

Pressemitteilung

Vetropack stellt neue Strategie 2035 auf Capital Markets Day vor

Bülach, 16. September 2026 – Die [Vetropack-Gruppe](#), einer der führenden Hersteller von Glasverpackungen in Europa, präsentiert auf ihrem ersten Capital Markets Day ihre Strategie 2035 und die damit verbundenen mittelfristigen Ziele. Vor Investoren, Analysten und Vertretern der Finanzmedien erläutert die Gruppenleitung am Hauptsitz in Bülach, mit welchen Initiativen und Massnahmen das Unternehmen in den kommenden Jahren seine Wettbewerbsfähigkeit, Umsatzwachstum und Profitabilität stärken will. Erklärtes Ziel ist dabei, mit den vorgestellten Initiativen bis 2030 ein Umsatzwachstum über Marktniveau zu erreichen und zu einer zweistelligen operativen Marge zurückzukehren.

Mit der Strategie 2035 will Vetropack seine Position als Anbieter innovativer und nachhaltiger Verpackungs- und Servicelösungen im Lebensmittel- und Getränkemarkt weiter ausbauen und den Kundennutzen entlang der Wertschöpfungskette erhöhen. «Wir haben den Blick in die Zukunft gerichtet, dafür Industrietrends eingehend analysiert und unsere Positionierung kritisch hinterfragt. Vor allem aber haben wir uns gefragt: Wie können wir in diesem künftigen Marktumfeld sicherstellen, dass wir profitabel wachsen?», erklärt Lukas Burkhardt, CEO der Vetropack-Gruppe. «Die Antwort darauf ist unsere Strategie 2035 und als Teil davon konkrete Initiativen, mit denen wir diese Trends nutzen können – alle mit klaren Zielen, Kennzahlen und Verantwortlichkeiten hinterlegt. So stellen wir sicher, dass wir unsere Fortschritte laufend messen und gezielt steuern können.»

Vorausgegangen war eine umfassende Überprüfung der bisherigen strategischen Ausrichtung, die Markt- und Nachhaltigkeitstrends, Kundenbefragungen und externe Studien einbezog. Ende August hatte der Vetropack-Verwaltungsrat die überarbeitete Strategie verabschiedet, ihre Eckpunkte wurden mit dem [Semesterbericht 2026](#) publiziert. Im Rahmen des Capital Markets Day zeigt die Gruppenleitung nun, was konkret daraus folgt. «Mit der Strategie 2035 definieren wir erstmals öffentliche mittelfristige Ziele über das laufende Geschäftsjahr hinaus», erklärt David Zak, Chief Financial Officer. Konkret erwartet Vetropack bis 2030 gegenüber 2025 zu konstanten Wechselkursen ein über dem Markt liegendes Umsatzwachstum im tiefen einstelligen Prozentbereich, eine Erholung des Betriebsergebnisses und eine zweistellige Marge zum Ende der Mittelfristperiode. Erreichen will Vetropack diese Ziele vor allem durch eine höhere Auslastung der Produktionskapazitäten, einen verbesserten Produktmix und mehr Effizienz. Zur Umsetzung der überarbeiteten Strategie wird Vetropack umsichtig in die Markt- und Produktentwicklung sowie in die Anpassung der Produktionsinfrastruktur für mehr Flexibilität und Produktivität investieren; mittelfristig wird eine doppelstellige Rendite auf dem eingesetzten Kapital angestrebt.

Lösungen, Marktentwicklung und gezieltes Wachstum

Die Strategie 2035 basiert auf drei Wachstumshebeln, die Vetropack ein profitables Wachstum im tiefen einstelligen Prozentbereich ermöglichen sollen. Der erste Hebel ist der Ausbau des Angebots an Produkt- und Servicelösungen, die Kunden über die reine Verpackung hinaus unterstützen. «Unsere Kunden erwarten mehr als eine qualitativ hochwertige Glasverpackung von uns», erklärt Evan Williams, Chief Commercial Officer. «Sie suchen einen Partner, der ihre Herausforderungen versteht, gemeinsam Chancen erschliesst und messbaren Mehrwert schafft. Genau daran richten wir unser Angebot zunehmend aus.» Wie Vetropack diesen Anspruch konkret umsetzt, zeigt [Rezon](#), die thermisch gehärtete Leichtglasflasche des Unternehmens. Sie ist bis zu 30 Prozent leichter als eine herkömmliche Mehrwegflasche und erreicht gleichzeitig deutlich mehr Umläufe. In Österreich steht der Brauwirtschaft bereits eine auf Rezon basierende Mehrwegflasche als [Standardlösung](#) zur Verfügung und leistet einen Beitrag zur Erfüllung der nationalen Mehrwegquote. Derzeit führt Vetropack die Technologie am Standort Pöchlarn schrittweise in die industrielle Grossproduktion über und macht sie damit weiteren Märkten zugänglich.

Der zweite Wachstumshebel liegt in der gezielten Ausrichtung auf strukturell wachsende Segmente wie alkoholreduzierte und alkoholfreie Getränke, Nahrungsmittel sowie Premiumweine. Diese Wachstumsfelder erfordern eine hohe Produktentwicklungskompetenz und bieten zugleich die Möglichkeit, zusätzlichen Mehrwert für Kunden zu schaffen.

Das dritte Wachstumspotenzial sieht Vetropack in der systematischen Entwicklung von Exportmärkten, in denen das Unternehmen dank seines Produktionsnetzwerks und seines Produktportfolios über eine starke Wettbewerbsposition verfügt.

Wettbewerbsfähigkeit und operative Exzellenz

Um seine Kostenbasis zu verbessern, setzt Vetropack zudem bei den eigenen Abläufen an: Dafür stimmt die Gruppe ihre Prozesse über Funktionen und Standorte hinweg konsequent aufeinander ab, vereinfacht sie und passt ihre Produktionsinfrastruktur für mehr Flexibilität und Produktivität an. «Ein wichtiger Hebel liegt für uns in der Standardisierung, Automatisierung und Digitalisierung unserer Prozesse», erläutert Guido Stebner, Chief Technology Officer. «Das senkt nicht nur Kosten. Es macht uns flexibler und schafft verlässliche Qualität für unsere Kunden.»

Nachhaltigkeit bleibt dabei ein fester Bestandteil der Strategie: Vetropack will den Altglasanteil in der Produktion gruppenweit weiter steigern und führt Emissionsreduktion, den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen und verantwortungsvolle Unternehmensführung in einer gemeinsamen Roadmap zusammen. Wie eng Kreislaufwirtschaft und Innovation zusammenhängen, zeigt eine gemeinsam mit Coca-Cola Europacific Partners Deutschland und

Myneral Labs entwickelte Lösung zur Serialisierung von Mehrwegflaschen, die 2026 mit dem [Deutschen Verpackungspreis](#) ausgezeichnet wurde.

Mehr Informationen zur [Strategie 2035](#) und zum Programm des [Capital Markets Day](#) finden Sie auf der Vetropack-Website.

Bilder:

	Bild 1: Am Hauptsitz in Bülach begrüßte Vetropack Investoren, Analysten und Finanzmedien zum ersten Capital Markets Day der Unternehmensgeschichte.
	Bild 2: Mitglieder der Gruppenleitung und Fachexperten der gesamten Vetropack-Gruppe haben die Strategie 2035 gemeinsam entwickelt und ihre Markt-, Kunden- und Fachkenntnisse in den Strategieprozess eingebracht.
	Bild 3: Gösser Biostoff Lager ist das erste österreichische Bier, das in der Rezon-Standardflasche auf den Markt kommt. Die mit der neuen Technologie produzierte Flasche leistet einen Beitrag zur seit 2024 in Österreich verbindlichen Mehrwegquote. Die Flasche reduziert den CO₂-Ausstoss auf ein Viertel.
	Bild 4: Für die Einführung von Pietra Limoncella entwickelte Vetropack gemeinsam mit Brasserie Pietra die erste kundenspezifische Flasche der Brauerei. Die transparente Spezialflasche verbindet markantes Design mit UV-Schutz und präsentiert Farbe und Frische des Produkts optimal.

Über die Vetropack-Gruppe

Die Vetropack-Gruppe ist einer der führenden Hersteller von Glasverpackungen für die Lebensmittel- und Getränke-Industrie in Europa mit 3.532 Mitarbeitenden und Nettoerlösen von CHF 778,9 Millionen im Jahr 2025. Vetropack verfügt über modernste Produktionswerke sowie Verkaufs- und Vertriebsbüros in der Schweiz, Österreich, Tschechien, Kroatien, Slowakei, Ukraine, Italien, Republik Moldau und in Rumänien.

Mit unserer Arbeit ermöglichen wir den Genuss von Lebensmitteln und Getränken auf sichere, elegante und verantwortungsvolle Weise. Denn Glas ist eine nachhaltige Verpackungslösung und das perfekte Material für lebensmittelsichere Verpackungen. Mit unserem ganzheitlichen Service-plus Ansatz unterstützen wir Kunden, ihre Wertschöpfungsketten zu optimieren und gewährleisten so die Sicherheit der Konsumenten. Dabei setzen wir auf langfristige und enge Beziehungen. Das Streben nach einem minimalen CO₂-Fussabdruck entlang der gesamten Lieferkette und das Engagement für Recycling als Schlüssel zur Optimierung des Produktlebenszyklus prägen unser Verständnis für Umweltverantwortung und Wirtschaftlichkeit.

Für weitere Auskünfte:

Lukas Burkhardt, CEO

Vetropack Holding AG

Tel. +41 44 863 33 30

E-Mail: lukas.burkhardt@vetropack.com

David Zak, CFO

Vetropack Holding AG

Tel. +41 44 863 32 25

E-Mail: david.zak@vetropack.com