacks zusammen

Durch Sammlung und Recycling werden aus gebrauchten PET-Flaschenkörpern wieder

neue PET-Flaschenkörper. So kann Primärkunststoff eingespart werden. Um weitere Einsparungen möglich zu machen, halten wir unsere 6x1,5 Liter Limonaden Multipacks seit 2023 mit Karton und Kraftpapier zusammen statt mit Kunststoffolie. 2025 wurden so etwa 136 Tonnen Kunststoffolie eingespart.

Einen ähnlichen Weg gehen wir auch bei Aluminiumdosen. Das kartonbasierte Keel-



Clip™-System kann statt Kunststofffolien für die Verpackung von Mehrfachbinden eingesetzt werden.

Bei Innovationen im Bereich der Sekundärverpackungen spielen in der Entwicklung neben Nachhaltigkeit weitere Aspekte wie Funktionalität, Komfort und attraktives Design eine wichtige Rolle.

Mehrweg-Glas: Der Klassiker am Tisch

Mehrweg-Glasflaschen stehen für das perfekte Trinkerlebnis und Eleganz am Tisch, ihre Haupteinsatzgebiete liegen in der Gastronomie und Hotellerie. Aber auch für zu Hause gewinnen hochwertige Mehrwegglasflaschen zunehmend an Bedeutung. Verstärkt wird die Nachfrage zusätzlich durch die seit 2024 geltende Mehrweg-Angebotsquote. Wir haben auf diese Entwicklung mit dem Ausbau unseres Mehrwegglasangebots reagiert und in eine neue Abfülllinie investiert.



Ende 2025 betrug der Anteil von Mehrwegverpackungen in unserer Produktion – das sind Mehrwegglasflaschen sowie wiederbefüllbare Premix- und Postmix-Behälter für Schankanlagen – bereits 19,34 % (gegenüber 16 % im Vorjahr).

Das Re-Use-Prinzip der Mehrwegglasflaschen ist so simpel wie effektiv: Nach dem Genuss wandern die Flaschen zurück in die Kiste und werden dann bei uns im Werk in Edelstahl sortiert, gewaschen, erneut befüllt und etikettiert. Nun können sie ihre nächste Reise zu Kund:innen und Konsument:innen antreten. Damit die Glasflaschen möglichst lange wiederverwendet werden können, sollten sie sorgsam behandelt und extreme Temperaturen und starke Verschmutzungen (z.B. Gegenstände und Abfall in der Flasche) vermieden werden. Das Verschließen der Flasche mit dem Drehverschluss nach Gebrauch schützt das Gewinde.

Das Österreichische Umweltzeichen

Als sichtbares, anerkanntes Symbol für diesen nachhaltigen Kreislauf tragen sämtliche Römerquelle-Mehrweg-Glasflaschen sowie die beliebten 0,33 Liter Mehrweg-Glasflaschen unserer Limonadenmarken Coca-Cola, Fanta, Sprite und Mezzo Mix das Österreichische Umweltzeichen. Das Umweltzeichen garantiert, dass eine Flasche mindestens 12 x wiederbefüllt wird und beruht auf strengen Kriterien, die den gesamten Produktlebenszyklus von der Herstellung über die Nutzung bis hin zur Entsorgung berücksichtigen.



Freestyle & Dispenser: Die verpackungsfreie Zukunft

Bei Verpackungen gilt das Prinzip: vermeiden, wiederverwenden, wiederverwerten. Dispenser sind eine gute Möglichkeit, um Verpa-

Einwegpfandsystem erfolgreich gestartet

Am 1. Jänner 2025 startete mit der Einführung des Pfandsystems auf Getränkeeinwegverpackungen eines der größten Kreislaufwirtschaftsprojekte Österreichs. Jede Einwegkunststoffflasche und jede Aluminiumgetränkedose trägt nun einen Pfandwert von 25 Cent. So soll sichergestellt werden, dass die Gebinde im Kreislauf bleiben und dem Recycling zugeführt werden.

Die positive Bilanz nach einem Jahr: Mit einer Sammelquote von 81,5 % wurde das 80 %-Ziel laut österreichischer Pfandverordnung für Einweggetränkeverpackungen erfolgreich übertroffen. Das flächendeckende System mit rund 16.300 Rückgabestellen ermöglicht den

Konsument:innen eine einfache und bequeme Rückgabe. Aufgrund der zweithöchsten Supermarktdichte in Europa hat Österreich auch die zweitgrößte Dichte an Rückgabeautomaten pro Einwohner:in. Mehr als 6.400 Automaten ermöglichen eine schnelle und unkomplizierte Rückgabe. Eine repräsentative Umfrage im Auftrag von Recycling Pfand Österreich zeigt: Rund drei Viertel der Konsument:innen befürworten das Pfandsystem.

Das nächste Ziel, das in der Pfandverordnung definiert wurde: Die Sammelquote soll bis 2027 auf 90 % gesteigert werden und damit die EU-Vorgabe bereits zwei Jahre früher als gefordert erfüllt werden.

Quelle: Recycling Pfand Österreich

ckungsmaterial stark zu reduzieren. Man findet sie vor allem in der Systemgastronomie. Unsere Freestyle-Automaten bei Burger King bieten über 110 verschiedene Geschmackskombinationen, die individuell zusammengestellt werden. Die Getränke werden aus Kartuschen frisch gemixt – das spart Platz bei Transport und Lagerung, reduziert Verpackungsabfall und sorgt für einen geringeren Energie- und Wasserverbrauch.

Auch Sekundärverpackungen gehören richtig gesammelt

Das neue Einwegpfandsystem ist ein wichtiger Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft. Aber auch andere (Getränke-)verpackungen gehören richtig gesammelt, damit sie dem Recycling zugeführt werden können. Neben bepfandeten Aluminiumdosen und PET-Flaschen gehören auch Mehrwegglasflaschen retourniert. Kunststofffolien werden im

Verpackungsmüll entsorgt und Verpackungen aus Papier und Karton in der Altpapiersammlung. Lesen Sie dazu auch das Interview mit Christian Abl, Geschäftsführer der Recyclingorganisation Reclay, Seite 22.



Abfallmanagement im Werk: *Kreislauf* statt Mülltonne

Abfallmanagement ist weit mehr als nur Mülltrennung. Im Produktionszentrum in Edelstal gelten die Ziele: Abfälle vermeiden, Materialien im Kreislauf halten und selbst bei Produktverlusten den Wert der Rohstoffe sichern.

Die Herausforderung:

Lebensmittelabfälle im Fokus

Ein kritisches Thema im Bereich Abfallmanagement sind Produktvernichtungen, die direkt in der Produktion anfallen. Die Ursachen sind vielfältig: Oft reicht eine falsche Detail-einstellung einer Maschine, sodass die Füllhöhe der Flaschen nicht exakt passt, oder ein Produkt eine Nuance zu wenig Kohlensäure aufweist, um den hohen Qualitätsstandards für den Markt zu entsprechen. In den letzten zwei Jahren stieg die Menge unserer Lebensmittelabfälle um etwa 30 % pro Jahr an.

Recycling direkt im Werk

Die effiziente Aufarbeitung der Abfälle für das Recycling passiert direkt am Standort in Edelstal. Hier kommt der Shredder zum Einsatz. Produkte, die nicht in den Verkauf gelangen können, werden zunächst sortenrein getrennt. PET-Flaschen und Dosen werden dann in einer Presse zu Ballen verdichtet und Glasflaschen entleert. Diese direkte Bearbeitung im Produktionszentrum spart nicht nur Zeit, sondern stellt sicher, dass die wertvollen Verpackungsmaterialien ohne Umwege in den Recyclingkreislauf zurückgeführt werden können. Selbst die Getränkeinhalte gehen nicht verloren. Ein Saugwagen transportiert die aufgefangenen Flüssigkeiten zu einer Biogasanlage, wo daraus Energie gewonnen wird.

Kontrolle und Bewusstsein

Hinter den Kulissen sorgt ein striktes Monitoring für Transparenz. Einmal im Monat werden detaillierte Abfallstatistiken erhoben und

reportet. Die entsorgten Mengen werden doppelt kontrolliert, um die Genauigkeit der Daten zu gewährleisten: Die LKW werden am Standort vor und nach der Beladung gewogen und diese Wiegescheine dann mit den am Standort der Entsorger gewogenen Mengen verglichen. Doch Technik ist nicht alles: Durch jährliche Umweltschulungen und gezielte Kommunikation im Werk wird das Bewusst-

sein der Mitarbeitenden für die korrekte Mülltrennung an den Linien kontinuierlich geschärft. Environment Manager Theresa Fleischberger formuliert dazu klare Ziele: „Wir wollen Abfallmengen durch stabilere Prozesse und geschultes Personal wieder deutlich senken, denn Abfallvermeidung ist nicht nur ökologisch sinnvoll, sondern schont auch wertvolle Ressourcen und Kosten.“



Kreislaufwirtschaft & Ressourcennutzung (inkl. Abfall)

<p>Wesentliches Thema und mögliche damit verbundene Auswirkungen</p>	<p>Im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit entstehen vielfältige Auswirkungen auf Ressourcennutzung und Abfallaufkommen. Durch den Einsatz von 100 % recyceltem PET (rPET) bei allen lokal abgefüllten Kunststoffflaschenkörpern sowie die vollständige Recyclingfähigkeit unserer Primärverpackungen fördern wir geschlossene Materialkreisläufe. Die Einführung des Einwegpfandsystems im Jahr 2025 trägt gemeinsam mit dem Ausbau von Mehrweglösungen zu höheren Sammelquoten und einer hochwertigen Wiederverwertung bei. Gleichzeitig erfordert unsere Produktion einen erheblichen Einsatz natürlicher Ressourcen wie PET, Glas und Aluminium und führt zu Verpackungs- und Lebensmittelabfällen sowie potenziellen Umweltbelastungen am Ende des Produktlebenszyklus. Diese Auswirkungen stehen im Zusammenhang mit unseren Abfüll- und Verpackungsprozessen, dem Verpackungsdesign sowie dem betrieblichen Abfallmanagement und der Zusammenarbeit mit Sammel- und Recyclingsystemen. Das Thema wird im Rahmen von EMAS als wesentlicher Umweltaspekt („Abfall“ sowie indirekt „Verpackung“) gesteuert. Abfallmengen werden systematisch erfasst, Fehlwürfe reduziert und Wertstoffe konsequent in den Kreislauf zurückgeführt. Unser Fokus liegt darauf, Ressourceneffizienz weiter zu steigern und Abfälle kontinuierlich zu minimieren.</p>					
<p>Maßnahmen (Auszug)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion von Lebensmittelverlusten und -abfällen entlang unserer Wertschöpfungskette • Fokus auf nachhaltigen Verpackungsmix mit einem hohen Recyclingmaterial-Anteil gemeinsam mit unseren Partner:innen • Investition in Erhöhung des Anteils an Mehrwegverpackungen (Mehrwegglasflaschen) • Neue Verpackungslösungen • Ausgereiftes, beschildertes Mülltrennsystem in der Produktion, beschilderte Container für einzelne Fraktionen an jeder Linie • Sammlung und Rückführung von Abfällen aus der Produktion in den Recyclingkreislauf, z.B. PET-Flaschen direkt im Werk zu Ballen gepresst – anschließend Transport zu PET to PET, wo daraus wieder PET-Flaschen hergestellt werden können • Sensibilisierung und Schulung unserer Mitarbeiter:innen • Sensibilisierung von Konsument:innen 					
<p>Einbindung von Stakeholdern (Auszug)</p>	<p>Enge Zusammenarbeit mit Verwertern der einzelnen Materialien, z.B. Coca-Cola HBC ist Mitbegründer von PET to PET Recycling GmbH</p>					
<p>Verfahren zur Nachverfolgung der Wirksamkeit (Auszug)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Monatliches Reporting • Regelmäßiges Monitoring und Kontrolle • Statistiken von Hauptentsorgern • LKW, die Abfall abholen, werden vorher und nachher gewogen zur Bestimmung der Abfallmengen 					
<p>Eingesetzte Verpackungsmaterialien</p>	<p>Verpackungsmaterial</p>	<p>Gesamtes Material</p>	<p>Neues Material</p>	<p>Rezykliertes Material</p>	<p>Rezyklat-Anteil</p>	<p>Erneuerbare Materialien</p>
	<p>PET Preformen</p>	<p>7.872,80 t</p>	<p>0 t</p>	<p>7.872,80 t</p>	<p>100,00%</p>	<p>0 t</p>
	<p>Glas</p>	<p>2.654,22 t</p>	<p>1.226,52 t</p>	<p>1.427,71 t</p>	<p>53,79%</p>	<p>0 t</p>
	<p>Aluminium (Dosen + Verschlüsse)</p>	<p>3.031,45</p>	<p>882,94 t</p>	<p>2.148,51 t</p>	<p>70,87%</p>	<p>0 t</p>
	<p>Stahl (Kronkorken, Metallverschlüsse)</p>	<p>161,60 t</p>	<p>53,33 t</p>	<p>108,27 t</p>	<p>76,00%</p>	<p>0 t</p>
	<p>Papier</p>	<p>238,77 t</p>	<p>238,77 t</p>	<p>0 t</p>	<p>0%</p>	<p>238,77 t</p>
	<p>Karton</p>	<p>2.065,96 t</p>	<p>957,78 t</p>	<p>1.108,17 t</p>	<p>53,64%</p>	<p>2.065,96 t</p>
	<p>Gesamt</p>	<p>17.631,34 t</p>	<p>3.359,34 t</p>	<p>12.665,46 t</p>	<p>71,83%</p>	<p>2.304,73 t = 13%</p>

Kreislaufwirtschaft & Ressourcennutzung (inkl. Abfall) Fortsetzung

Angefallener Abfall Produktionswerk: Gesamtgewicht und Aufschlüsselung nach Zusammensetzung des anfallenden Abfalls in Tonnen (t)	Zusammensetzung des Abfalls	Produktionsstandort	Sonstige Standorte	Gesamt
	Holz	48,54 t	0 t	48,54 t
	Metalle (Stahl/Aluminium)	220,08 t	1,26 t	221,34 t
	Restmüll/Sonstiges	292,96 t	11,08 t	304,04 t
	Papier/Karton	405,65 t	10,47 t	416,12 t
	Kunststoffe	530,46 t	11,57 t	542,03 t
	Lebensmittelabfälle	5.132,89 t	0 t	5.132,89 t
	Glas	1.314,24 t	0 t	1.314,24 t
	Gefährliche Abfälle	103,01 t	197,34 t	300,34 t
	Gesamt	8.047,83 t	231,72 t	8.279,55 t

Kreislaufwirtschaft & Ressourcennutzung (inkl. Abfall) Fortsetzung

Ressourcenabflüsse: Gesamtgewicht und Aufschlüsselung nach Zusammensetzung des von der Entsorgung dem Recycling zugeführtem Abfalls in Tonnen (t)	Zusammensetzung des Abfalls	Produktionsstandort	Sonstige Standorte	Gesamt
	Holz	48,54 t	0 t	48,54 t
	Metalle (Stahl/Aluminium)	220,08 t	1,26 t	221,34 t
	Restmüll/Sonstiges	23,52 t	0,30 t	304,04 t
	Papier/Karton	405,65 t	10,47 t	416,12 t
	Kunststoffe	530,46 t	11,57 t	542,03 t
	Lebensmittelabfälle	5.132,89 t	0 t	5.132,89 t
	Glas	1.314,24 t	0 t	1.314,24 t
	Gefährliche Abfälle	2,684 t	197,34	300,34 t
	Gesamt	7.678,06 t	220,94 t	8.279,55 t

Ressourcenabflüsse: Gesamtgewicht des angefallenen Abfalls in Tonnen und Aufschlüsselung dieser Summe nach Verfahren zur Rückgewinnung		Produktionsstandort	Sonstige Standorte	Gesamt
	Gefährliche Abfälle			
	Aufbereitung zur Wiederverwendung	0 t	0 t	0 t
	Recycling	2,68 t	197,34 t ¹	200,02 t
	Sonstige Verfahren zur Rückgewinnung	0 t	0 t	0 t
	Gesamt			200,02 t
	Ungefährliche Abfälle			
	Aufbereitung zur Wiederverwendung	0 t	0 t	0 t
	Recycling	7.675,38 t	23,6 t	7.698,98 t
	Sonstige Verfahren zur Rückgewinnung	0 t	0 t	0 t
Gesamt			7.698,98 t	

1) hps defekte Kühler aus dem Markt

Kreislaufwirtschaft & Ressourcennutzung (inkl. Abfall) Fortsetzung

Gesamtgewicht und Aufschlüsselung der Zusammensetzung des von der Entsorgung zur thermischen Verwertung und Deponierung weitergeleiteten Abfalls in Tonnen	Zusammensetzung des Abfalls	Zur thermischen Verwertung und Deponierung weitergeleiteter Abfall (gesamtes Unternehmen)
	Holz	0 t
	Metalle (Stahl/Aluminium)	0 t
	Restmüll/Sonstiges	280,22 t
	Papier/Karton	0 t
	Kunststoffe	0 t
	Lebensmittelabfälle	0 t
	Glas	0 t
	Gefährliche Abfälle	100,33 t
	Gesamt	380,55 t

Gesamtgewicht und Aufschlüsselung des zur Entsorgung weitergeleiteten Abfalls in Tonnen (t)		Produktionsstandort	Sonstige Standorte	Gesamt	
	Gefährliche Abfälle				
	Verbrennung (mit Energierückgewinnung)	99,51 t	0 t	99,51 t	
	Verbrennung (ohne Energierückgewinnung)	0 t	0 t	0 t	
	Deponierung	0,82 t	0 t	0,82 t	
	Sonstige Entsorgungsverfahren	0 t	0 t	0 t	
	Gesamt			100,33 t	
	Ungefährliche Abfälle				
	Verbrennung (mit Energierückgewinnung)	269,44 t	10,78 t	280,22 t	
	Verbrennung (ohne Energierückgewinnung)	0 t	0 t	0 t	
Deponierung	0 t	0 t	0 t		
Sonstige Entsorgungsverfahren	0 t	0 t	0 t		
Gesamt	269,44 t	10,78 t	280,22 t		

Weniger ist *mehr* bei der Nanofolie

Nachhaltigkeit ist oft dann am erfolgreichsten, wenn sie die Effizienz steigert. Ein aktuelles Beispiel für diesen Einklang ist die Implementierung der sogenannten Nanofolie im vergangenen Jahr.

2025 wurde eine neue Umverpackung eingeführt: Dabei handelt es sich um eine hochmoderne Stretch-Folie zur Sicherung von Paletten, die trotz ihrer geringeren Dicke die gleiche Stabilität bietet wie herkömmliche Materialien. „Wir haben die von uns entwickelte Folie einem Stresstest unterzogen, die Paletten gekippt und Vollbremsungen gemacht, um zu sehen ob die Stabilität nach wie vor gegeben ist“, erklärt Procurement Manager Adam Srkala, „es zeigte sich, dass die neue Folie sogar bessere Eigenschaften hat.“

Hinzu kommt der ökologische Vorteil: Durch den Wechsel auf die Nanofolie konnte der Verbrauch an Stretchfolie im vergangenen Jahr um ein Viertel reduziert werden. Durch den geringeren Materialeinsatz sinken die Kosten unmittelbar – eine klassische Win-Win-Situation.

Das Projekt wurde innerhalb der Coca-Cola HBC Gruppe länderübergreifend ausgerollt und zeigt, wie technische Innovationen den Kunststoffverbrauch massiv senken können.

Der Wertekompass: Voraussetzungen für eine Partnerschaft

Hinter solchen Erfolgen steht ein Netzwerk aus engagierten Lieferant:innen, aktuell arbeitet Coca-Cola HBC Österreich mit rund 700 Partnerunternehmen zusammen. Für das Unternehmen ist die Auswahl der Partner kein reiner Preisvergleich, sondern eine Frage der gemeinsamen Werte. „Unser Lieferant:innen-

Netzwerk besteht aus Menschen und Unternehmen, auf deren Wertekompass die Nadel in die gleiche Richtung zeigt wie auf unserem“, betont Procurement Manager Adam Srkala.

Um diesen Anspruch abzusichern, gelten strenge Regeln:

- **Verpflichtende Richtlinien:** Alle Partner müssen die Supplier Guiding Principles und den Verhaltenskodex unterzeichnen. Damit verpflichten sie sich zu hohen Standards bei Menschenrechten, Arbeitssicherheit und Umweltschutz.
- **Nachhaltigkeits-Rating:** Strategische Partner und Unternehmen mit einem Umsatzvolumen über 100.000 Euro werden über die Plattform EcoVadis bewertet.
- **Neue Gewichtung:** Seit letztem Jahr fließen Nachhaltigkeitskriterien mit 15 % (statt bisher 5 %) in die Bewertung von Ausschreibungen ein, während finanzielle und technische Aspekte jeweils 42,5 % ausmachen.

Regionalität als Rückgrat der Versorgung

Trotz der globalen Strahlkraft der Marke setzt das Unternehmen konsequent auf lokale Wertschöpfung. Rund 90 % des Auftragsvolumens stammen aus Österreich oder den

»Unser Lieferant:innen-Netzwerk besteht aus Menschen und Unternehmen, auf deren Wertekompass die Nadel in die gleiche Richtung zeigt wie auf unserem.«

Adam Srkala , Procurement Manager



unmittelbaren Nachbarregionen, etwa zwei Drittel aller Lieferant:innen haben ihren Sitz direkt in Österreich. 2025 bezog Coca-Cola HBC Österreich außerdem 100 % der wichtigsten Zutaten aus landwirtschaftlichem Anbau von Lieferant:innen, die die Leitlinien für nachhaltige Landwirtschaft erfüllen.








Für Rohmaterialien wie Etiketten, Verschlüsse und Pre-Formen für die PET-Produktion achtet das Unternehmen auf kurze Transportwege, sie werden genauso wie die Konzentrate und Zucker direkt in den Betrieb in Edelstal angeliefert und vor Ort für die Produktion vorbereitet.

Damit schafft Coca-Cola HBC Österreich gemeinsam mit seinen Lieferant:innen die Basis für eine verantwortungsvolle und zukunftsfähige Lieferkette.






Nachhaltige Beschaffung & Menschenrechte

Wesentliches Thema und mögliche damit verbundene Auswirkungen	<p>Die Beschaffung von Rohstoffen und Verpackungsmaterialien ist eng mit sozialen und ökologischen Auswirkungen entlang der Lieferkette verbunden. Durch verbindliche Richtlinien wie die Supplier Guiding Principles tragen wir zur Einhaltung hoher Standards bei. Die regionale Beschaffung eines Großteils unseres Auftragsvolumens stärkt zudem die lokale Wertschöpfung, während Audits und Nachhaltigkeitsbewertungen die Achtung von Menschenrechten und fairen Arbeitsbedingungen fördern. Gleichzeitig bestehen Risiken für Menschenrechtsverletzungen in weniger transparenten Bereichen globaler Lieferketten sowie durch Umweltbelastungen und Treibhausgasemissionen bei der Gewinnung landwirtschaftlicher Rohstoffe und der Herstellung energieintensiver Verpackungsmaterialien.</p> <p>Diese Auswirkungen stehen im Zusammenhang mit unserem strategischen Einkauf von Inhaltsstoffen und Verpackungen, dem Management unserer Lieferantenbeziehungen sowie systematischen Due-Diligence-Prüfungen und Bewertungen.</p> <p>Das Thema wird im Rahmen von EMAS als wesentlicher indirekter Umweltaspekt („Beschaffung, Auftragsvergabe“) gesteuert. Umwelt- und Qualitätsstandards werden bei der Lieferantenauswahl berücksichtigt, um Risiken in der Lieferkette zu minimieren. Gleichzeitig verstehen wir die Achtung der Menschenrechte als zentralen Bestandteil unserer Verantwortung und arbeiten kontinuierlich mit unseren Partner:innen daran, soziale und ökologische Standards entlang der Wertschöpfungskette weiterzuentwickeln.</p>
Richtlinien und Verpflichtungen (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • Coca-Cola HBC Supplier Guiding Principles (verpflichtende Akzeptanz im Rahmen der Neuanlage sowie bei Vertragsabschluss) • Health & Safety Richtlinien • Code of Business Conduct • Leitlinien für nachhaltige Landwirtschaft (100 % der wichtigsten Zutaten aus landwirtschaftlichem Anbau von Lieferant:innen, die diese Leitlinien erfüllen)
Maßnahmen (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluierung neuer Lieferant:innen im Zuge des Ausschreibungsprozesses auch in Hinblick auf Nachhaltigkeit • Alle Lieferant:innen müssen unseren Supplier Guiding Principles zustimmen • In Österreich bezogen wir 2025 100 % der wichtigsten Zutaten aus landwirtschaftlichem Anbau von Lieferant:innen, die die Leitlinien für nachhaltige Landwirtschaft erfüllen. • Lieferant:innen ab einem bestimmten Umsatzvolumen sowie strategische Lieferant:innen werden zur Teilnahme bei EcoVadis eingeladen • Wir arbeiten bewusst mit Lieferant:innen aus nahegelegenen Regionen zusammen • Wir achten auf Effizienz und Ressourcenschonung sowie kurze Transport- und Produktionswege • Verschlüsse, Pre-Formen, Konzentrate, Zucker etc. werden direkt an unseren Produktionsstandort in Edelstal geliefert und dort verarbeitet
Liefervolumen aus Österreich und umliegenden Ländern	rund 90 %
Anteil der Lieferant:innen aus Österreich	rund 2/3

Umweltprogramm 2025

Bereich	Aspekt	Thema	Maßnahme	Status	Erklärung
Energie					
gesamter Betrieb Edelstal	Ressourcenverbrauch Energie	Energieverbrauch pro Liter erzeugtes Getränk senken	Mit Energieeffizienz erhöhenden Maßnahmen einen Energieverbrauch von max. 0,29 MJ/lbp erreichen. Auch wassereinsparende Maßnahmen verbessern die Energieeffizienz.		Energieverbrauch von 0,31 MJ/lbp. Dafür ausschlaggebend war in erster Linie das tatsächliche Produktionsvolumen mit 6,4 % unter Plan und ungeplante intensive Dampfsterilisationen in der Wasseraufbereitung mit hohem Heißwasserbedarf. Der Einsatz eines temporären ND-Lufttrockners (warmregenerierend) hat diese Kennzahl zusätzlich ungeplant belastet.
Projekte					
Produktion	Ressourcenverbrauch Energie/Strom	Reduktion der Heißwasservorlauf-temperatur	Optimierung der Verbraucher der Maximal-Temperaturwerte, um Soll-Temperatur des Gesamtsystems zu reduzieren – A3 Pasteur		Das Projekt wurde in 2025 Q2 gestartet und wird 2026 Q2 fertiggestellt, da sich im Zuge der Umsetzung noch weitere Herausforderungen ergaben. Die Vorlauf-temperatur des Heizstrangs 1 (von insgesamt 5) konnte von 95°C auf 80° C gesenkt werden.
Produktion	Ressourcenverbrauch Energie/Strom	Reduktion der Heißwasservorlauf-temperatur	Optimierung der Verbraucher der Maximal-Temperaturwerte, um Soll-Temperatur des Gesamtsystems zu reduzieren – Dampferzeuger Wasseraufbereitung/ A8–A10		Das Projekt wurde in Q4 fertiggestellt.
Produktion	Ressourcenverbrauch Energie/Gas	UV-Desinfektion Sirupraum	Die thermische Pasteurisierung wird durch den Prozess der UV-Desinfektion ersetzt		Das Projekt wurde in Q2 fertiggestellt.
Produktion	Ressourcenverbrauch Energie/Strom	Programm „Leakage Hunter“	Mit einem eigens dafür angeschafften Detektor werden etwaige Druckluft- und Prozessgas-Leckagen monatlich während geplanter Rundgänge identifiziert, gemeldet und vom Instandhaltungsteam beseitigt		Zahlreiche Leckagen wurden detektiert und repariert.
gesamter Betrieb Edelstal	Ressourcenverbrauch Energie/Strom	NMW-Wärmepumpe	Nutzung des stabilen Temperaturniveaus des Mineralwassers mittels Wärmepumpe als Prozesswärme		Das Projekt wurde auf unbestimmten Zeitpunkt verschoben.
Produktion	Ressourcenverbrauch Energie/Strom	Cleaning-in-place (CIP) Optimierungen	Optimierung: Lauge min. 72°C (vorher 84°C), max. 77°C (vorher 95°C), Temp.Kanal: 30°C (vorher 45°C), Leitwert: 10mS (vorher 40mS): Mit diesen Einstellungen wird der Wasser- und Energieverlust verringert		Die Vorgaben konnten bei der SSD CIP größtenteils erfüllt werden (Mindesttemperatur, Temp. Kanal und Leitwert). Der Maximalwert konnte von 95°C auf 88°C reduziert werden. Das Erreichen der Vorgaben ist aufgrund von Modifikationen bei den Wärmetauschern der NMW CIP-Anlage in Q1 2026 geplant.

Umweltprogramm 2025 Fortsetzung

Bereich	Aspekt	Thema	Maßnahme	Status	Erklärung
Wasser					
gesamter Betrieb Edelstal	Ressourcenverbrauch Wasser	Wasserverbrauch pro Liter erzeugtes Getränk senken	Mit Wassereffizienz erhöhenden Maßnahmen den Wasserverbrauch auf 1,57 l/lbp senken		Wasserverbrauch von 1,61 l/lbp. Dafür ausschlaggebend war in erster Linie das tatsächliche Produktionsvolumen mit 6,4% unter Plan. Im Produktmix stieg der Anteil wasserintensiven RGB-Volumens um 4,3%.
Projekte					
Produktion	Ressourcenverbrauch Wasser	Kohlensäurehaltige Limonaden Optimierung Reinigungsprozesse (CIP – Cleaning in Place)	Optimierung: Lauge min: 72°C (vorh. 84°C), max. 77°C (95°C), Temp.Kanal: 30°C(45°C), Leitwert: 10mS (40mS): Mit diesen Einstellungen wird der Wasser- und Energieverlust verringert		Die Vorgaben konnten größtenteils erfüllt werden (Temp. Kanal und Leitwert sind ausschlaggebend für die Entsorgung in den Kanal).
Produktion	Ressourcenverbrauch Wasser	Natürliches Mineralwasser (NMW) Optimierung Reinigungsprozesse (CIP – Cleaning in Place)	Optimierung: Lauge min. 72°C (vorh. 84°C), max. 77°C (95°C), Temp.Kanal: 30°C (45°C), Leitwert: 10mS (40mS): Mit diesen Einstellungen wird der Wasser- und Energieverlust verringert		Derzeit liegt die Drainagetemperatur (Temp. Kanal) höher als die Ausgangstemperatur des Wassers bei der Entsorgung. Das Erreichen der Vorgaben ist aufgrund von Modifikationen bei den Wärmetauschern der NMW CIP-Anlage in Q1 2026 geplant.
Produktion	Ressourcenverbrauch Wasser	Optimierung A4 Kistenwaschmaschine	Verbesserte Filtersysteme sollen Frischwasserbedarf reduzieren und händisches Eingreifen verhindern		Das Projekt wurde wie geplant umgesetzt.
gesamter Betrieb Edelstal	Ressourcenverbrauch Wasser	Verhaltens- und prozessbasierte Maßnahmen zur Senkung des Wasserverbrauchs	Laufende Evaluierung von Einsparungspotenzialen unter Einbezug der Monitoringdaten. Beispiele: Wassermengen bei Reinigungsschritten reduzieren, Undichtheiten beseitigen, etc.		Einsparungspotenziale wurden aufgezeigt. Z.B. Rollenschmierung A1 – Reduktion des Wasserverbrauchs um 60%

Umweltprogramm 2025 Fortsetzung

Bereich	Aspekt	Thema	Maßnahme	Status	Erklärung
Abfall					
gesamter Betrieb Edelstal	Abfallaufkommen	Abfallaufkommen pro Liter erzeugtes Getränk senken	Durch bewusstseinsfördernde Maßnahmen und Ressourcenschonung das Abfallaufkommen bei 8,53 g/lbp eindämmen		Die geplanten Maßnahmen waren nicht ausreichend, um den negativen Trend umzukehren. Das Abfallaufkommen betrug 17,9 g/lbp. Die große Abweichung ist durch den großen Produktrückruf von Oktober bis Dezember 2024 zu erklären. Die Entsorgung in den Biogasanlagen dauerte bis Juli 2025. Ein Volumen von 2.766 Tonnen Produkt wurde hierbei aus dem Verkehr gezogen. Ohne diese wäre das Ziel mit 11,75 g/lbp auch nicht erreicht worden. Hauptauschlaggebend ist die zu entsorgende Ausschussware aus dem laufenden Produktionsprozess.
Projekte					
Produktion	Abfallaufkommen	Sirupraum Batch Management – verbesserte Kontrolle	SAP gestützte Kontrolle der richtigen Konzentrationen und Mengen für bestimmten Sirupauftrag von Planung		Projekt wurde ausgerollt auf alle Produkte außer Coke regular (sehr geringe Fehleranfälligkeit).
CCHBC Österreich gesamt	Abfallaufkommen	Einführung Einwegpfand	Durch den Umstieg auf Einwegpfand werden in den Büros Mehrweg-Gebinde bevorzugt angeboten. Dadurch verringert sich der PET- und Alu-Abfall		Das Einwegpfand wurde wie geplant umgesetzt.
gesamter Betrieb Edelstal	Abfallaufkommen	Sparsamer Umgang mit Ressourcen, Reduzierung d. Abfallaufkommens, Erhöhung des Recyclinganteils, Optimierung Energie- und Wasserverbrauch	Verpflichtendes jährliches Training; vertiefende Schulungen mit Schwerpunkt auf Abfalltrennung und -vermeidung, um das Restmüllaufkommen weiter zu verringern Zusätzlich Tool-Box-Talk Abfalltrennung; Ziel verpflichtende jährliche Schulung: 100% der Mitarbeiter:innen		Die Mitarbeiter:innen wurden geschult. Es gibt noch Bedarf, die Abfalltrennung in mehreren Bereichen zu verbessern.

Umweltprogramm 2025 Fortsetzung

Bereich	Aspekt	Thema	Maßnahme	Status	Erklärung
Emissionen					
CCHBC Österreich gesamt	Emissionen Scope 1 & 2	CO ₂ e Emissionen Scope 1 & 2 absolut senken	CO ₂ e Emissionen Scope 1 & 2 von 7.012 Tonnen CO ₂ auf 6.427 Tonnen CO ₂ senken	✓	Die Emissionen betragen 6.202 Tonnen. Das Ziel wurde erreicht.
Projekte					
CCHBC Österreich gesamt	Reduktion von Scope 1 Emissionen	Projekt Grüne Flotte	Austausch von Fahrzeugen der eigenen Flotte (Poolcar, Management-Autos, Sales Autos) auf alternative Antriebe (hauptsächlich E-Fahrzeuge); Projekt bis 2030, durchschnittliche Einsparung pro Jahr ca. 70 Tonnen CO ₂ ; Austausch von 60 Fahrzeugen ist geplant	✓	Ende 2025 betrug der Anteil der grünen Flotte 53 %.
gesamter Betrieb Edelstal	Reduktion von Scope 1 Emissionen	Leckagensuchgerät	Handgerät zur Leckagensuche mit CO ₂ -Sensor und mit Kältemittel-Sensor (fluorierte Gase)	→	Laufender Einsatz des Leckagensuchgerätes zur Identifizierung von CO ₂ -Leckagen. Die Kältemittel-Sensor-Funktion wurde bisher nur 2 Mal eingesetzt.
gesamter Betrieb Edelstal	Reduktion von Scope 1 Emissionen	CO ₂ -Verlust Reduktion	Strukturierte Analyse und Optimierung von CO ₂ -Verbräuchen im Produktionsprozess	✓	Es gab zahlreiche Findings, die sich auch merkbar auf den CO ₂ -Yield ausgewirkt haben (z.B. Füllventile A5, CO ₂ -Spannungsregler A3 und A1, etc.).
CCHBC Österreich gesamt	Emissionen Scope 3	CO ₂ e Emissionen Scope 3 absolut senken	CO ₂ e Emissionen Scope 3 von 76.286 Tonnen CO ₂ : Niveau unterschreiten oder halten	✓	Die Emissionen betragen 70.891 Tonnen. Das Ziel wurde erreicht.
Projekte					
CCHBC Österreich gesamt	Reduktion von Scope 3 Emissionen	Verbesserte Datentransparenz der CO ₂ -Emissionen aus dem Rohmaterialbezug	Lieferantenspezifische Emissionsfaktoren für Preform-Lieferanten ermöglichen eine genauere Quantifizierung der CO ₂ -Emissionen. Die bisher verwendeten allgemeinen Faktoren des GHG-Protokolls sind durch ihre allgemeine Anwendung in der Regel höher	✓	Der durch die Studie bestätigte Faktor wird ab 2026 für die Berechnung der CO ₂ Emissionen verwendet.
CCHBC Österreich gesamt	Reduktion von Scope 3 Emissionen	Leightweighting Alu-Dosen	Alu-Dosen Gewichtsreduktion um 0,3 g/Dose bzw. Einsparung von gesamt 440 Tonnnen Aluminium und 478 Tonnen CO ₂ pro Jahr	✓	Das Projekt wurde wie geplant umgesetzt.
CCHBC Österreich gesamt	Reduktion von Scope 3 Emissionen	Austausch durch energieeffizientere Kühlgeräte	Austausch von defekten Geräten bei bestehenden Kund:innen bzw. Lieferung von neuen Geräten für Neukund:innen ausschließlich mit energieeffizienten Modellen	✓	Der Anteil an energieeffizienten Geräten im Markt beträgt mit Jahresende 68,64% (Ziel: 68,94%) Die Gesamtstückzahl der Geräte im Markt beträgt 35.380.

Umweltprogramm 2026

Bereich	Aspekt	Thema	Maßnahme	Status	Erklärung
Energie					
gesamter Betrieb Edelstal	Ressourcenverbrauch Energie	Energieverbrauch pro Liter erzeugtes Getränk senken	Mit Energieeffizienz erhöhenden Maßnahmen einen Energieverbrauch von max. 0,29 MJ/lbp erreichen. Auch wassereinsparende Maßnahmen verbessern die Energieeffizienz.	Q1–Q4	Environment Manager, Plant Manager
Projekte					
gesamter Betrieb Edelstal	Ressourcenverbrauch Energie/Strom	Upgrade Abwasserneutralisationsanlage	Außerbetriebnahme von 3 Reaktionstanks mit jeweils einer 15 kW Zirkulationspumpe; Ersatz durch Rohrreaktor. Voraussichtliche Einsparung von 30 MWh	Q1	Plant Manager
Produktion	Ressourcenverbrauch Energie/Strom	Ersatz von 2 Aktivkohlefiltern durch einen neuen in der Wasseraufbereitung (danach insgesamt 6 AKF)	Reduktion der Dampfsterilisationsintervalle. Einsparung derzeit nicht quantifizierbar. Daten werden erst gesammelt	Q2	Engineering
Produktion	Ressourcenverbrauch Energie/Gas	Dynamisches Heißwasser-Lastmanagement	Die Heißwasserbereitstellung der CiP-Anlagen, Kurzzeiterhitzer A3 und der Flaschenwaschmaschinen A4 und A5 wird bedarfsabhängig geregelt. Einsparung derzeit nicht quantifizierbar	Q4	Engineering
Produktion	Ressourcenverbrauch Energie/Strom	Programm „Leakage Hunter“	Mit einem eigens dafür angeschafften Detektor werden etwaige Druckluft- und Prozessgas-Leckagen monatlich während geplanter Rundgänge identifiziert, gemeldet und vom Instandhaltungsteam beseitigt	laufend	QSE Governance Specialist; Production Specialist
Produktion	Ressourcenverbrauch Energie/Strom	Rückgewinnung Druckluft	Rückgewinnung der HD-Luft aus der PET-Flaschenblasanlage und Einspeisung in das ND-Luftsystem bei der Anlage A3. Einsparung derzeit nicht quantifizierbar	Q1	Maintenance
Produktion	Ressourcenverbrauch Energie/Strom	Neue zentrale ND-Luftkompressorsteuerung	Optimierte Lastverteilung auf die einzelnen ND-Luftkompressoren. Einsparung derzeit nicht quantifizierbar	Q2	Maintenance
Produktion	Ressourcenverbrauch Energie/Gas	Austausch der CiP-Wärmetauscher	Einsparung von Wärmeenergie durch Austausch der Wärmetauscher bei SSD-Cip- und NMW-CiP Anlage gegen effizientere. Insgesamt 6 Stück. Einsparung derzeit nicht quantifizierbar	Q2	Engineering

Umweltprogramm 2026 Fortsetzung

Bereich	Aspekt	Thema	Maßnahme	Status	Erklärung
Wasser					
gesamter Betrieb Edelstal	Ressourcenverbrauch Wasser	Wasserverbrauch pro Liter erzeugtes Getränk senken	Mit Wassereffizienz erhöhenden Maßnahmen bzw. Maßnahmen, die etwaige Verschwendung reduzieren, den Wasserverbrauch auf 1,59 l/lbp senken	Q1–Q4	Environment Manager, Plant Manager
Projekte					
Produktion	Ressourcenverbrauch Wasser	Optimierung Wasseraufbereitung	Zirkulation des bereits aufbereiteten Wassers zwischen Prozess-/Produktwasserverteiler und Reaktionstanks bei längeren Betriebsstillständen statt der Drainage in den Kanal	Q4	Environment Manager, Plant Manager
Produktion	Ressourcenverbrauch Wasser	Ersatz von 2 Aktivkohlefiltern durch einen neuen in der Wasseraufbereitung (danach insgesamt 6 AKF)	Reduktion der Dampfsterilisationsintervalle. Einsparung derzeit nicht quantifizierbar. Daten werden erst gesammelt	Q2	Engineering
Produktion	Ressourcenverbrauch Wasser	Machbarkeitsstudie Cold CiP	Test einer CiP-Chemikalie, die bei niedrigeren Wassertemperaturen angewandt werden kann. Dadurch wird weniger Wasser in den Kanal drainagiert, da kein hohes Temperaturniveau erreicht werden muss	Q2	QSE Plant
gesamter Betrieb Edelstal	Ressourcenverbrauch Wasser	verhaltens- und prozessbasierte Maßnahmen zur Senkung des Wasserverbrauchs	Laufende Evaluierung von Einsparungspotentialen unter Einbezug der Monitoringdaten. Beispiele: Wassermengen bei Reinigungsschritten reduzieren, Undichtheiten beseitigen, etc.	laufend	Environment Manager

Umweltprogramm 2026 Fortsetzung

Bereich	Aspekt	Thema	Maßnahme	Status	Erklärung
Abfall					
gesamter Betrieb Edelstal	Abfallaufkommen	Abfallaufkommen pro Liter erzeugtes Getränk senken	Durch bewusstseinsfördernde Maßnahmen und Ressourcenschonung das Abfallaufkommen bei 7,68g/lbp eindämmen	Q1–Q4	Environment Manager, Plant Manager
Projekte					
gesamter Betrieb Edelstal	Abfallaufkommen	Machbarkeitsstudie Euro-Palette	Ein geringer Anteil der Rohmaterialien wird auf Einwegpaletten geliefert. Es soll untersucht werden, ob auch diese Lieferungen auf (Mehrweg-) Euro-Paletten umgestellt werden können	Q4	Environment Manager
gesamter Betrieb Edelstal	Abfallaufkommen	Sparsamer Umgang mit Ressourcen, Reduzierung d. Abfallaufkommens, Erhöhung des Recyclinganteils, Optimierung Energie- u. Wasserverbrauch	Verpflichtendes jährliches Training; vertiefende Schulungen mit Schwerpunkt auf Abfalltrennung und -vermeidung, um das Restmüllaufkommen weiter zu verringern. Ziel verpflichtende jährliche Schulung: 100% der Mitarbeitenden zusätzlich Tool-Box-Talk Abfalltrennung abgestimmt auf die Bereiche	Q3–Q4	Environment Manager
Produktion	Abfallaufkommen	Reduzierung des Produktausstoßes	Ausstoß an der Linie durch Prozessverbesserung verringern. Ziel ist eine annähernd 100% Sirup-Ausbeute	Q3	Plant Manager

Umweltprogramm 2026 Fortsetzung

Bereich	Aspekt	Thema	Maßnahme	Status	Erklärung
Emissionen					
CCHBC Österreich gesamt	Emissionen Scope 1 & 2	CO ₂ e Emissionen Scope 1 & 2 absolut senken	CO ₂ e Emissionen Scope 1 & 2 von 6.202 Tonnen CO ₂ auf 5.790 Tonnen CO ₂ senken	Q1–Q4	Environment Manager, Country QSE Manager
Projekte					
CCHBC Österreich gesamt	Reduktion von Scope 1 Emissionen	Projekt Grüne Flotte	Austausch von Fahrzeugen der eigenen Flotte (Poolcar, Management-Autos, Sales Autos) auf E-Fahrzeuge; Projekt bis 2030, durchschnittliche Einsparung pro Jahr ca. 70 Tonnen CO ₂ ; 2026 ist der Austausch von 64 Fahrzeugen geplant	laufend	Distribution & Fleet Manager
Produktion	Reduktion von Scope 1 Emissionen	Dynamisches Heißwasser-Lastmanagement – Senkung Gasverbrauch	Die Heißwasserbereitstellung der CiP-Anlagen, Kurzzeiterhitzer A3 und der Flaschenwaschmaschinen A4 und A5 wird bedarfsabhängig geregelt. Dadurch soll es zu einem geringeren Gasverbrauch kommen. CO ₂ -Einsparung derzeit nicht quantifizierbar	Q4	Engineering
gesamter Betrieb Edelstal	Reduktion von Scope 1 Emissionen	Dekarbonisierung der Abwasserbehandlung	Umstieg von CO ₂ auf HCl bei der Abwasserneutralisation, CO ₂ -Einsparung derzeit nicht quantifizierbar	Q1	QSE Plant
Produktion	Reduktion von Scope 1 Emissionen	Optimierung im Abfüllprozess	A1 Dosenlinie CO ₂ Prozessgas durch Stickstoff ersetzen, CO ₂ -Einsparung derzeit nicht quantifizierbar	Q1	QSE Plant

Umweltprogramm 2026 Fortsetzung

Bereich	Aspekt	Thema	Maßnahme	Status	Erklärung
Emissionen					
CCHBC Österreich gesamt	Emissionen Scope 3	CO ₂ e Emissionen Scope 3 absolut senken	CO ₂ e Emissionen Scope 3 von 70.891 Tonnen CO ₂ : Niveau 69.544 unterschreiten oder halten	Q1–Q4	Environment Manager, Country QSE Manager
Projekte					
CCHBC Österreich gesamt	Genauere Quantifizierung der Scope 3 CO ₂ -Emissionen	Lieferantenspezifische Emissionsfaktoren für rPET-Preformen	Durch Verwendung eines verifizierten lieferantenspezifischen Emissionsfaktors können im Vergleich zu vorher verwendeten global definierten Faktoren die Scope 3-Emissionen für Verpackungen genauer quantifiziert werden	Q1	Group Environment
CCHBC Österreich gesamt	Reduktion von Scope 3 Emissionen	Einführung eines Rezyklatsanteils bei Sekundärverpackung	Einführung von Schrumpffolien mit Rezyklatanteil abhängig von Praxistests	Q3	Plant Management
CCHBC Österreich gesamt	Genauere Quantifizierung der Scope 3 CO ₂ -Emissionen	Aktualisierte Emissionsfaktoren für den Österreichischen Energiemix	Verbesserung des Österreichischen Energiemix-Emissionsfaktors, der für die Emissionen durch den Stromverbrauch der Getränkekühler im Markt angewandt wird	Q1	Group Environment
CCHBC Österreich gesamt	Reduktion von Scope 3 Emissionen	3rd Party Fleet – HVO Nutzungsgrad	HVO (Hydrotreated Vegetable Oil) Nutzung wird von 44% auf > 50% der nationalen Distributionskilometer ausgeweitet. CO ₂ -Einsparung derzeit nicht quantifizierbar	Q3	Distribution & Fleet Manager
CCHBC Österreich gesamt	Reduktion von Scope 3 Emissionen	Erhöhung der E-Truck Nutzung	zusätzliche Einführung eines Round-trips beim vorhandenen E-Truck (Partner Projektes) von 500 km/Tag	Q1	Distribution & Fleet Manager
CCHBC Österreich gesamt	Reduktion von Scope 3 Emissionen	Austausch durch energieeffizientere Kühlgeräte	Austausch von defekten Geräten bei bestehenden Kund:innen bzw. Lieferung von neuen Geräten für Neukund:innen ausschließlich mit energieeffizienten Modellen (Ziel ca. 4% pro Jahr)	laufend	Drink Equipment Operations Manager

Unsere Umweltkennzahlen im Überblick

Die meisten unserer Bemühungen im Umweltbereich schlagen sich auch in den Zahlen nieder. Sie werden jährlich konzernintern übermittelt und wurden auch zur Erstellung des Annual Integrated Report von Coca-Cola HBC verwendet. Sie entstammen Inventur und Ablesedaten. Die Umweltkennzahlen werden mehrfach durch interne und externe Audits überprüft. Zusammenfassend hier alle Umweltkennzahlen unseres Abfüllwerks in Edelstal auf einen Blick.

	Einheit	2023	2024	2025	Kommentar 2025
Produktion					
Getränkeproduktion gesamt	1.000 Liter	486.262,94	492.880,33	449.525,85	
Mehrweganteil	Prozent	13,80	16,21	19,34	Mit der im Jahr 2023 neu installierten Produktionslinie, die auch Limonaden in der Mehrwegglasflasche für zuhause und unterwegs produziert, konnten wir den Mehrweganteil in den letzten Jahren deutlich steigern.
Materialeinsatz					
Zutaten					
Rübenzucker	Tonnen	27.781,89	26.142,52	23.269,24	
Andere Süßungsmittel	Tonnen	2.692,83	1.684,99	1.739,50	
Konzentrate und Fruchtsaftkonzentrate	Tonnen	3.817,27	3.842,03	3.304,07	
Kohlensäure für Getränke und als Hilfsstoff	Tonnen	5.503,70	5.893,68	5.298,24	
Stickstoff Getränk und als Hilfsstoff	Tonnen	198,43	91,26	86,10	Stickstoff wird als Getränkebestandteil in stillem Mineralwasser und als Edelgasgemisch im Abfüllprozess verwendet.
Verpackung und Hilfsstoffe					
PET (Flaschenrohlinge)	Tonnen	8.821,09	8.630,86	7.872,80	
PE (Verschlüsse)	Tonnen	729,62	724,38	647,13	
PE (Etiketten, Folien)	Tonnen	1.206,55	1.090,25	959,41	
Glas (-flaschen)	Tonnen	10.602,75	2.256,40	2.654,22	2023: Einkauf neuer Flaschen für RGB 1 Liter und 0,4 Liter (Coke Regular/Zero, Fanta, Sprite)
Aluminium (Dosen und Verschlüsse)	Tonnen	3.926,62	3.935,40	3.031,45	
Stahl (Kronenkorken)	Tonnen	113,06	150,69	161,60	

Unsere Umweltkennzahlen im Überblick Fortsetzung

	Einheit	2023	2024	2025	Kommentar 2025
Papier (Etiketten)	Tonnen	117,93	225,63	238,77	
Karton	Tonnen	2.432,61	2.507,53	2.065,96	
Holz (Mehrwegpaletten)	Tonnen	2.124,90	85,12	–	Mehrwegpaletten mit Schäden werden grundsätzlich repariert und wiederverwendet; 2023 gab es hohes Exportaufkommen (Contingency), weshalb Europaletten zugekauft werden mussten, die nicht mehr retour geliefert werden.
Chemikalien	Tonnen	1.172,38	1.109,52	1.166,79	
Recyclinganteil der Materialien					
PET (Preformen)	Prozent	97,00	99,83	100,00	
Glas (-flaschen)	Prozent	55,00	48,46	53,79	
Aluminium (Verschlüsse und Dosen)	Prozent	50,00	56,10	70,90	
Materialeinsatz-Kennzahl		146,51	118,43	116,78	
Energie					
Anteil erneuerbarer Energie am Gesamt-Energieverbrauch (Strom und Gas)	Prozent	58,00	59,19	61,00	
Strom					
Strom Abfüllwerk	Gigajoule	82.987,20	86.812,61	83.694,67	
davon Strom aus eigener PV-Produktion			6.708,16	10.103,85	Zusätzlich wurden 2025 ca. 424 GJ der produzierten Strommenge als Überschuss in das öffentliche Stromnetz geleitet.
Strommix Erneuerbare Energien					
Wasserkraft	Prozent	100,00	92,00	88,00	
Wind- und Solarenergie	Prozent	0	8,00	12,00	Eigene PV Produktion
Biomasse	Prozent	0	0	0	
Biogas	Prozent	0	0	0	
Andere erneuerbare Energien	Prozent	0	0	0	
Gesamt	Prozent	100,00	100,00	100,00	

Unsere Umweltkennzahlen im Überblick Fortsetzung

	Einheit	2023	2024	2025	Kommentar 2025
Erdgas					
Erdgas Abfüllwerk	Gigajoule	60.156,09	59.845,37	54.609,93	Durch Prozessoptimierungen und die schrittweise Elektrifizierung von Prozessen mit Wärmebedarf konnte der Erdgasverbrauch in den vergangenen Jahren kontinuierlich reduziert werden.
Energieverbrauchs-Kennzahl	MJ/lbp	0,29	0,30	0,31	
Wasser					
Bezogenes Wasser gesamt	1.000 Liter	764.170,75	780.998,23	721.605,55	
Durch die Wasserentnahme beeinträchtigte Quelle		–	–	–	
Wasser-Recycling und Wiederverwendung im Abfüllwerk gesamt	1.000 Liter	38.911,00	37.080,00	42.064,00	
Anteil des recycleten und wiederverwendeten Wassers am Wasserverbrauch	Prozent	5,09	4,75	5,83	
Wasserverbrauchs-Kennzahl Abfüllwerk	l/lbp	1,57	1,58	1,61	
Abwässer					
Schmutzwasser-Ableitung					
Abwassermenge zu kommunalen Kläranlagen	1.000 Liter	294.632,00	313.400,00	309.243,00	
Beeinträchtigte Wasserschutzgebiete		–	–	–	
Austritt von Chemikalien, Öl, Treibstoff		–	–	–	

Unsere Umweltkennzahlen im Überblick Fortsetzung

	Einheit	2023	2024	2025	Kommentar 2025
Emissionen					
Direkte Treibhausgasemissionen des Unternehmens (Scope 1)	Tonnen CO ₂ -Emission	6.845,66	7.029,43	6.201,80	
CO ₂ -Emissionen aus thermischer Energie – Abfüllwerk	Tonnen CO ₂ -Emission	3.040,27	3.024,57	2.759,97	
CO ₂ -Emissionen aus thermischer Energie – Niederlassungen	Tonnen CO ₂ -Emission	12,71	15,37	12,87	
CO ₂ -Emissionen aus Treibstoffen von Firmenfahrzeugen	Tonnen CO ₂ -Emission	1.425,92	1.236,02	998,15	
CO ₂ -Emissionen von CO ₂ -Verlusten (CO ₂ -Verbrauch bei Abfüllung als Prozessgas)	Tonnen CO ₂ -Emission	2.269,58	2.675,53	2.399,09	
CO ₂ -Emissionen von Kühlmittelverlusten der Getränkekühler im Einzelhandel	Tonnen CO ₂ -Emission	97,18	77,94	31,72	Hauptgrund für den sinkenden Trend ist die Reduktion der Kühlmittelverluste von 2% auf 1%. Außerdem spielt der Umstieg bei Kühlmitteln von HFC auf HC eine Rolle.
Indirekte Treibhausgasemissionen durch Strombezug des Unternehmens (Scope 2)	Tonnen CO ₂ -Emission	0,00	0,00	0,00	
Andere relevante Treibhausgasemissionen (Scope 3)	Tonnen CO ₂ -Emission	97.136,59	83.415,42	70.891,07	Im Jahr 2025 wurde die CO ₂ -Bilanz in Scope 3 um vier neue Kategorien erweitert. Die Werte der Vorjahre wurden rückwirkend ab 2019 neu berechnet und um diese Kategorien erweitert.
CO ₂ -Emissionen Speditionen (Scope 3)	Tonnen CO ₂ -Emission	3.490,57	3.670,87	3.860,14	
CO ₂ -Emissionen aus der Herstellung von Rübenzucker, anderen Süßungsmitteln und Fruchtsaftkonzentraten	Tonnen CO ₂ -Emission	13.421,36	12.895,92	12.534,87	
CO ₂ -Emissionen durch Kohlensäuregehalt der Produkte	Tonnen CO ₂ -Emission	3.234,13	3.218,15	2.899,15	
CO ₂ -Emissionen aus der Herstellung von Verpackungsmaterial	Tonnen CO ₂ -Emission	48.311,18	37.948,40	27.910,30	Durch die starke Erhöhung des Rezyklatanteils bei Aluminium hat sich das Gesamtergebnis im Verpackungsbereich merklich verbessert.
CO ₂ -Emissionen Strombezug der Getränkekühler im Einzelhandel	Tonnen CO ₂ -Emission	7.105,96	6.283,21	5.799,62	

Unsere Umweltkennzahlen im Überblick Fortsetzung

	Einheit	2023	2024	2025	Kommentar 2025
CO ₂ -Emissionen aus thermischer Energie von gemieteten Niederlassungen	Tonnen CO ₂ -Emission	97,91	96,37	99,14	
CO ₂ -Emissionen aus Strombezug von gemieteten Niederlassungen (basierend auf österreichischem Energiemix)	Tonnen CO ₂ -Emission	55,33	37,13	38,81	Neue Kategorie in der CO ₂ Bilanz
Vorgelagerte CO ₂ -Emissionen aus Treibstoff- und thermischen Energieverbräuchen (nicht in Scope 1 oder Scope 2 enthalten)	Tonnen CO ₂ -Emission	2.014,65	1.976,70	1.796,26	Neue Kategorie in der CO ₂ Bilanz
CO ₂ -Emissionen auf Forst-, Land- und Agrarwirtschaft (FLAG Emissionen)	Tonnen CO ₂ -Emission	12.350,82	10.947,38	10.221,79	Neue Kategorie in der CO ₂ Bilanz Diese Kategorie enthält CO ₂ -Emissionen, die durch den Anbau von Holz für Kartonagen, Rübenzucker und anderen Süßungsmitteln, sowie Früchten zur Herstellung von Fruchtsaftkonzentraten entstehen.
CO ₂ -Emissionen aus der Entsorgung (EoL) von verkauften Produkten	Tonnen CO ₂ -Emission	7.054,69	6.341,30	5.730,99	Neue Kategorie in der CO ₂ Bilanz
CO₂-Emissionen Kennzahl (Scope 1 + 2 + 3)	g/lbp	190,80	169,00	171,50	

Abfall

Abfallaufkommen

Abfall gesamt Abfüllwerk	Tonnen	4.910,40	11.038,28	8.047,84	Die Aufarbeitung des Rückrufs in Q4 2024 bedingte auch 2025 noch ein enormes Abfallaufkommen. Ohne Rückruf wäre das Abfallaufkommen im Jahr 2025 bei 5.281 Tonnen gelegen (2024 bei ca. 6.000 Tonnen).
Thermisch verwertbare ungefährliche Abfälle Abfüllwerk	Tonnen	300,41	308,00	269,44	
Recyclierbare ungefährliche Abfälle Abfüllwerk	Tonnen	4.499,23	10.476,00	7.675,38	
Gefährliche Abfälle Abfüllwerk					
Gefährliche Abfälle Abfüllwerk und Entsorgung Kühler aus den Märkten	Tonnen	87,83	302,58	300,17	Inkludiert ca. 197 Tonnen Entsorgung von Kühlern aus den Märkten (2024: ca. 283 Tonnen)
Abfall-Kennzahl Abfüllwerk	g/lbp	10,10	22,40	17,90	Die Aufarbeitung des Rückrufs in Q4 2024 bedingte auch 2025 noch ein enormes Abfallaufkommen. Ohne Rückruf wäre die Abfall-Kennzahl im Jahr 2025 bei ca 11,75g/lbp gelegen (2024 bei ca. 12g/lbp).

Unsere Umweltkennzahlen im Überblick Fortsetzung

	Einheit	2023	2024	2025	Kommentar 2025
Transport					
Anzahl Liefer- und Frachtfahrzeuge	Anzahl	28	25	23	
Anzahl Vertriebs- und Management-Fahrzeuge	Anzahl	268	280	275	
Davon Fahrzeuge der „Grünen Flotte“	Anzahl	77	90	159	
Treibstoffverbrauch Fahrzeugflotte (Diesel)	1.000 Liter	490,83	412,59	307,53	
Treibstoffverbrauch Fahrzeugflotte (Hybrid-Benzin)	1.000 Liter		7,58	–	
Stromverbrauch Fahrzeugflotte	mW		396,90	885,42	
Kilometerleistung Fahrzeugflotte	1.000 km	7.900,46	8.031,22	8.293,27	
Diesel	1.000 km		5.887,04	4.232,44	
Hybrid-Benzin	1.000 km		135,85	–	
E-Auto	1.000 km		2.008,34	4.060,83	
Kilometerleistung Frächter	1.000 km	8.247,85	8.970,58	7.933,54	
Biodiversität					
Fläche Abfüllwerk und umliegender Grundstücksbesitz	m ²	355.160,00	355.160,00	355.160,00	
Davon versiegelte Fläche	m ²	140.225,00	140.225,00	145.817,00	Ein weiteres Leergutlager und Regenwasserrückhaltebecken wurden 2025 errichtet.
Davon naturnahe Fläche	m ²	214.935,00	214.935,00	209.343,00	

Unsere Umweltkennzahlen im Überblick Fortsetzung

	Einheit	2023	2024	2025	Kommentar 2025
Kernindikatoren					
Energie					
Energieverbrauchs-Kennzahl Abfüllwerk	MJ/lbp	0,29	0,30	0,31	
Anteil erneuerbarer Energie	Prozent	57,96	59,19	61,00	
Emissionen					
CO ₂ -Emission Kennzahl (Scope 1 + 2 + 3)	g/lbp	190,80	169,00	171,50	
Stickstoff	g/lbp	198,43 t	91,26 t	86,10 t	
Rohstoffe					
Zutaten-Kennzahl	g/lbp	82,25	76,40	74,96	
Verpackung-Kennzahl	g/lbp	61,85	39,78	39,22	
Hilfs- und Betriebsstoffe-Kennzahl	g/lbp	2,41	2,25	2,60	
Gesamt Materialeinsatz-Kennzahl	g/lbp	146,51	118,43	116,78	
Wasser					
Wasserverbrauchs-Kennzahl Abfüllwerk	l/lbp	1,57	1,58	1,61	
Abfall					
Abfall-Kennzahl Abfüllwerk	g/lbp	10,10	22,40	17,90	
Anteil recyclebarer Abfälle	Prozent	91,63	94,91	95,37	
Anteil gefährlicher Abfälle	Prozent	1,79	2,74	3,73	
Biodiversität					
Versiegelte Fläche	m ²	214.935,00	214.935,00	209.343,00	

ABC Analyse laut *EMAS-Verordnung*

Bei diesem Bewertungsschema werden unsere Umwelteinflüsse anhand von festgesetzten Kriterien evaluiert und mit A, B oder C bewertet. Aspekte mit großem Einfluss auf die Umwelt werden mit A bewertet, mittlere Einflüsse mit B und Aspekte mit geringen Umwelteinflüssen mit C.

	A	B	C
Rahmenbedingungen			
Gesetzgebung	Nicht konform mit Gesetzgebung, nicht konform mit internen Vorgaben, Überschreiten von Grenzwerten	Teilweise nicht konform mit Gesetzgebung, tlw. nicht konform mit internen Vorgaben, zw. 70 und 100% der Grenzwerte werden eingehalten, Verschärfung der Gesetzgebung absehbar	Konform mit Gesetzgebung, konform mit internen Vorgaben, keine Verschärfung der Gesetzgebung absehbar
Öffentlichkeit	Großer Druck der Öffentlichkeit, hohe Anzahl an Beschwerden	Geringer Druck der Öffentlichkeit, geringe Anzahl an Beschwerden	Kein Druck der Öffentlichkeit oder keine Beschwerden
Lokale Gesichtspunkte und Nachbarschaftsschutz	Erhebliche Emissionen, die auf ökologisch empfindliche Region (Umweltschutzgebiet) oder Wohngegend wirken	Wahrnehmbare Emissionen, die auf ökologisch empfindliche Region (Umweltschutzgebiet) oder Wohngegend wirken	Geringe Emissionen, die auf ökologisch empfindliche Region (Umweltschutzgebiet) oder Wohngegend wirken
Direkte Umwelteinflüsse			
Abfall	Große Mengen an gefährlichem Abfall und haushaltsähnlichem Gewerbeabfall, stark steigender Abfall/lbp, keine Abfalltrennung möglich	Geringe Mengen an gefährlichen Abfällen, mittlere Mengen an haushaltsähnlichem Gewerbeabfall, leicht steigender bis stagnierender Abfall/lbp, Abfalltrennung, Fehlwurf wird korrigiert	Geringe Mengen an gefährlichen und haushaltsähnlichem Gewerbeabfall, stagnierender bis sinkender Abfall/lbp, kaum Fehlwurf
Emissionen in die Luft	Erhebliche Emissionen mit Auswirkungen auf Treibhaus-Effekt, Zerstörung der Ozonschicht, andere Umweltthemen (Sommersmog, Saurer Regen ...), Umweltgift oder gesundheitsschädigend, krebserregend	Wahrnehmbare Emissionen mit Auswirkungen auf Treibhaus-Effekt, Zerstörung der Ozonschicht, andere Umweltthemen (Sommersmog, Saurer Regen ...)	Keine Emissionen mit Auswirkungen auf Treibhaus-Effekt, Zerstörung der Ozonschicht, andere Umweltthemen (Sommersmog, Saurer Regen ...)
Emissionen in das Erdreich	Verunreinigtes Erdreich ohne Sanierungsplan, starke Bedrohung des Erdreichs oder des Grundwassers	Verunreinigtes Erdreich mit Sanierungsplan, geringe Bedrohung des Erdreichs oder des Grundwassers	Kein verunreinigtes Erdreich, keine Bedrohung des Erdreichs oder des Grundwassers
Wasserverbrauch	Stark steigender Wasserverbrauch/lbp	Leicht steigender bis stagnierender Wasserverbrauch/lbp	Stagnierender bis sinkender Wasserverbrauch/lbp
Abwasser	Häufige Überschreitungen der Grenzwerte gem. AbwasseremissionsVO und Indirekteinleitervertrag (z.B. CSB, BSB, P, N, pH-Wert, etc.), andere umweltrelevante Verschmutzungen (z.B. Öl)	Vereinzelte Überschreitungen der Grenzwerte gem. AbwasseremissionsVO und Indirekteinleitervertrag (z.B. CSB, BSB, P, N, pH-Wert, etc.), andere umweltrelevante Verschmutzungen (z.B. Öl)	Keine Überschreitungen der Grenzwerte gem. AbwasseremissionsVO und Indirekteinleitervertrag (z.B. CSB, BSB, P, N, pH-Wert, etc.), keine andere umweltrelevante Verschmutzungen (z.B. Öl)
Lärm	Überschreiten der Grenzwerte für Lärmbelastung für die Umgebung	Lärmbelastung für die Umgebung zwischen 70 und 100% der Grenzwerte	Lärmbelastung unter 70% des Grenzwertes

ABC Analyse laut EMAS-Verordnung Fortsetzung

	A	B	C
Geruch	Erhebliche Geruchsbelästigung für die Umgebung, Überschreitung der Grenzwerte	Wahrnehmbare Geruchsbelästigung für die Umgebung	Keine Geruchsbelästigung in der Umgebung
Verpackung	Große Mengen an nicht wiederbefüllbaren und nicht recycelbaren Verpackungen, kein Recyclinganteil bei Verpackungen	Mittlere Mengen an nicht wiederbefüllbaren oder recycelbaren Verpackungen, Recyclinganteil liegt bei unter 50%	Hauptsächliche Verwendung von wiederbefüllbaren und recycelbaren Verpackungen, nicht wiederbefüllbare bzw. recycelbare Verpackungen nur in geringen Mengen, Recyclinganteil liegt bei über 50%
Energieverbrauch	Einsatz nicht erneuerbarer Energien, stark steigender Energieverbrauch/lbp	Einsatz von erneuerbaren und nicht erneuerbaren Energien, leicht steigender bis stagnierender Energieverbrauch/lbp, kein Energie-Metering und Monitoring	Effizienter Einsatz von erneuerbaren Energien, stagnierender bis sinkender Energieverbrauch/lbp, Energie-Metering und Monitoring vorhanden
Gefahrenstoffe	Materialien mit folgender Kennzeichnung gelangen im Normalgebrauch in die Umwelt: T (giftig), T+ (sehr giftig), E (explosionsgefährlich), N (umweltgefährlich) Wassergefährdungsklasse 3; alle Zwischenfälle mit hohem Risiko für Mensch und Umwelt	Materialien mit folgender Kennzeichnung gelangen im Normalgebrauch in die Umwelt: C (ätzend), Xi (reizend), Xn (gesundheitsschädlich), F (leichtentzündlich), F+ (hochentzündlich); Wassergefährdungsklasse 1–2; alle Zwischenfälle mit geringem Risiko für Mensch und Umwelt	Es gelangen keine Gefahrstoffe unbehandelt in die Umwelt. Bei Zwischenfällen besteht keine Gefahr für Mensch und Umwelt

Indirekte Umwelteinflüsse

Beschaffung, Auftragsvergabe	dringender Handlungsbedarf	mittlerer Handlungsbedarf	wenig Handlungsbedarf
Transport, Verkehr	dringender Handlungsbedarf	mittlerer Handlungsbedarf	wenig Handlungsbedarf
Endverbraucher:innen	dringender Handlungsbedarf	mittlerer Handlungsbedarf	wenig Handlungsbedarf
Kund:innen	dringender Handlungsbedarf	mittlerer Handlungsbedarf	wenig Handlungsbedarf

Beurteilung
Coca-Cola HBC Österreich

Abkürzungen

BSB..... Biochemischer Sauerstoffbedarf

CSB..... Chemischer Sauerstoffbedarf

P Phosphor

N..... Stickstoff

Direkte und indirekte *Umweltaspekte* laut EMAS-Verordnung

Wir sind im Sinne unseres kontinuierlichen Verbesserungsprozesses darauf bedacht, unsere Umwelteinflüsse zu reduzieren. Dazu zählen unsere direkten aber auch indirekten Umwelteinflüsse, die sich in unseren Tätigkeitsbereichen ergeben. Mit Hilfe der Bewertung wird eine Prioritätenliste erstellt, welche Themen vorrangig in den Verbesserungsprozess einbezogen werden. Die Bewertung der Umwelteinflüsse erfolgt mittels einer ABC-Analyse.

Rahmenbedingungen

Gesetzgebung: Mit Unterstützung einer externen Beratungsfirma, die unser Rechtsregister betreut, stellen wir sicher, dass wir in allen Bereichen rechtskonform agieren. Durch Umbauten und Modernisierungen unseres Produktionswerkes kommen laufend neue gesetzliche Anforderungen hinzu.

Umweltrelevante rechtliche Vorgaben und deren Einhaltung werden regelmäßig bewertet.

Zu den wichtigsten Vorgaben, die die direkten und indirekten Umweltraspekte betreffen, zählen das AWG 2002, WRG 1959, AAEV und AEVs sowie Indirekteinleiterverordnung, BLRG, Chemikaliengesetz 1996: Verpackungsverordnung 2014, UIG, EEffG, Pfandverordnung für Einweggetränkerverpackungen u.v.m.

Öffentlichkeit: Coca-Cola HBC Österreich pflegt mit der Gemeinde Edelstal und den Bewohner:innen sowie Partner:innen sehr

gute Beziehungen. Dank der guten Basis werden Probleme umgehend angesprochen und es wird somit Beschwerden vorgebeugt.

Lokale Gesichtspunkte (Umweltbelastungen): Unser systematischer Umweltschutz stellt sicher, dass weder die Nachbarschaft noch die Region schädlichen Umweltbelastungen ausgesetzt werden. Schließlich sind auch die Quellen in unserer Umgebung unser größter Schatz.

Direkte Umweltraspekte

Abfall: Die Reduktion unseres Abfallaufkommens ist unser erklärtes Ziel. Vor allem die Restmüllmengen müssen sinken. Schulungen sollen Fehlwürfe vermeiden. Wertstoffe werden konsequent der Wiederverwertung zugeführt. PET-Flaschen und Dosen, die im Betrieb anfallen, werden vor Ort gepresst und direkt zum Recycling-Partner transportiert. 2024 gab es aufgrund eines Produktrückrufs erhöhte Abfallmengen.

Emissionen in die Luft: Gas und Strom sind unsere Energiequellen. Wir streben danach, unseren Gasverbrauch einerseits durch Effizienzmaßnahmen, andererseits durch die Elektrifizierung von Prozessen zu reduzieren. Unser Strom stammt zu 100% aus Quellen erneuerbarer Energie. Bei den Kältemaschinen werden fluorierte Kältemittel eingesetzt. Während des Produktionsprozesses kann CO₂ (Einsatz als Zutat und Prozessgas) in die Atmosphäre entweichen.

Emissionen in das Erdreich: Wir bewirtschaften unsere Quellen nachhaltig. Ihr Schutz vor Verunreinigung hat höchste Priorität und ist in all unseren Tätigkeitsbereichen festgeschrieben. Auf den von uns verpachteten landwirtschaftlichen Flächen ist die Verwendung jeglicher Pestizide, Herbizide, sowie von Düngemitteln strengstens verboten.



Wasserverbrauch: Wir arbeiten ständig daran, unseren Wasserverbrauch kontinuierlich zu senken und Wasser systematisch wiederzuverwenden.

Abwasser: Um Kontaminationen vorzubeugen, sind alle Bereiche, in denen wassergefährdende Stoffe verwendet werden, dicht ausgeführt. Das Oberflächenwasser des Außenbereichs wird über einen Ölabscheider und Bodenfilter in Rückhaltebecken abgeleitet. Das betriebliche Abwasser wird nach einer pH-Wert-Neutralisation und Grobsieben in das öffentliche Kanalnetz eingeleitet und in der Kläranlage des Abwasserverbands Großraum Bruck a. d. Leitha – Neusiedl am See gereinigt. Die entsprechenden Parameter und deren Grenzwerte werden sowohl intern als auch extern regelmäßig kontrolliert.

Lärm: Lärmbeeinträchtigung wird vor allem durch den LKW-Verkehr verursacht. Mehrere Maßnahmen trugen dazu bei, die Lärmbeeinträchtigung der Gemeinde Edelstal nachhaltig zu reduzieren. Zu- und Abfahrtswege der LKW wurden vor das Ortsgebiet verlegt. Die neuen Gebäude sind so angeordnet, dass sie den Ort vor Lärmmissionen weitgehend abschirmen.

Geruch: Es kommt zu keiner Geruchsbelästigung. Dennoch wollen wir diesen Punkt nicht aus den Augen verlieren, da er für die Lebensqualität in der Gemeinde erheblich ist.

Verpackung: Es hat höchste Priorität, den Ressourceneinsatz von Primär- und Sekundärverpackungen zu verringern. Durch kontinuierliche Gewichtsreduktionen und Erhöhung der Rezyklatanteile sowie den Einsatz und die Evaluierung von Verpackungsalternativen und verpackungsfreien Möglichkeiten verringern wir den Ressourcenverbrauch sukzessive.



Energieverbrauch: Unseren Energieverbrauch zu senken steht für den Betrieb an oberster Stelle. Das soll vor allem durch zahlreiche verhaltensbasierte Prozessänderungen und die Investition in effiziente Anlagen gelingen.

Gefahrenstoffe: Geeignete Arbeitsmittel sowie ein sicherer Umgang mit Arbeitsstoffen, der durch Trainings vermittelt wird, minimieren das Risiko für Zwischenfälle, die Schaden verursachen könnten.

Indirekte Umweltaspekte

Da die Bewertung der indirekten Umwelteinflüsse sehr schwierig ist, da diese nicht ausschließlich in unserem Handlungsspielraum liegen oder externe Daten nur schwer verfügbar sind, greifen wir auf eine Einschätzung des Handlungsbedarfs zurück. Indirekte Umweltaspekte mit wenig Handlungsbedarf (C) werden weiter auf Veränderungen und Einflussmöglichkeiten beobachtet. Für indirekte Umweltaspekte mit mittlerem Handlungsbe-

darf (B) werden strategische, längerfristige Maßnahmen festgelegt. Für indirekte Umweltaspekte mit dringendem Handlungsbedarf (A) werden kurzfristige Sofortmaßnahmen und strategische Maßnahmen zur langfristigen Beherrschung festgelegt.

Beschaffung, Auftragsvergabe: Wo möglich bevorzugen wir regionale Lieferant:innen. Wir stellen vertraglich sicher, dass allen umweltrelevanten gesetzlichen Vorgaben nachgekommen wird. Bei der internen Lieferantenbewertung wird auch das Vorhandensein von zertifizierten Qualitäts- und Umweltmanagementsystemen mitberücksichtigt. Wir fordern unsere Lieferant:innen auf, an Ecovadis, dem CSR-Bewertungstool, teilzunehmen.

Transport, Verkehr: Der Transport ist an Speditionen ausgelagert. Wir fordern vertraglich den Einsatz von umweltfreundlichen LKW. Dennoch ist es uns ein Anliegen, dass sich unsere Speditionspartner dahingehend kontinuierlich verbessern.

Endverbraucher:innen: Wir waren maßgeblich an der Einführung des Pfandsystems auf Einweggetränkeverpackungen beteiligt, um die richtige Sammlung zu fördern. Darüber hinaus informieren wir zu umweltrelevanten Themen und setzen uns mit verschiedenen Initiativen für Bewusstsein und Wissen rund um Sammlung und Recycling von Verpackungen ein.

Kund:innen: Wir unterstützen unsere Handelskund:innen dabei, Aktionen so zu planen, dass möglichst effizient produziert werden kann. Denn je größer eine Produktionscharge desselben Produktes, desto geringer ist der Prozesswasser- und Energiebedarf für die Reinigung. Wir versorgen unsere Kund:innen in der Gastronomie mit energieeffizienten Kühlgeräten und Schankanlagen, die primär mit HC und CO₂ betrieben werden. Alte Kühlgeräte und Schankanlagen werden aktiv von uns getauscht.

Abkürzungen

AWG Abfallwirtschaftsgesetz
WRG Wasserrechtsgesetz
AAEV Allgemeine Abwasseremissionsverordnung
AEV Abwasseremissionsverordnung
BLRG Bundesluftreinhaltegesetz
UIG Umweltinformationsgesetz
EEffG Energieeffizienzgesetz



GRI-Index

Der Nachhaltigkeitsbericht von Coca-Cola HBC Österreich wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards für den Berichtszeitraum 01.01.2025 bis 31.12.2025 erstellt. Dabei wurde der Standard GRI 1: Foundation 2021 angewendet. Es sind keine GRI Sektor Standards zutreffend.

GRI Standard	Angabe	Titel	Verweis
Allgemeine Angaben			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken		
	2-1	Organisationsprofil	S. 6– 8
	2-2	Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	S. 3; Der Bericht umfasst die Tätigkeiten der Coca-Cola HBC Austria GmbH.
	2-3	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	S. 3; Der Nachhaltigkeitsbericht wird jährlich erstellt.
	2-4	Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	Es wurden keine Richtigstellungen oder Neudarstellungen vorgenommen.
2-5	Externe Prüfung	S. 3	
Tätigkeiten und Mitarbeiter:innen			
2-6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	S. 7–9, 12	
2-7	Angestellte	S. 28; Beschäftigungszahlen beziehen sich auf den Standort Österreich. Die Aufschlüsselung nach Region ist für Coca-Cola HBC Österreich nicht anwendbar bzw. relevant.	
2-8	Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind	S. 28	
Governance (Unternehmensführung)			
2-9	Führungsstruktur und Zusammensetzung	S. 6; Zusätzliche Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.	
2-10	Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.	
2-11	Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.	
2-12	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.	

GRI-Index Fortsetzung

GRI Standard	Angabe	Titel	Verweis
	2-13	Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
	2-14	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
	2-15	Interessenkonflikte	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
	2-16	Übermittlung kritischer Anliegen	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
	2-17	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
	2-18	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
	2-19	Vergütungspolitik	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
	2-20	Verfahren zur Festlegung der Vergütung	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
	2-21	Verhältnis der Jahresgesamtvergütung	Auslassung: Die Information zum Verhältnis der Jahresgesamtvergütung ist für den Standort Österreich unvollständig/nicht verfügbar. Mehr Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
Strategie, Richtlinien und Praktiken			
	2-22	Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	S. 4
	2-23	Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	S. 13–15
	2-24	Einbeziehung politischer Verpflichtungen	S. 6, 13–15
	2-25	Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	S. 13–15, 18–19
	2-26	Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	S. 18–19
	2-27	Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	S. 16
	2-28	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	S. 19

GRI-Index Fortsetzung

GRI Standard	Angabe	Titel	Verweis
Einbindung von Stakeholdern			
	2-29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	S. 18–19
	2-30	Tarifverträge	Auslassung: Die Information zu Kollektivverträgen ist für den Standort Österreich unvollständig/nicht verfügbar. Mehr Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
Wesentliche Themen			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	S. 23, 78–79 (ABC-Analyse gemäß EMAS)
	3-2	Liste der wesentlichen Themen	S. 23
Wesentliche ökonomische Themen			
Marktpräsenz (Regionale Verantwortung)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 10–11, 40
GRI 202: Marktpräsenz 2016	202-1	Verhältnis des nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standardeintrittsgehalts zum lokalen gesetzlichen Mindestlohn	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
	202-2	Anteil der aus der lokalen Gemeinschaft angeworbenen oberen Führungskräfte	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
Beschaffungspraktiken (Nachhaltige Beschaffung & Menschenrechte)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 61
GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016	204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	S. 61

GRI-Index Fortsetzung

GRI Standard	Angabe	Titel	Verweis
Wesentliche ökologische Themen			
Biodiversität (Biodiversitätsschutz)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 52, 62–70 (Umweltprogramm), 78–79 (ABC-Analyse gemäß EMAS), 80–81 (Umweltaspekte gemäß EMAS)
GRI 101: Biodiversität 2024	101-1	Richtlinien zum Stoppen und Umkehren des Verlusts der Biodiversität	S. 52
	101-2	Management der Auswirkungen auf die Biodiversität	S. 52, 62–70 (Umweltprogramm)
	101-3	Zugang und Vorteilsausgleich	Diese Angabe ist für Coca-Cola HBC Österreich nicht relevant.
	101-4	Identifizierung der Auswirkungen auf die Biodiversität	S. 23, 52, 78–79 (ABC-Analyse gemäß EMAS)
	101-5	Standorte mit Auswirkungen auf die Biodiversität	S. 51; Es befinden sich keine Standorte in oder in der Nähe von Schutzgebieten.
	101-6	Direkte Triebkräfte für den Verlust der Biodiversität	Im Berichtszeitraum wurden keine Aktivitäten durchgeführt, die zu einer Veränderung der Landnutzung geführt haben. Meeresnutzung ist für Coca-Cola HBC Österreich nicht relevant.
	101-7	Veränderungen des Zustands der Biodiversität	Auslassung: Die Information ist im Rahmen des internen Umweltmanagementsystems nicht relevant.
	101-8	Ökosystemleistungen	Auslassung: Die Information ist im Rahmen des internen Umweltmanagementsystems nicht relevant.

GRI-Index Fortsetzung

GRI Standard	Angabe	Titel	Verweis
Klimawandel (Klimaschutz und Energie)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 45, 62–70 (Umweltprogramm), 78–79 (ABC-Analyse gemäß EMAS), 80–81 (Umweltaspekte gemäß EMAS)
GRI 102: Klimawandel 2025	102-1	Übergangsplan zur Abschwächung des Klimawandels	S. 6, 45, 48; Auslassung: Gesamtausgaben für die Umsetzung des Übergangsplans, da diese Information im Rahmen des internen Umweltmanagementsystems nicht relevant ist.
	102-2	Klimawandel-Anpassungsplan	Es ist kein Klimawandel-Anpassungsplan vorhanden.
	102-3	Gerechter Übergang	Keine Angestellten wurden aufgrund des Übergangsplans umgeschult oder entlassen.
	102-4	Reduktionsziele für THG-Emissionen und Fortschritt	S. 48
	102-5	Scope-1-THG-Emissionen	S. 46
	102-6	Scope-2-THG-Emissionen	S. 46
	102-7	Scope-3-THG-Emissionen	S. 46
	102-8	THG-Emissionsintensität	S. 46
	102-9	Entnahme von Treibhausgasen in der Wertschöpfungskette	Diese Angabe ist für Coca-Cola HBC Österreich nicht relevant.
	102-10	CO ₂ -Zertifikate	Diese Angabe ist für Coca-Cola HBC Österreich nicht relevant.
Energie (Klimaschutz und Energie)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 45, 62–70 (Umweltprogramm), 78–79 (ABC-Analyse gemäß EMAS), 80–81 (Umweltaspekte gemäß EMAS)
GRI 103: Energie 2025	103-1	Energiepolitik und Verpflichtungen	S. 45
	103-2	Energieverbrauch und Eigenerzeugung innerhalb der Organisation	S. 47
	103-3	Vor- und nachgelagerter Energieverbrauch	Auslassung: Die Information ist im Rahmen des internen Umweltmanagementsystems nicht relevant.
	103-4	Energieintensität	S. 45
	103-5	Verringerung des Energieverbrauchs	S. 72; Die Verringerung des Energieverbrauchs wird im Rahmen des Umweltmanagementsystems erfasst.

GRI-Index Fortsetzung

GRI Standard	Angabe	Titel	Verweis
Materialien (Kreislaufwirtschaft und Ressourcennutzung)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 56, 62–70 (Umweltprogramm), 78–79 (ABC-Analyse gemäß EMAS), 80–81 (Umweltaspekte gemäß EMAS)
GRI 301: Materialien 2016	301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	S. 56
	301-2	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	Auslassung: Die Information ist im Rahmen des internen Umweltmanagementsystems nicht relevant.
	301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	S. 56
Wasser und Abwasser (Nachhaltige Wassernutzung)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 50, 62–70 (Umweltprogramm), 78–79 (ABC-Analyse gemäß EMAS), 80–81 (Umweltaspekte gemäß EMAS)
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018	303-1	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	S. 49–50
	303-2	Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung	S. 49–50
	303-3	Wasserentnahme	S. 50
	303-4	Wasserrückführung	S. 50
	303-5	Wasserverbrauch	Auslassung: Die Information ist im Rahmen des internen Umweltmanagementsystems nicht relevant.
GRI 306: Abwasser und Abfall 2016	306-3	Erheblicher Austritt schädlicher Substanzen	S. 50; es wurde kein Austritt von Chemikalien, Öl und Treibstoffen gemessen.
Abfall (Kreislaufwirtschaft und Ressourcennutzung)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 56, 62–70 (Umweltprogramm), 78–79 (ABC-Analyse gemäß EMAS), 80–81 (Umweltaspekte gemäß EMAS)
GRI 306: Abfall 2020	306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	S. 56
	306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	S. 56
	306-3	Angefallener Abfall	S. 57
	306-4	Von Entsorgung umgeleiteter Abfall	S. 58
	306-5	Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall	S. 59

GRI-Index Fortsetzung

GRI Standard	Angabe	Titel	Verweis
Umweltbewertung der Lieferanten (Nachhaltige Beschaffung & Menschenrechte)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 61
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016	308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	Alle Lieferant:innen sind verpflichtet, einen Verhaltenskodex zu unterschreiben und die Supplier Guiding Principles der Coca-Cola HBC Gruppe zu erfüllen. Ab einem bestimmten Umsatzvolumen werden externe Audits und Zertifizierungen (EcoVadis) eingebunden. Zusätzliche Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
	308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
Wesentliche soziale Themen			
Beschäftigung (Mitarbeiterzufriedenheit & Gleichstellung)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 27
GRI 401: Beschäftigung 2016	401-1	Neue Angestellte und Angestelltenfluktuation	S. 29
	401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmer:innen oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	Auslassung: Alle Angestellten in Österreich erhalten die gesetzlich vorgeschriebenen Grundleistungen.
	401-3	Elternzeit	S. 29, Auslassung: Angestellte mit Anspruch auf Elternzeit, Angestellte, die innerhalb des Berichtszeitraums nach Beendigung der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind (und nach zwölf Monaten noch beschäftigt waren) und die Verbleibsrate, da die Information für Coca-Cola HBC Österreich nicht anwendbar bzw. relevant ist.

GRI-Index Fortsetzung

GRI Standard	Angabe	Titel	Verweis
Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz (Mitarbeiterzufriedenheit & Engagement)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 32–33
GRI 403: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018	403-1	Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	S. 32
	403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	S. 32–33
	403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	S. 32
	403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	S. 33
	403-5	Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	S. 32
	403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	S. 32
	403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	S. 32–33
	403-8	Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz abgedeckt sind	S. 32; Alle Mitarbeiter:innen sind von einem zertifizierten Managementsystem abgedeckt.
	403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	Auslassung: Im Berichtszeitraum wurden 5 meldepflichtige Betriebsunfälle erfasst (S. 29)
	403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen	Auslassung: Im Berichtszeitraum wurden 5 meldepflichtige Betriebsunfälle erfasst (S. 29)
Aus- und Weiterbildung (Mitarbeiterzufriedenheit & Gleichstellung)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 27
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestelltem	S. 29; Auslassung: Aufschlüsselung nach Angestelltenkategorie, da die Information für Coca-Cola HBC Österreich nicht anwendbar bzw. relevant ist.
	404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	S. 25, 27
	404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten	S. 29; Auslassung: Aufschlüsselung nach Geschlecht und Angestelltenkategorie, da die Information nicht relevant ist. Alle Angestellten erhalten regelmäßige Leistungsbeurteilungen.

GRI-Index Fortsetzung

GRI Standard	Angabe	Titel	Verweis
Diversität und Chancengleichheit (Mitarbeiterzufriedenheit & Gleichstellung)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 27
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016	405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	S. 28; Auslassung: Aufschlüsselung nach Angestelltenkategorie, da die Information für Coca-Cola HBC Österreich nicht anwendbar bzw. relevant ist. Zusätzliche Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
	405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	S. 29
Nichtdiskriminierung (Mitarbeiterzufriedenheit & Gleichstellung)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 27
GRI 406: Nichtdiskriminierung 2016	406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	S. 29; Die Bearbeitung und Einleitung von Abhilfemaßnahmen erfolgt gemäß der internen Richtlinie über den standardisierten Beschwerdemechanismus des Unternehmens.
Kinderarbeit (Nachhaltige Beschaffung & Menschenrechte)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 61
GRI 408: Kinderarbeit 2016	408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	Am Betriebsstandort Österreich und bei direkten Lieferanten von Coca-Cola Österreich besteht kein Risiko für Kinderarbeit. Zusätzliche Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
Zwangs- oder Pflichtarbeit (Nachhaltige Beschaffung & Menschenrechte)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 61
GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016	409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	Am Betriebsstandort Österreich und bei direkten Lieferanten von Coca-Cola Österreich besteht kein Risiko für Zwangs- oder Pflichtarbeit. Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.

GRI-Index Fortsetzung

GRI Standard	Angabe	Titel	Verweis
Lokale Gemeinschaften (Regionale Verantwortung)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 10–11, 40
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016	413-1	Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	S. 10–11; Am Betriebsstandort Edelstal werden die Gemeinde und Bewohner:innen regelmäßig informiert und eingebunden.
	413-2	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften	S. 40
Soziale Bewertung der Lieferanten (Nachhaltige Beschaffung & Menschenrechte)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 61
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016	414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	Alle Lieferant:innen sind verpflichtet einen Verhaltenskodex zu unterschreiben und die Supplier Guiding Principles der Coca-Cola HBC Gruppe zu erfüllen. Ab einem bestimmten Umsatzvolumen werden externe Audits und Zertifizierungen (EcoVadis) eingebunden. Zusätzliche Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
	414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Die Information ist dem GRI-Index des Integrated Annual Reports der Coca-Cola HBC Group 2025 zu entnehmen.
Kundengesundheit und -sicherheit (Produktqualität & Gesundheit der Konsument:innen)			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 36
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016	416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	Alle Produkte werden im Rahmen eines zertifizierten integrierten Managementsystems regelmäßig überprüft.
	416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	Es wurden keine Verstöße im Zusammenhang mit der Produktqualität im Berichtszeitraum festgestellt.

GRI-Index Fortsetzung

GRI Standard	Angabe	Titel	Verweis
		Marketing und Kennzeichnung (Verantwortungsvolles Marketing)	
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S. 38
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016	417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	S. 38; Die Kennzeichnung aller Produkte in Bezug auf Nährwerte und Entsorgung der Verpackung richtet sich nach gesetzlichen Vorgaben.
	417-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	Es wurden keine Verstöße im Zusammenhang mit der Produktkennzeichnung im Berichtszeitraum festgestellt.
	417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	Es wurden keine Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation im Berichtszeitraum festgestellt.

Zertifikate

ERKLÄRUNG DES UMWELTGUTACHTERS ZU DEN BEGUTACHTUNGS- UND VALIDIERUNGSTÄTIGKEITEN

RK-008/2026 - EMAS

Der unterzeichnende EMAS-Umwelteinzelgutachter **DI Dr. Rudolf KANZIAN** mit der **Registrierungsnummer AT-V-0021** zugelassen für den **Bereich 11.07 (NACE-Code)** bestätigt folgende Begutachtung

Coca-Cola HBC Austria GmbH

(AT-000059)

Clemens Holzmeister Straße 6,

1100 Wien

Die Organisation hat, wie in dem **Nachhaltigkeitsbericht 2025 inkl. EMAS-Umwelterklärung** angegeben, alle **Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009** des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 in der **Fassung der Verordnung EU 2017/1505 und 2018/2026 über die freiwillige Teilnahme von Organisationen in einem Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung (EMAS) erfüllt.**

Mit der Unterzeichnung dieser Erklärung wird bestätigt, dass

- die Begutachtung und Validierung in voller Übereinstimmung mit den Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009, 2017/1505 und 2018/2026 durchgeführt wurden,
- das Ergebnis der Begutachtung und Validierung bestätigt, dass keine Belege für die Nichteinhaltung der geltenden Umweltvorschriften vorliegen,
- die Daten und Angaben der Umwelterklärung der Organisation ein verlässliches, glaubhaftes und wahrheitsgetreues Bild sämtlicher Tätigkeiten der Organisation innerhalb des in der Umwelterklärung angegebenen Bereichs geben.

Diese Erklärung kann nicht mit einer EMAS-Registrierung gleichgesetzt werden. Die EMAS-Registrierung kann nur durch eine zuständige Stelle gemäß der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 erfolgen. Diese Erklärung darf nicht als eigenständige Grundlage für die Unterrichtung der Öffentlichkeit verwendet werden.



DI Dr. Rudolf Kanzian
Feldkirchen, 21. Juni 2026

DI Dr. Rudolf Kanzian - EMAS-Umwelteinzelgutachter
Hoferweg 24, 9560 Feldkirchen



Unabhängiger Bestätigungsbericht zum Nachhaltigkeitsbericht 2025

Auftragsgegenstand

Die Kanzian Engineering & Consulting GmbH (weiter KEC) wurde von der Coca-Cola HBC Austria GmbH (nachfolgend als Unternehmen bezeichnet) beauftragt, zusätzlich zur

- Validierung des Umweltmanagementsystems gemäß der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 vom 25. November 2009 in der Fassung der Verordnung EU 2017/1505 und 2018/2026 über die freiwillige Teilnahme von Organisationen in einem Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung (weiter kurz EMAS)
- eine unabhängige Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts 2024 (nachfolgend als Bericht bezeichnet) in Übereinstimmung mit den GRI-Standards durchzuführen.

Der Prüfungsumfang beinhaltetete alle im Bericht enthaltenen Daten und Unternehmensaktivitäten zum Thema Nachhaltigkeit.

Prüfungsumfang

Der Inhalt der Prüfung umfasste Art und Umfang der Umsetzung der GRI-Standards sowie der EMAS-Verordnung im Unternehmen und baute auf die Zertifizierung des Qualitäts- (ISO 9001), Umwelt- (ISO 14001) und Arbeitssicherheits-Managementsystems (ISO 45001), durchgeführt von der SGS Austria Controll-Co. Ges.m.b.H, auf.

Im Bericht wurden die im GRI-Index angeführten Verweise, jedoch nicht darüberhinausgehende weitere (Web)Hinweise geprüft. Die Prüfungshandlungen wurden gesetzt, um eine begrenzte Prüfsicherheit als Grundlage für die Beurteilung zu erlangen. Der Umfang der Prüfungshandlung zur Einholung von Prüfungsnachweisen ist geringer als jener für hinreichende Prüfsicherheit (wie beispielsweise bei einer Jahresabschlussprüfung), sodass ein geringerer Grad an Prüfsicherheit gegeben ist. Folgende Einschränkungen wurden vorgenommen:

- GRI-relevante Vorjahreszahlen aber auch zukunftsbezogene Angaben wurden nicht geprüft
- Zahlen, die aus externen Studien oder aus dem Konzernbericht entnommen wurden, wurden nicht geprüft, nur die korrekte Übernahme der relevanten Daten und Angaben in die Berichterstattung wurden kontrolliert.
- eine Prüfung von Leistungsindikatoren, die im Rahmen der Jahresabschlussprüfung kontrolliert werden, wurden nicht geprüft, genauso wie eine Abschlussprüfung oder die Durchsicht von Abschlüssen.
- auch eine Aufdeckung und Aufklärung von strafrechtlichen Tatbeständen, wie z.B. Unterschlagungen oder sonstiger doloser Handlungen, noch die Beurteilung der Effektivität und Wirtschaftlichkeit der Geschäftsführung Gegenstand des Auftrages.

Leistungsumfang, Standards und verwendete Kriterien

Die Beurteilung der Informationen in der Berichterstattung erfolgt auf Basis der GRI-Standards und der EMAS (weiter als Kriterien bezeichnet). Wir gehen davon aus, dass diese Kriterien für die Durchführung des Prüfungsauftrages angemessen sind.

Wir sind unserer Verantwortung nachgekommen, in angemessener Weise sicherzustellen, dass die Informationen im Bericht frei von wesentlichen falschen Darstellungen sind. Die Prüfung wurde am Produktionsstandort in Edeltal und in der Zentrale Wien durchgeführt.

Verantwortung der Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung der Coca-Cola HBC Austria GmbH ist für die Erstellung des Berichts und darin enthaltene Erklärungen, in Übereinstimmung mit den oben genannten Kriterien,

verantwortlich. Die Geschäftsleitung ist außerdem verantwortlich für die Identifizierung der Stakeholder und der wesentlichen Themen, Festlegung von Verpflichtungen hinsichtlich der Nachhaltigkeitsleistung, sowie Errichtung und Aufrechterhaltung eines geeigneten Leistungsmanagements und internen Kontrollsystems, auf dem die berichteten Informationen basieren.

Weiters zählen die Einführung eines Datenerhebungssystems bzw. von internen Kontrollsystemen, um eine zuverlässige Berichterstattung zu gewährleisten, sowie die Spezifikation geeigneter Kriterien für die Berichterstattung und die Auswahl geeigneter Daten zu den Aufgaben der Geschäftsleitung. Der Verantwortungsbereich umfasst außerdem die Erstellung des Berichts in Übereinstimmung mit den GRI Standards.

Verantwortung des Prüfers

Es liegt in unserer Verantwortung

- über unsere Schlussfolgerungen hinsichtlich der Zuverlässigkeit der im Bericht enthaltenen Information sowie der Übereinstimmung des Berichts mit den Kriterien der GRI Standards bzw. der EMAS zu berichten,
- ein Urteil über die Information in der Berichterstattung auf Basis der Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit abzugeben.

Wir haben bisher keine Dienstleistungen für das Unternehmen oder andere Kunden, bei denen es zu einem Interessenskonflikt kommen könnte, erbracht.

Methoden, Vorgehen, Einschränkungen und Arbeitsumfang

Wir haben unsere Arbeit geplant und durchgeführt mit dem Ziel, alle für die Erfüllung unseres Auftrags nötigen Nachweise, Informationen

und Erklärungen zu erhalten. Folgende Abläufe, die eine Reihe von Aktivitäten zur Sammlung von Nachweisen inkludieren, waren enthalten:

- Erlangung eines Gesamtüberblicks zur Unternehmenstätigkeit sowie zur Aufbau- und Ablauforganisation des Unternehmens.
- Sammeln von Informationen und Führen von Interviews mit Unternehmensverantwortlichen, um relevante Systeme, Prozesse und interne Kontrollen, welche die Erhebung der Informationen für die Berichterstattung unterstützen, zu identifizieren und zu verstehen;
- Einholen von Informationen und Durchführung von Stichprobenkontrollen zur Beurteilung vorhandener Datenerhebungssysteme und Prozesse zur Gewährleistung einer zuverlässigen und einheitlichen Berichterstattung;
- Durchsicht der relevanten Daten, um Bewusstsein und Priorität der Themen in der Berichterstattung zu beurteilen und zu verstehen, wie Fortschritte überwacht werden;
- Prüfung des GRI Content Index, um die Übereinstimmung mit den Anforderungen der GRI Standards sicherzustellen.
- Bewertung der Berichterstattung zu wesentlichen Themen, welche im Rahmen von Stakeholder-Dialogen angesprochen wurden;

Fazit

Auf Grundlage unserer Prüfung konnten wir keine Hinweise finden, dass die Informationen in der Berichterstattung nicht in Übereinstimmung mit den oben definierten Kriterien sind.

Wien 21. Juni 2026

DI Dr. Rudolf Kanzian
Kanzian Engineering & Consulting GmbH

Impressum

Medieninhaber:

Coca-Cola HBC Austria GmbH
Clemens-Holzmeister-Straße 6
1100 Wien
Tel: +43 (0)1 61060-0
E-Mail: info@coke.at
www.coca-colahellenic.at

Für den Inhalt verantwortlich:

Coca-Cola HBC Österreich: Petra Vasak, Marie-Therese Wagner, Theresa Fleischberger
Digitale Plattform: Ronald Mann

Redaktionelle Begleitung:

Vier Hoch Vier GmbH & Co KG, brainbows
informationsmanagement GmbH

Redaktionsschluss:

Der Zeitraum der erhobenen Kennzahlen dokumentiert größtenteils die Jahre 2023 bis 2025, weitere relevante Aktivitäten und Informationen wurden bis zum Redaktionsschluss am 1. Mai 2026 dokumentiert.

Fotos:

Christian Husar, Christian Lendl, PET to PET Recycling Österreich GmbH,
Konstantin Reyer, Martin Steiger

Grafik:

Laura Sauter, Gerald Waibel

Kontakt:

petra.vasak@cchellenic.com
marie.wagner@cchellenic.com
theresa.fleischberger@cchellenic.com

© Coca-Cola HBC Österreich

Hier geht es zum
Integrated Annual Report
der Coca-Cola HBC Gruppe:

