

Nachhaltigkeit bei der Ball Corporation

Integriert – fokussiert – dialogorientiert



Björn Kulmann

Manager Sustainability

Pöchlarn, 4. Oktober 2010

Ball Corporation

- 14.000 Mitarbeiter
- 58 Produktionsstätten
- 7,3 Mrd. US-Dollar Umsatz im Jahr 2009
- Aktiv in drei Geschäftsfeldern*:

Getränkedosen



\$4,6 Mrd.
Umsatz

Lebensmittel- & Aerosolverpackungen



\$1,4 Mrd.
Umsatz

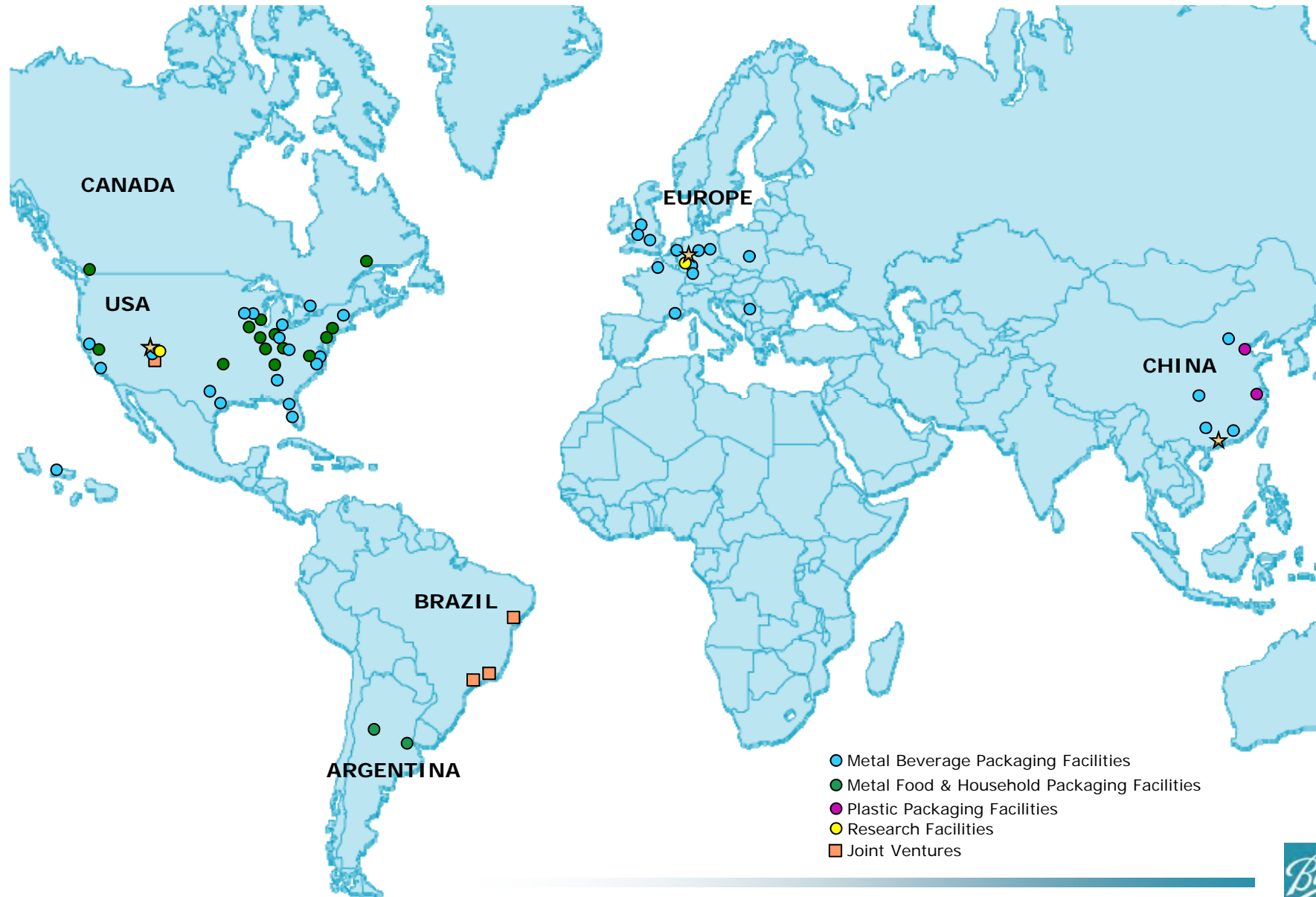
Aerospace & Technology



\$689 Millionen
Umsatz

* Im August 2010 wurde das Plastikgeschäft (635 Millionen Umsatz in 2009) verkauft.

Standorte unserer Verpackungssparte



Ball Packaging Europe

Profil

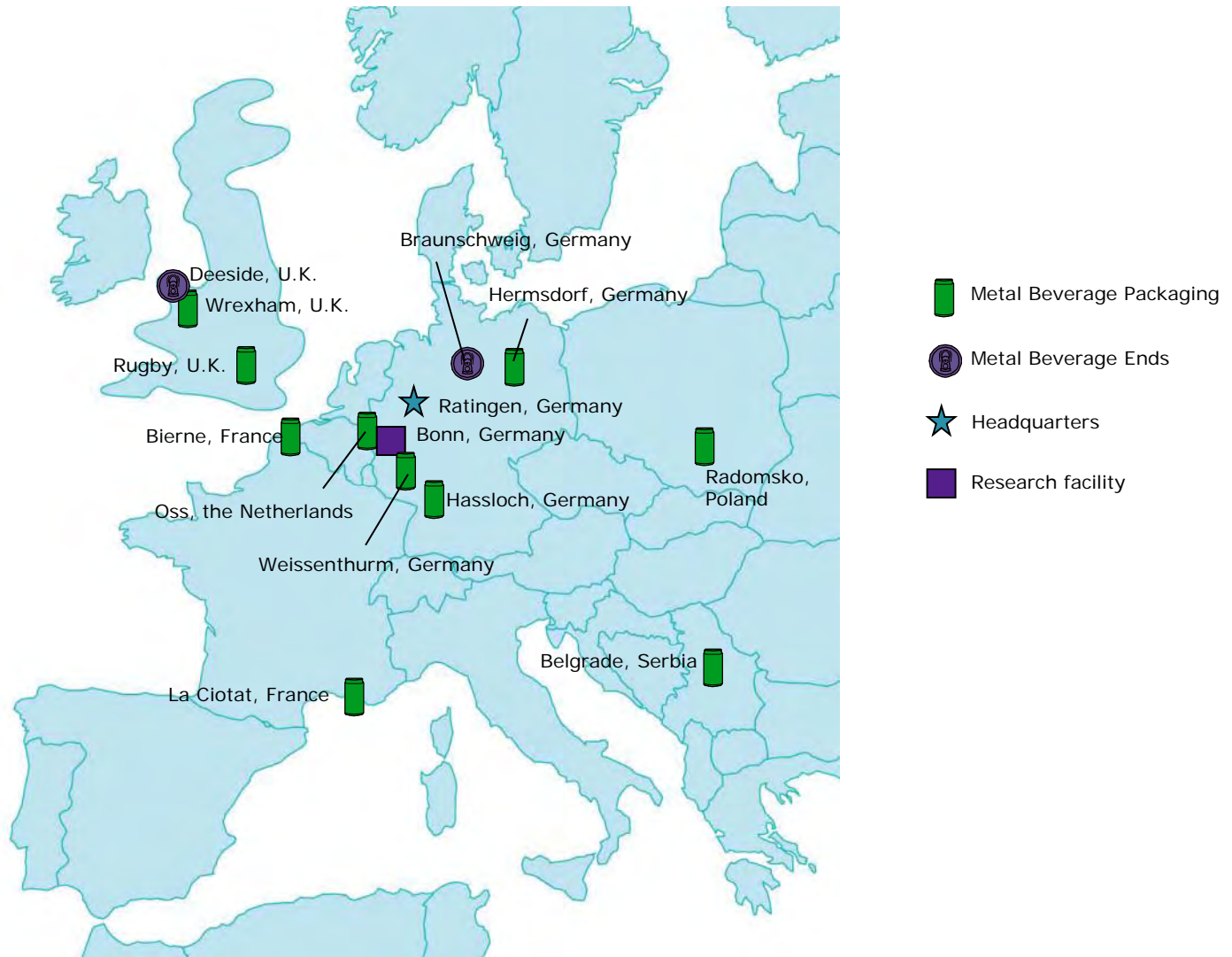
- Einer der größten Getränkedosenhersteller Europas
- 12 Werke in 6 Ländern
- Hauptverwaltung in Ratingen, Deutschland
- 2.400 Mitarbeiter
- Umsatz über 1,2 Mrd. Euro in 2009

Kritische Erfolgsfaktoren

- Kundenorientierung
- Markt & Geschäftsentwicklung
- Nachhaltigkeit
- Beste Werte zu besten Kosten
- Mitarbeiterorientierung



Ball Packaging Europe



Ein nachhaltiges Unternehmen seit 130 Jahren

“Wir bei Ball sehen Nachhaltigkeit als Konzept, das dazu beiträgt ökonomischen, gesellschaftlichen und ökologischen Mehrwert für unsere Aktionäre, die Gesellschaft und die Erde zu schaffen.

Wir reduzieren unseren ökologischen Fußabdruck, helfen unseren Kunden nachhaltiger zu wirtschaften und investieren in unsere Mitarbeiter und die Gemeinden in der Nähe unserer Standorte. Bei allem was wir tun sind wir bestrebt, Ball zu einem noch nachhaltigeren Unternehmen zu machen.

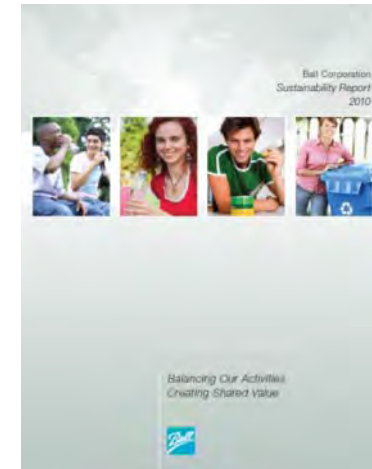
Dave Hoover
Chairman and CEO
Ball Corporation



Nachhaltigkeit bei Ball

Berichterstattung

- Zweiter Bericht im Juni 2010 veröffentlicht
- Schwerpunkt auf 5 Fokusfelder
- Details zu unserem Ansatz, unserer Nachhaltigkeitsvision, Zielen und Leistungsindikatoren
- Zusätzliche Informationen, Downloads und alle Daten auf www.ball.com



Auszeichnungen

- Mitglied im FTSE4Good Index
- Gewinner des "Best first time reporter" Award von ceres und ACCA 2009
- Mitglied in der „2010 Top 100 Corporate Citizens List“ des CRO Magazine



Anmerkung: Diese Logos sind registrierte Marken der jeweiligen Besitzer

Nachhaltigkeitsmanagement

Sustainability Steering Committee

- Um zu gewährleisten, dass Nachhaltigkeit stets im Sinne unserer langfristigen Unternehmensstrategie umgesetzt wird, haben wir 2009 auf Geschäftsführungsebene ein Sustainability Steering Committee gegründet.



Nachhaltigkeitsmanagement

Datensammlung

- Um eine kontinuierliche Verbesserung unserer Nachhaltigkeitsleistung zu gewährleisten, haben wir 2009 eine globale Software eingeführt, die eine konsistente, genaue und zeitnahe Datensammlung ermöglicht.



Ziele

- Um messbare Fortschritte zu erzielen und glaubwürdig zu sein, formuliert jeder Geschäftsbereich Nachhaltigkeitsziele für die beiden folgenden Jahre. Diese werden anschließend zu Zielen für die Ball Corporation zusammengefasst.








Priorisierung von Nachhaltigkeitsthemen

Materiality Analysis

- Um unsere Aktivitäten in Sachen Nachhaltigkeit auf die richtigen Themen zu fokussieren, haben wir 2009 interne und externe Stakeholder befragt sowie ein Medien-Monitoring durchgeführt.






Results of the 2009 Materiality Process				
Significance for Ball from an External Stakeholder's View	Very Significant		Life Cycle Assessment	Collection and recycling Material use / lightweighting Innovations Energy efficiency Greenhouse gas emissions Safety
	Significant	Renewable energy Pollutant emissions Community Engagement Bribery and corruption Child labor Forced labor Freedom of association	Recycled content Product carbon footprints Hazardous substances Discrimination and harassment	Bisphenol-A Talent management Human rights Business ethics Legal compliance Customer relationship management Water and wastewater Waste
	Less Significant	Chemical use Spills and other incidents Supply chain management Wellness Employee volunteering Charitable donations Public policy Support of small and minority businesses	Environmental management systems Volatile organic compounds Economic contributions Diversity	
		Less Significant	Significant	Very Significant
Current or Potential Impact on Ball				

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Vision	Wir wägen wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Auswirkungen bei unseren Entscheidungen und Aktivitäten ab und schaffen so langfristig Mehrwert für unsere Stakeholder und für die Ball Corporation.				
Fokusfelder	Verpackung	Energie	Wasser & Abfall	Arbeits-sicherheit	Talentförderung
Langfristige Ziele	 Wir entwickeln für unsere Märkte die leichtesten Verpackungen mit der höchsten Recyclingrate und der höchsten Wertschätzung durch die Verbraucher.	 Wir reduzieren unseren Energieverbrauch erheblich und kosteneffektiv.	 Wir senken unseren Wasserverbrauch und entsorgen keinen Abfall mehr auf Deponien.	 Wir streben null Arbeitsunfälle in unseren Werken an.	 Wir stellen talentierte Mitarbeiter ein, entwickeln deren individuelle Kompetenzen weiter und binden sie an Ball. Sie spiegeln die Vielfalt unserer Märkte wider und teilen unsere weltweit gültigen Unternehmenswerte.
Messbare Ziele für 2010-2011	<ul style="list-style-type: none"> Abschluss des CDL Deckel-Projektes in den USA + Europa (jährliche Einsparung: 10.646 t Aluminium) Unterstützung unserer weltweiten Sammel- und Recyclingprojekte 	<ul style="list-style-type: none"> Reduzierung des Energieverbrauchs pro 1.000 produzierter Einheiten um 7,3% Reduzierung der Treibhausgasemissionen um 16% bis 2012 (Basis: 2002) 	<ul style="list-style-type: none"> Reduzierung des Wasserverbrauchs pro 1.000 produzierter Einheiten um 4,8% Anpassung der weltweiten Abfallerfassung an die Systematik der Ball Corporation 	<ul style="list-style-type: none"> Reduzierung der meldepflichtigen Unfälle pro 200.000 geleisteter Arbeitsstunden um jährlich 15% Einführung einheitlicher Gesundheits- und Sicherheitsmanagementsysteme 	<ul style="list-style-type: none"> Stärkung der Mitarbeiterförderung, so dass 75% aller neuen Stellen intern besetzt werden können

Der Beitrag von Ball Packaging Europe

- Die Ziele der Ball Corporation basieren auf Zielen der einzelnen Geschäftsbereiche
- Ball Packaging Europe hat sich für den Zeitraum 2010-2011 folgende Ziele gesetzt:

Fokusfelder	Verpackung	Energie	Wasser & Abfall	Arbeits-sicherheit	Talentförderung
Messbare Ziele BPE für 2010-2011	 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Start der zweiten Produktionslinie für den besonders leichten CDL-Deckel in unserem Werk in Deeside, UK 	 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reduzierung des Stromverbrauchs pro 1.000 produzierter Einheiten um 8,1% ▪ Reduzierung des Erdgasverbrauchs pro 1.000 produzierter Einheiten um 4,9% 	 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reduzierung des Wasserverbrauchs pro 1.000 produzierter Einheiten um 4,9% ▪ Reduzierung des Abfallaufkommens pro 1.000 produzierter Einheiten um 4,9% 	 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reduzierung der meldepflichtigen Unfälle pro 200.000 geleisteter Arbeitsstunden um 25% pro Jahr 	 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Besetzung von 75% aller neuen Stellen durch interne Kandidaten

Getränkedose & Nachhaltigkeit



Die Getränkedose...

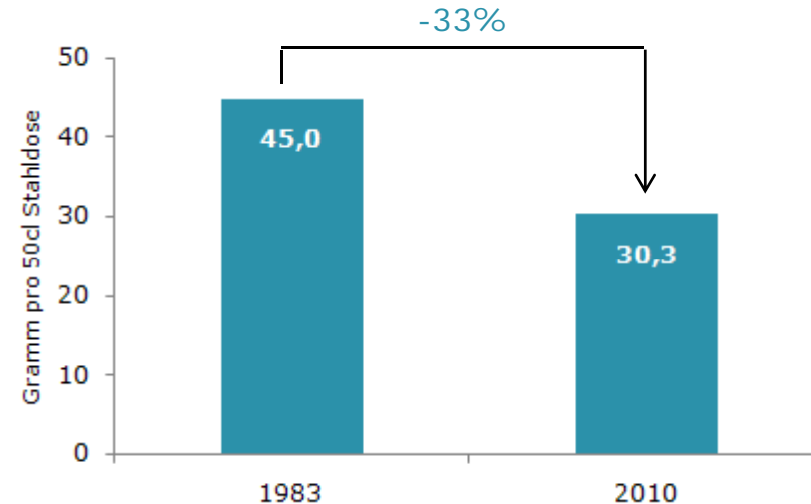
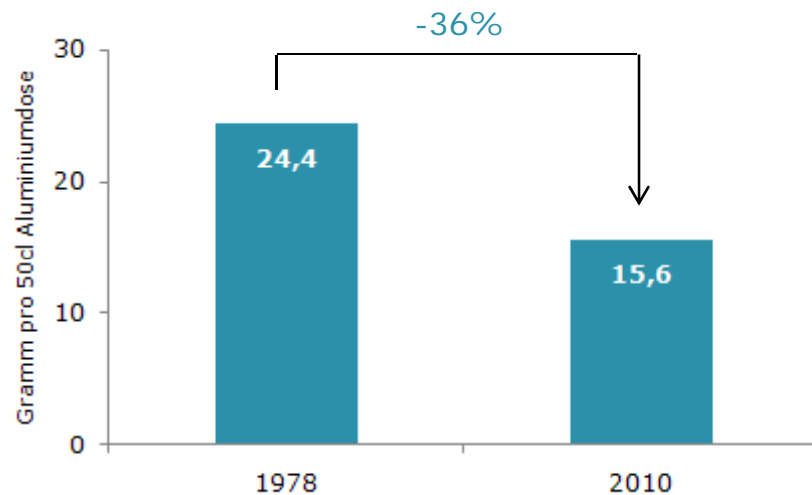
- ist die **am meisten recycelte Getränkeverpackung** der Welt
- ist zu **100%** recycelbar und kann immer wieder und ohne Qualitätsverlust recycelt werden
- kann schon nach **60 Tagen** wieder im Supermarktregal stehen
- wird nach der Sammlung auch **tatsächlich recycelt** – dafür gibt es eine bewährte Recyclinginfrastruktur
- ist höchst **effizient** und **ökonomisch** – bei der Herstellung, Befüllung und beim Transport
- ist **leicht**, **praktisch** und **unzerbrechlich** und schützt das Füllgut optimal



Gewicht der Getränkedosen



- Ball Packaging Europe hat erfolgreich das Dosengewicht verringert
- 50cl Aluminiumdosen sind heute **36%** leichter als in den 1970ern
- 50cl Stahldosen sind heute **33%** leichter als zu Beginn der 1980er

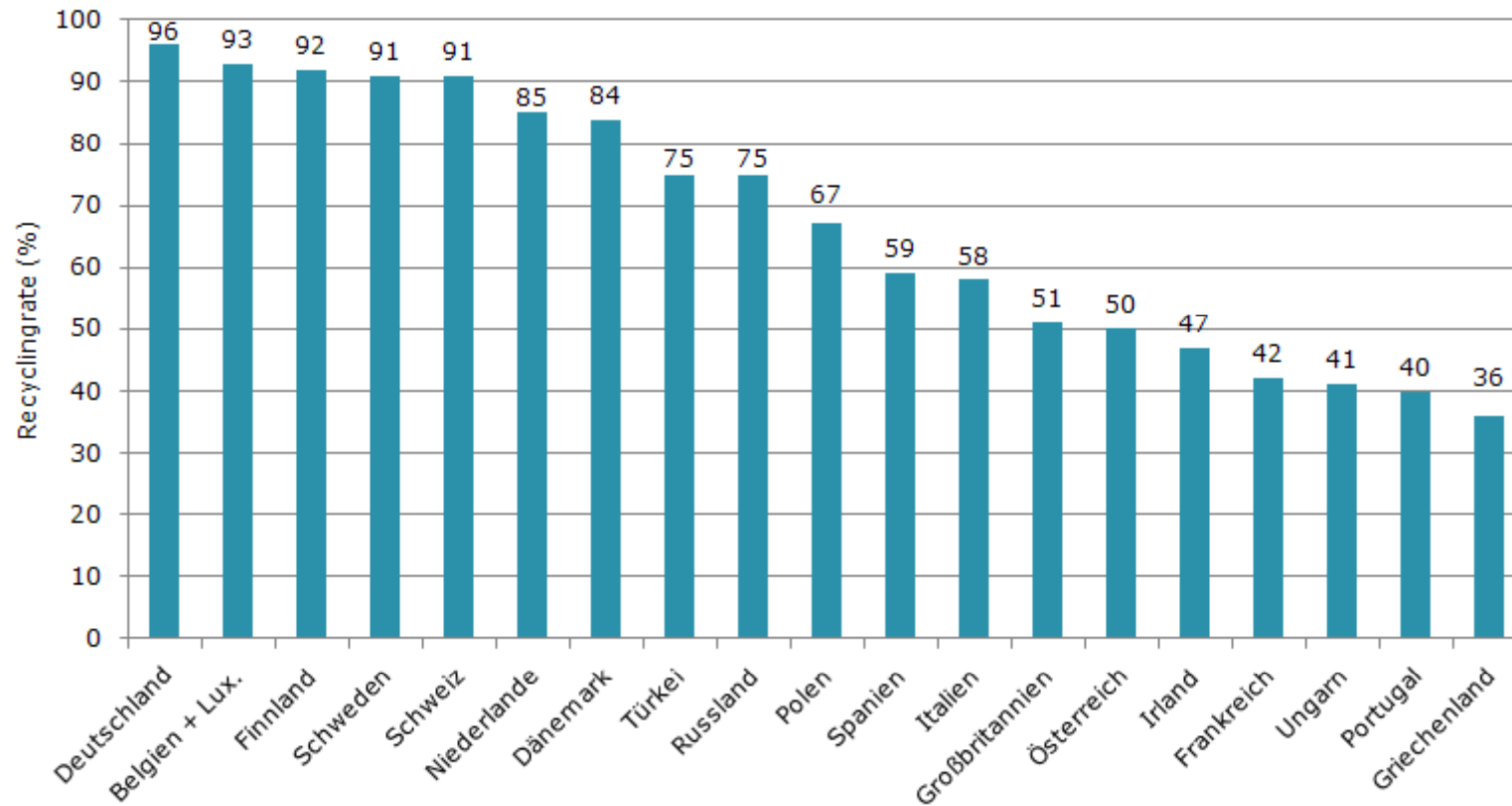


- Unser **Innovationsteam** forscht weiter an neuen Wegen, um das Gewicht bei gleichbleibenden Eigenschaften weiter zu minimieren
- 2009 haben wir z.B. mit der Produktion des leichteren **CDL-Deckels** begonnen und werden die entsprechende Kapazität weiter ausbauen

Recyclingraten Aluminiumdosen 2008



- 2008 wurden 63% aller Aluminiumdosen in Europa recycelt.



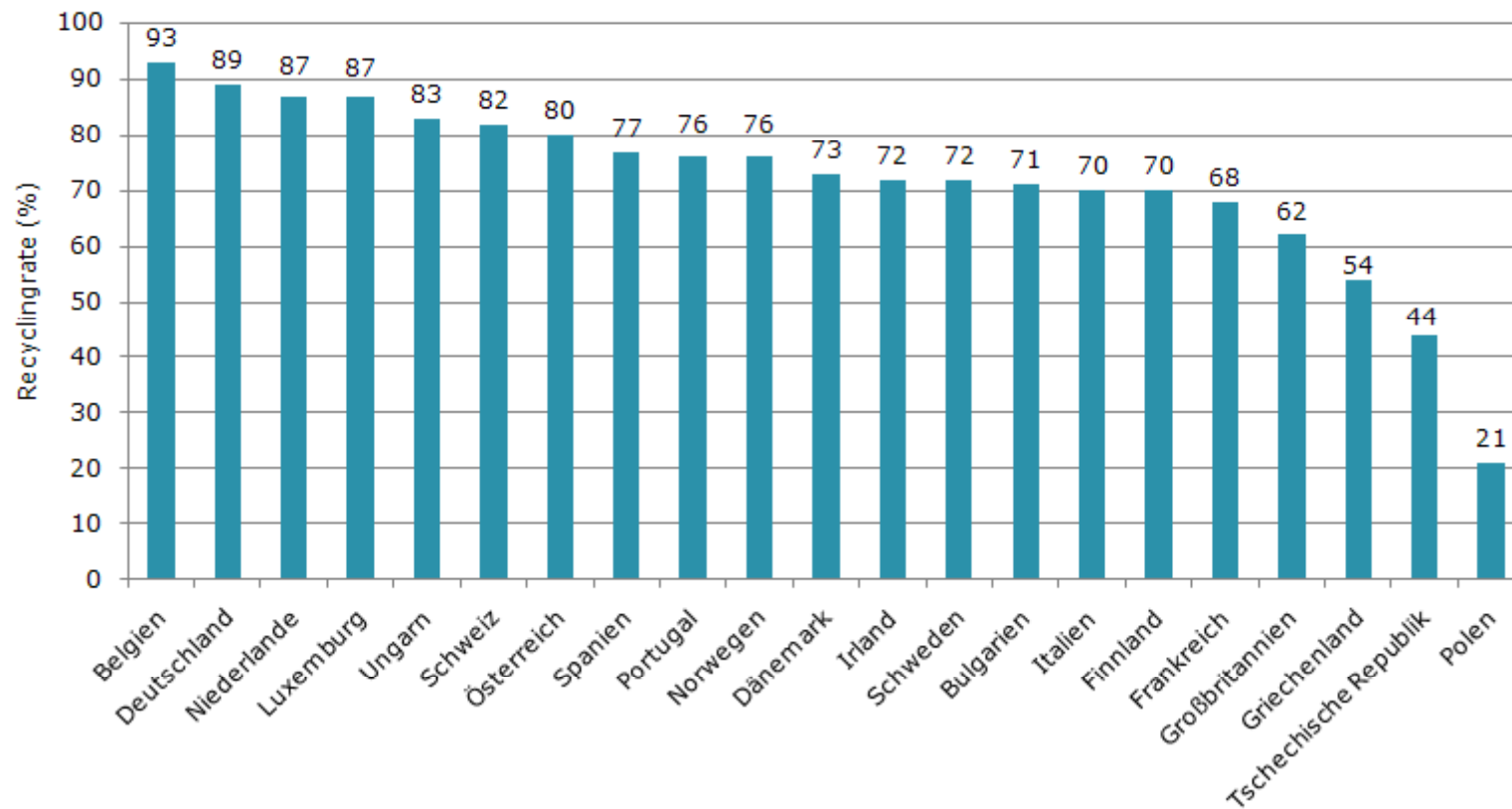
Source: EAA



Recyclingraten Weißblechverpackungen 2008



- 2008 wurden 70% aller Weißblechverpackungen in Europa recycelt.



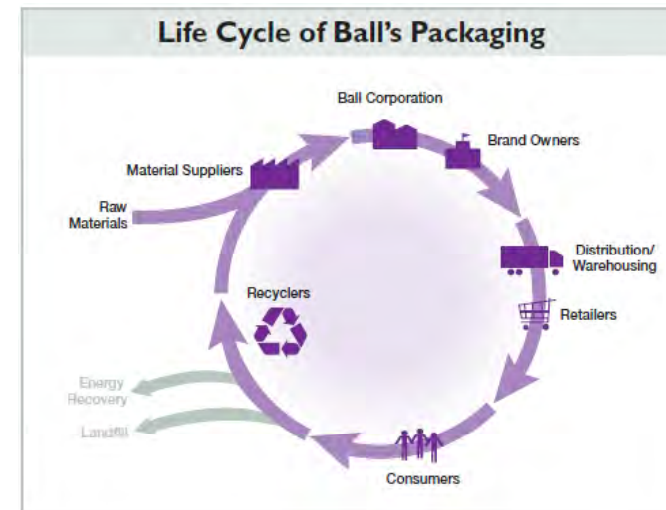
Source: APEAL



Den gesamten Lebenszyklus im Blick



- Ball ist nur eine Station entlang des **Lebensweges** der Getränkedose
- Daher ist es unabdingbar, dass wir mit unseren Lieferanten, Kunden und anderen Stakeholdern **zusammenarbeiten**, damit unsere Produkte noch nachhaltiger werden
- Dabei müssen wir vermeiden, dass wir ein Problem an einer Stelle lösen, dadurch aber an anderer Stelle im Lebenszyklus ein neues verursachen
- Das ist einer der Gründe, weshalb wir mit unseren Partnern **Ökobilanzen** erstellen und daraus Verbesserungspotentiale ableiten



Neue vergleichende IFEU-Ökobilanz



- Das IFEU-Institut hat für BCME eine **neue vergleichende Ökobilanz für Bier-Getränkeverpackungen** im deutschen Markt auf Basis aktueller Datensätze erstellt.
- Das IFEU-Institut hatte auch 1995 bzw. 2000 die durch das **Umweltbundesamt** in Auftrag gegebenen Ökobilanzen für Getränkeverpackungen erstellt.
- Diese werden heute noch gerne zitiert. Die darin enthaltenen Datensätze und Annahmen sind aber **veraltet**.
- Die letzte Studie für Bier-Getränkeverpackungen stammt aus dem Jahr **1995**.

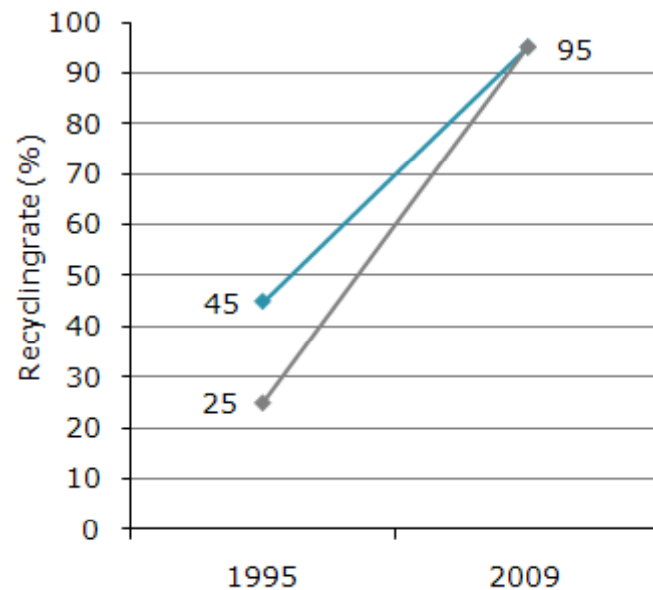


Die beiden wichtigsten Verbesserungen

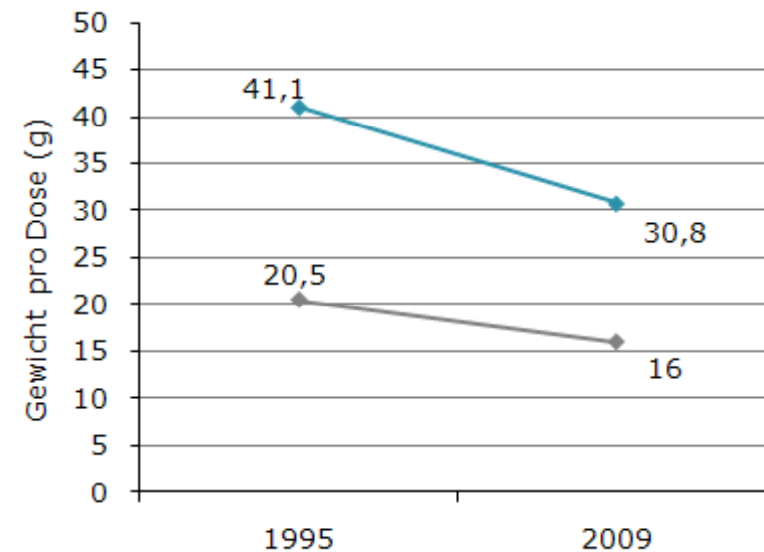


- Die Umweltauswirkungen von Getränkedosen werden insbesondere durch zwei Faktoren stark beeinflusst:

Recyclingrate



Getränkedosengewicht (0,5l)



—◆— Stahl
—◆— Aluminium

Basis der Werte für 1995 sind die in der „Ökobilanz für Getränkeverpackungen“ vom Umweltbundesamt angegebenen Werte.

Parameter der Ökobilanz



- Geographischer Rahmen: **Deutschland**
- Verpackungssysteme: Bier im **0,5 Liter** Format:
 - Weißblechdose (95% - Recyclingrate 2009)
 - Aluminiumdose (95%)
 - PET Einweg-Flasche (monolayer) (93%)
 - PET Einweg-Flasche (multilayer) (93%)
 - Glas Einweg-Flasche (87%)
 - Glas Mehrweg-Flasche (87%)
- Funktionelle Einheit: Die Ergebnisse beziehen sich auf die Bereitstellung von **1.000 Litern Bier** im Handel
- Transportdistanzen: Ergebnisse für zwei unterschiedliche Transportdistanzen (Abfüller zum Handel) berechnet:
100 km als Beispiel einer regional tätigen Brauerei und **400 km** für national operierende Brauereien

Zentrale Erkenntnisse



- „Generell lässt sich über alle betrachteten Vergleiche hinweg sagen, dass das Ergebnismuster sich recht differenziert darstellt und **keine eindeutigen Aussagen** über ökologische Vor- oder Nachteile über alle Fallgruppen und methodischen Entscheidungen hinweg getroffen werden können.“
- „Entscheidungsprozesse innerhalb der Akteurskette zwischen verschiedenen alternativen Verpackungssystemen sollten unter Berücksichtigung der **konkreten Produktsituation** getroffen werden.“
- „Da es nur wenige eindeutig ableitbare Ergebnisse übergreifender Natur gibt, sollte zur Entscheidungsfindung auf die **in der vorliegenden Studie bilanzierten Fallbeispiele** zurückgegriffen werden.“

Ein Fallbeispiel: Discounter



Angenommene Rahmenbedingungen für den Bierabsatz beim Discount:

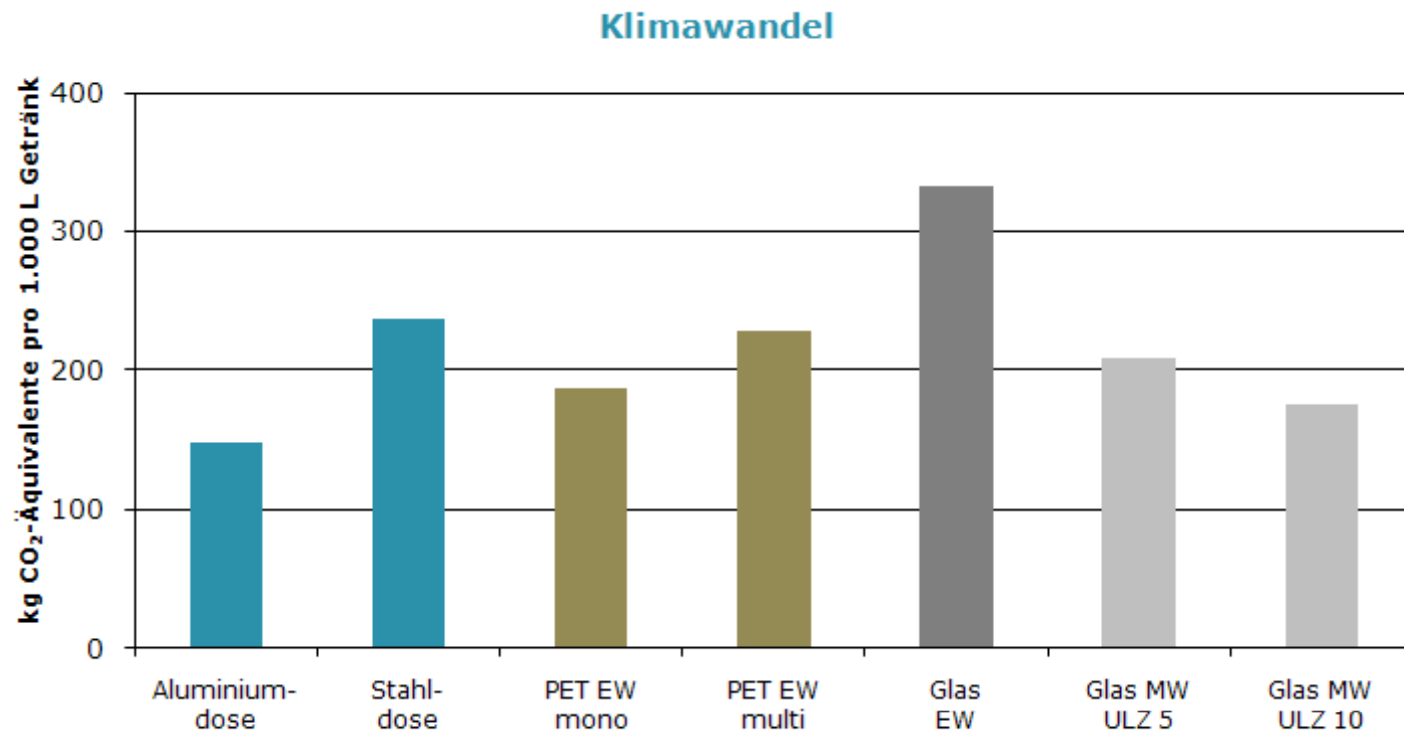
- **Zentrale Abfüllung, nationale Distribution** (400 km vom Abfüller zur Filiale)
- Stark ausgeprägte **Einweg-Orientierung**
- Wenn Mehrweg geführt wird: vermutlich relativ **geringe Zahl von Wiederbefüllungen** der Flaschen (5 bis 10)



Fallbeispiel Discounter: Ergebnisse



- Die Studie untersuchte die Umweltauswirkungen in 15 Kategorien
- Das Umweltbundesamt stuft nur die Kategorie Klimawandel mit einer „sehr hohen ökologischen Priorität“ ein
- Die folgenden Ergebnisse beziehen sich auf eine nationale Distribution (400 km zwischen Abfüller und Filiale)



EW: Einweg

mono: monolayer

multi: multilayer

MW: Mehrweg

ULZ: Umlaufzahl

Zusammenfassung

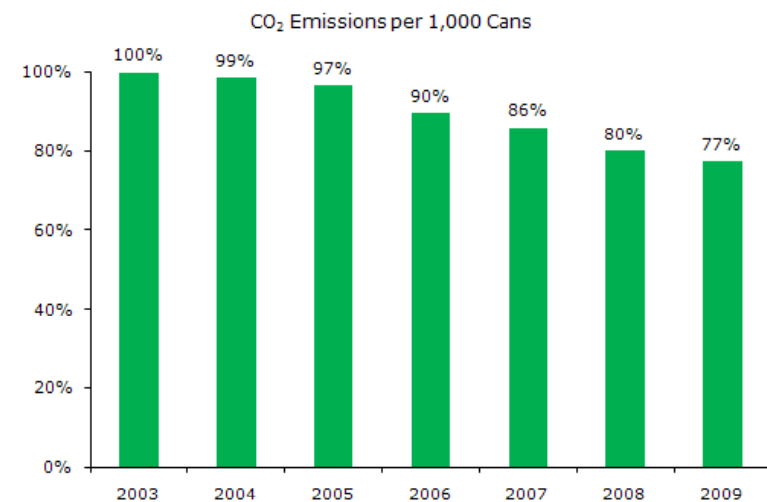
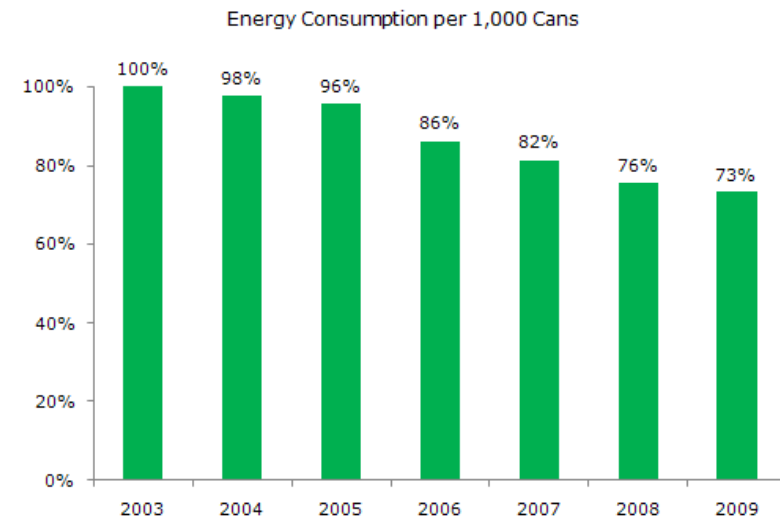


- Es lassen sich **keine generell gültigen Aussagen** zu ökologischen Vor- und Nachteilen einzelner Verpackungsarten treffen.
- Stattdessen sind die Ergebnisse differenziert, **je nach Verbrauchssituation**, zu betrachten.
- Jede Verpackung für Bier hat individuelle Umweltvorteile, die einen **optimalen Produkt-Mix** ermöglichen.
- Die klare Trennlinie zwischen Einweg und Mehrweg hat heute nicht mehr Bestand: bei langen Transportwegen und niedrigen Wiederbefüllungsraten der Mehrwegflaschen gleichen sich die ökologischen Profile an
- Im Interesse einer nachhaltigen Entwicklung sollten daher Entscheidungsträger folgende Faktoren bei der Wahl der Verpackung abwägen:
 - **Verbraucherakzeptanz**
 - **Qualität**
 - **Ökologie**
 - **Preis**

Energieverbrauch kontinuierlich gesenkt



- 5 Millionen Euro hat Ball Packaging Europe 2008/2009 in Energiesparprojekte investiert
- Den Energieverbrauch pro 1.000 hergestellter Dosen haben wir seit 2003 um 27% reduziert
- Ziele für 2010-2011
 - Reduzierung des Stromverbrauchs pro 1.000 hergestellter Dosen um 8.1%
 - Reduzierung des Erdgasverbrauchs pro 1.000 hergestellter Dosen um 4.9%
- Als Konsequenz aus der Steigerung der Energieeffizienz haben wir die CO₂-Emissionen pro 1.000 hergestellter Dosen um 23% verringert



Blackbox Energieverbrauch



- In der Vergangenheit kannten wir unseren Energie- und Wasserverbrauch nur für ein ganzes Werk, von Rechnungen der Versorger und einzelnen Messungen im Rahmen von Umweltaudits.
- Energie- und Wasserverbräuche waren so nur schwer zu managen und Steigerungen der Energieeffizienz nur schwer zu quantifizieren und zu kommunizieren.
- 2008 und 2009 hat Ball Packaging Europe ein **Energie-Informationssystem** (EIS) eingeführt.
- Dabei wurden die wesentlichen Verbraucher in unseren 12 Werken mit Messgeräten ausgestattet, mit IS-Systemen verknüpft und die Daten in eine leistungsfähige Software eingespeist.



Blackbox Energieverbrauch



- Mit dem EIS erreichen wir genau das, was Christian Call in seiner Präsentation zu „Kommunikation und Motivation“ als essentiell beschrieben hat:
 - Schneller und laufender Überblick über Verbrauch
 - Kennzahlen / Benchmarks zwischen einzelnen Units / Standorten / Filialen
 - Übersichtliche und nachvollziehbare Auswertungen
 - Verbräuche und Kosten zuordnen
 - Schnelle und effiziente Reaktion auf Unregelmäßigkeiten



Geben Sie Orientierung!

- schneller und laufender **Überblick** über Verbrauch
- **Kennzahlen** / Benchmarks zwischen einzelnen Units / Standorten / Filialen
- Übersichtliche & nachvollziehbare **Auswertungen**
- Verbräuche & Kosten **zuordnen**
- Schnelle & effiziente **Reaktion** auf Unregelmäßigkeiten
- jederzeit „**im Blick**“

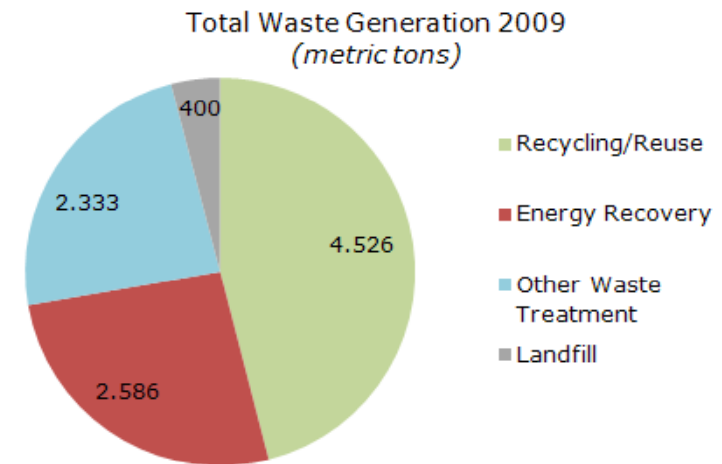
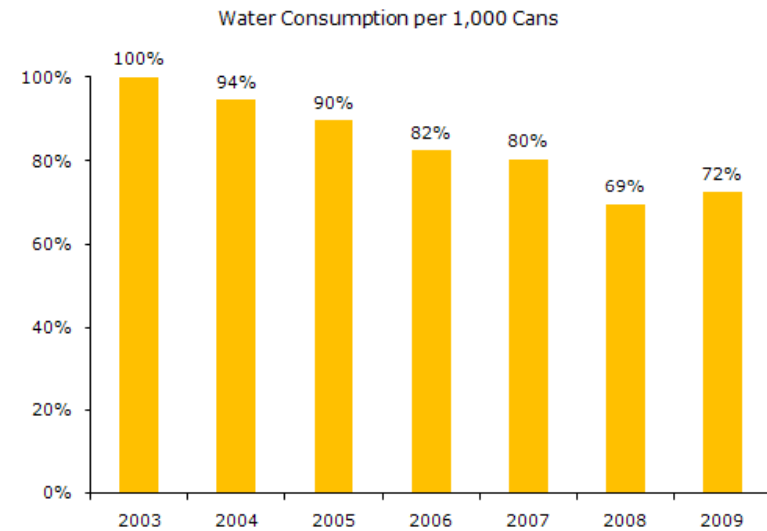


Nachhaltigkeits-Workshop der österreichischen Getränkeindustrie
Kommunikation & Motivation Christian Call Paschi, 20. Mai 2010

Wasser & Abfall



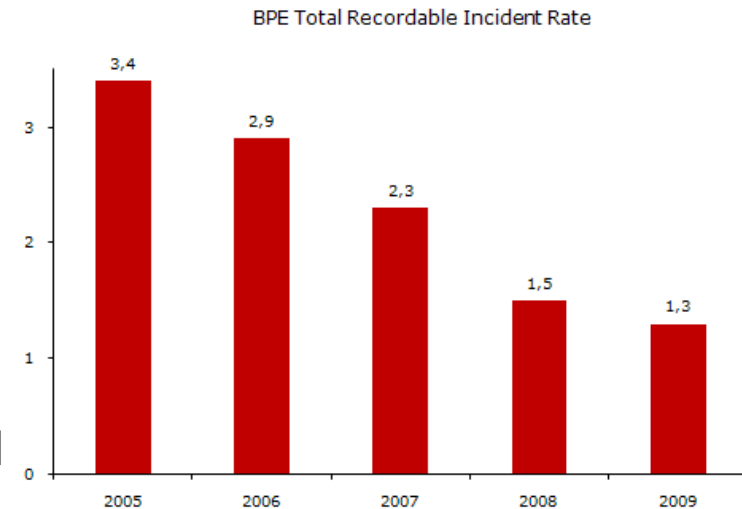
- Wasserverbrauch bei BPE 2009:
1,4 Millionen Kubikmeter
- Reduzierung pro 1.000 hergestellter Dosen seit 2003: 28%
- Ziel für 2010-2011
 - Reduzierung des Wasserverbrauchs pro 1.000 hergestellter Dosen um 4.9%
- BPE hat 2009 9,845 Tonnen Abfall verursacht (dies beinhaltet keinen Metall-Produktionsschrott)
- 46% des Abfalls wurden recycelt oder wiederverwendet
- Ziel für 2010-2011
 - Reduzierung der Gesamtabfallmenge pro 1.000 hergestellter Dosen um 4.9%
 - Unser langfristiges Ziel ist es, dass kein Abfall mehr deponiert wird



Arbeitssicherheit



- Zwischen 2005 und 2009 haben wir unsere meldepflichtigen Unfälle pro 200.000 Arbeitsstunden um **62%** und zwischen 2008 und 2009 um **44%** verringert
- Wir nutzen den „**Behavior Based Safety**“-Ansatz, bei dem Mitarbeiter auf das Verhalten ihrer Kollegen achten und Verbesserungsvorschläge entwickeln
- **Risikomanagement** ist fester Bestandteil unserer Arbeitssicherheitskultur: wir identifizieren Bereiche mit den höchsten Sicherheitsrisiken und setzen Maßnahmen zur Steigerung der Arbeitssicherheit um
- **Ziel**
 - Jährliche Reduzierung der meldepflichtigen Unfälle pro 200,000 Arbeitssunden um **25%**



Talentförderung



- Talentförderung ist ein zentraler Punkt unserer Personalarbeit
- Eine sechsstufige “People Strategy” hilft uns dabei talentierte und vielfältige Mitarbeiter einzustellen, weiter zu entwickeln und an uns zu binden
- Ziel
 - 75% aller neuen Stellen sollen durch interne Kandidaten gefüllt werden
- Mehr als 30 Absolventen unseres internationalen Trainee-Programms arbeiten heute festangestellt im Unternehmen, einige bereits in Managementpositionen
- Weniger als 3% aller Mitarbeiter verlassen Ball Packaging Europe aus eigenen Stücken





**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit.**

Fragen?

Ball Packaging Europe ■ www.ball-europe.com