



NACHHALTIGKEITSBERICHT

2025



GRUBER



VORWORT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG	02
NACHHALTIGKEIT IN ZAHLEN	04
UNSERE NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG	08
DAS UNTERNEHMEN	10
MEILENSTEINE UNSERER UNTERNEHMENSGESCHICHTE	12
UNTERNEHMENSPROFIL	14
UNTERNEHMENSSTRATEGIE	18
WARUM WIR NACHHALTIGER WERDEN	20
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE	24
REDUKTIONSZIELE	26
WESENTLICHKEIT	28
HANDLUNGSUMFELD	30
WESENTLICHKEITSANALYSE	34
UMWELT	38
UMWELTAUSWIRKUNGEN MESSBAR MACHEN	40
TREIBHAUSGASBILANZ 2025	42
ERNEUERBARE ENERGIE	44
LANGFRISTIGES ZIEL: 90 PROZENT WENIGER EMISSIONEN	46
SOZIALES	50
WIR GRUBIS	52
VERANTWORTUNG IN ZAHLEN	54
UNSERE BILANZ	56
GESCHÄFTSVERHALTEN	58
UNTERNEHMENSKULTUR	60
POLITISCHE EINFLUSSNAHME	62
VERPFLICHTUNG	62



**„2024 HABEN WIR ERKENNTNISSE
AUS DEN VORJAHREN IN KONKRETE
MASSNAHMEN ÜBERSETZT. DIES
SCHLOSS EMISSIONSREDUKTION
UND STÄRKUNG DER KREISLAUF-
FÄHIGKEIT DURCH RECYCLING UND
REZYKLETEINSATZ MIT EIN.
2025 GEHEN WIR DEN NÄCHSTEN
SCHRITT: WIR SCHÄRFEN BESTEHENDE
ANSÄTZE UND ERWEITERN UNSER
PORTFOLIO GEZIELT WEITER.“**

FRANZISKA KNÖFERL

WERKSTUDENTIN NACHHALTIGKEIT

VORWORT

DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

SEHR GEEHRTE LESERINNEN UND LESER,

Nachhaltigkeit ist kein Zustand, den man einmal erreicht und anschließend abhaken kann. Sie ist ein kontinuierlicher Prozess der geprägt ist von neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen, gesellschaftlichen Erwartungen und zunehmend auch von regulatorischen Entwicklungen. Für Unternehmen bedeutet das: Verantwortung übernehmen, Entscheidungen treffen und bereit sein, bestehende Strukturen immer wieder zu hinterfragen.

Als Unternehmen der Verpackungsindustrie tragen wir eine besondere Verantwortung. Unsere Produkte schützen Güter, verlängern Haltbarkeit und sichern Qualität. Gleichzeitig stehen Materialien, Ressourcenverbrauch und Kreislauf-fähigkeit immer stärker im Fokus. Diese Spannung ist real – und genau deshalb ist es unsere Aufgabe, Lösungen zu entwickeln, die Produktschutz und nachhaltiges Wirtschaften zusammenbringen.

Auch im vergangenen Jahr haben wir bei GRUBER wichtige Schritte auf diesem Weg gemacht. Wir haben unsere Photovoltaikanlage weiter ausgebaut, um einen noch größeren Anteil unseres Energiebedarfs selbst zu erzeugen. Den Strom für Produktion und Manufaktur beziehen wir seit 2024 überwiegend aus erneuerbaren Quellen. In der Verwaltung liegen wir noch beim Standardmix, das macht einen kleinen Teil unseres Energiebezugs aus. Gleichzeitig bestätigt uns die Ecovadis-Bronze-Medaille, dass wir mit unseren Maßnahmen auf einem belastbaren Weg sind, auch wenn wir diesen konsequent weitergehen müssen.

Ein weiterer Schwerpunkt unserer Arbeit liegt auf der Weiterentwicklung unserer Verpackungslösungen. Mit Blick auf kommende regulatorische Anforderungen wie die PPWR sowie neue Vorgaben zur Kommunikation von Umweltinformationen im Rahmen der EmpCo-Richtlinie richten wir unsere Entwicklungen konsequent auf kreislauffähige Lösungen aus. Besonders im Fokus stehen dabei Monomaterialstrukturen mit PCR-Anteil, die helfen können, Verpackungen besser in bestehende Stoffkreisläufe zu integrieren.

Nachhaltigkeit endet für uns jedoch nicht beim Material. Sie umfasst unsere gesamte Wertschöpfungskette. Von Energie und Ressourcen über verantwortungsvolle Lieferketten bis hin zu fairen Arbeitsbedingungen und einer offenen Unternehmenskultur. Transparenz spielt dabei eine zentrale Rolle. Dieser Bericht soll daher nicht nur Fortschritte sichtbar machen, sondern auch zeigen, wo Herausforderungen bestehen und welche Schritte wir als nächstes gehen wollen.

Unser Dank gilt allen Mitarbeitenden, Kunden und Partnern, die diesen Weg gemeinsam mit uns gestalten. Nachhaltige Transformation gelingt nur im Zusammenspiel vieler Akteure. Wir sind überzeugt, dass wir gemeinsam die richtigen Lösungen entwickeln können.

Ihre,

Elisabeth Gruber & Barbara Holz

NACHHALTIGKEIT IN ZAHLEN

Im Jahr 2025 hat Gruber-Folien 3.316 Tonnen Treibhausgasemissionen verursacht.

2024: 3.372 Tonnen

2023: 3.152 Tonnen

HOLZ, PAPPE UND PAPIER: 17.671 kg CO₂e

- Pappe: 0,31 %
- Paletten: 0,07 %
- Papier: 0,15 %

HEIZENERGIE: 19.220 kg CO₂e

- Erdgas: 0,39 %
- Ökogas: 0,14 %
- Heizöl: 0,05 %

SONSTIGES: 3.203 kg CO₂e

- Elektronische Anschaffungen: 0,05 %
- Bildschirme: 0,01 %
- Wasser: 0,01 %
- Webhosting: 0,002 %
- Teams-Nutzung: 0,002 %

GESCHÄFTSREISEN: 33,02 kg CO₂e

- Personenzug: 0,001 %
- PKW (Ökostrom): 0,00 %

ENTSORGUNG: 604.192 kg CO₂e

- Energetische Verwertung: 18,98 % ^{[1]: 37,06%}
- Kartonage: 0,23 %
- Restmüll: 0,03 %
- Prozessabfälle (Recycling): -0,45 % ^{[2]: 0,66%}
- Recycling: -0,56 % ^{[3]: 1,06%}

STROM: 7.868 kg CO₂e

- Verwaltung: 0,22 %
- Home-Office: 0,02 %

ANFAHRT DER MITARBEITENDEN: 29.094 kg CO₂e

- PKW (Benzin): 0,70 %
- (Diesel): 0,16 %
- Bahn: 0,02 %
- Bus (Biogas): 0,00 %

KUNSTSTOFFE: 1.514.553 kg CO₂e

- Polyethylen (PE): 23,56 %
- Prozessemissionen der Hersteller: 8,97 %
- Polyamid (PA): 7,95 %
- Polyethylenterephthalat (PET): 3,17 %
- Polypropylen (PP): 1,56 %
- Rezyklate (PET, PE): 0,02 %
- Sonstige: 0,45 %

TRANSPORT UND LOGISTIK: 62.861 kg CO₂e

- Transporte mit LKW: 1,38 %
- Transporte mit Flugzeug: 0,52 %

ALUMINIUM: 1.056.984 kg CO₂e

- Folien: 31,86 %
- Werkstatt: 0,02 %

- HEIZENERGIE: 0,9 g
- PENDELN: 1,4 g
- TRANSPORT: 2,9 g
- RESTLICHE EMISSIONEN: 14,9 g
- ENTSORGUNG: 27,5 g
- METALLE: 48,0 g
- KUNSTSTOFFE: 55,2 g



Aus dem Jahr 2025

151 g CO₂ e

Summe aller Emissionen geteilt durch die Anzahl produzierter Beutel. (22. Mio)

Aus dem Jahr 2024

135 g CO₂ e

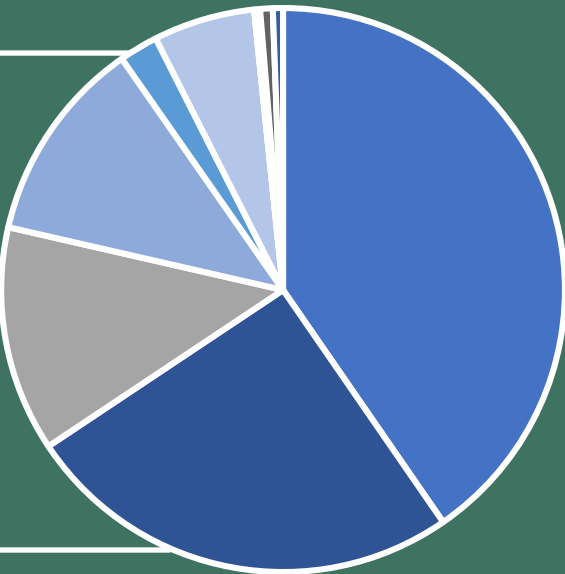
Summe aller Emissionen geteilt durch die Anzahl produzierter Beutel. (25.Mio)



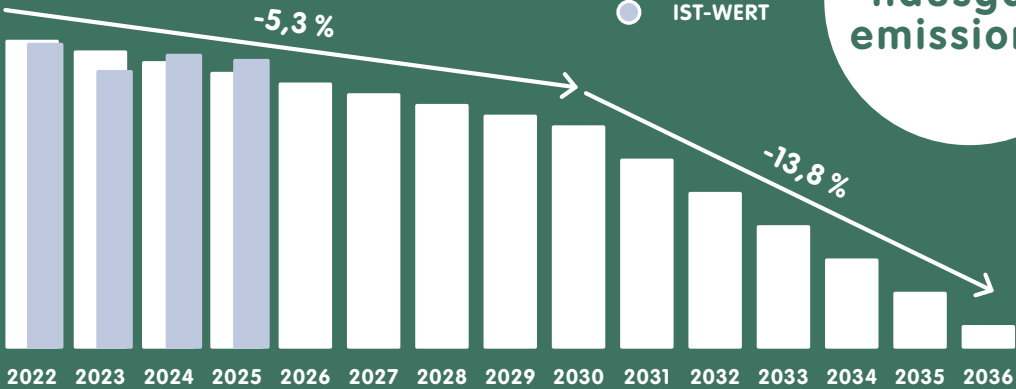
Je Beutel liegen wir 2025 bei 151 g CO₂e nach 135 g im Vorjahr. Der Anstieg kommt daher, dass wir bei geringerer Stückzahl einen höheren Anteil emissionsintensiver Verbunde gefertigt haben. Hier liegt unser Hebel für 2026.

Zusammensetzung der bezogenen Energie

ENERGIEQUELLEN [KWH]	2025	2024
● Ökostrom	114.154	115.058
● Erdgas	71.405	92.201
● Ökogas	36.541	0
● PV-Strom	33.157	33.195
● Strommix	16.446	15.747
● Heizöl	6.027	6.027
● Diesel	6.310	3.398
● Homeoffice (Ökostrom)	958	3.157
● Homeoffice (Strommix)	1.642	1.214
GESAMTSUMME	286.640	269.997
AUSGESTOSSENES CO₂	28.247,87 kg	29.188,19 kg

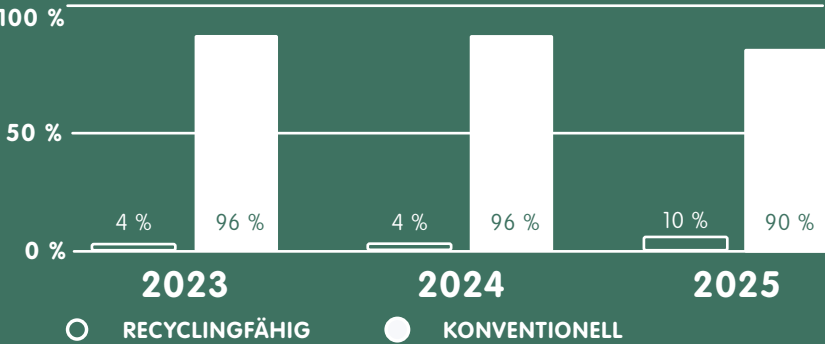


EMISSIONSBUDGET



Treibhausgasemissionen

Seit 2024 berechnen wir die Recyclingquote nach dem Mindeststandard. Deshalb sieht 2023 im Vergleich besser aus. Das Ergebnis ist aber verfälscht durch die frühere Recyclingquotenberechnung.



Anteil recyclingfähiger Materialien

Mehrschichtige Verpackungen sind schwer recycelbar, da sich die Materialien schlecht trennen lassen.

Top 5 Emissionsquellen:

- ALUMINIUM
- POLYETHYLEN
- ENERGETISCHE VERWERTUNG
- PROZESSEMISSIONEN / LIEFERANTEN
- POLYAMID

31,8 %

23,5 %

19,0 %

9,0 %

8,0 %

CO₂ e EMISSIONEN

-17 %

im Vergleich zur Basis 2022



NACHHALTIGKEITS- BERICHTERSTATTUNG STEHT BEI UNS FÜR KOMMUNIKATION

Transparenz und Verantwortung: Unser Weg zu nachhaltigem Wirtschaften durch Zusammenarbeit und Innovation.

Um unsere ambitionierten Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, setzen wir als mittelständisches Unternehmen intern zahlreiche Maßnahmen um. Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist unser zentrales Kommunikationsmittel, um Stakeholdern jährlich transparent unsere Ziele, Anstrengungen und Erfolge darzulegen.

Damit möchten wir in der Branche der Einwegplastikverpackungen ein klares Zeichen setzen. Gleichzeitig bietet der Bericht eine Plattform, um den Dialog zu fördern und neue Kooperationen zu gewinnen, die unseren Erfolg langfristig sichern.

Unsere Leistung wird zusätzlich extern validiert – durch EcoVadis, den weltweit führenden Anbieter von Nachhaltigkeitsratings. EcoVadis bewertet Unternehmen streng evidenzbasiert in vier Bereichen: Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik sowie nachhaltige Beschaffung. In der EcoVadis-Bewertung vom September 2025 haben wir 68 von 100 Punkten erreicht und damit die Bronze-Medaille. Damit liegen wir über 65 Prozent der bewerteten Unternehmen. Grundlage ist ein dokumentenbasiertes Rating, keine Prüfung vor Ort.

**DENN WIR HABEN GELERNT:
NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN IST NUR GEMEINSAM MÖGLICH.**

Ergänzend haben wir uns für die standardisierte Berichterstattung nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) entschieden. Dieser dient dazu, unsere Leistung objektiv mit anderen Betrieben vergleichbar zu machen. Die Erklärung ist auf der DNK-Plattform sowie auf unserer Website www.gruber-folien.de einsehbar.

Durch den DNK-Standard können wir unsere Aktivitäten, Fortschritte und Herausforderungen noch transparenter und nachvollziehbarer kommunizieren. Er hilft uns zudem, uns systematisch an bewährten Best Practices zu orientieren.

Unseren Stakeholdern bietet dies eine verlässliche, strukturierte Informationsquelle. Die Entscheidung für den DNK unterstreicht unser starkes Engagement für Transparenz und Verantwortlichkeit, sich detailliert über unsere Maßnahmen und Ergebnisse zu informieren.

UNSERE

NACHHALTIGKEITS-

BERICHTERSTATTUNG

DAS

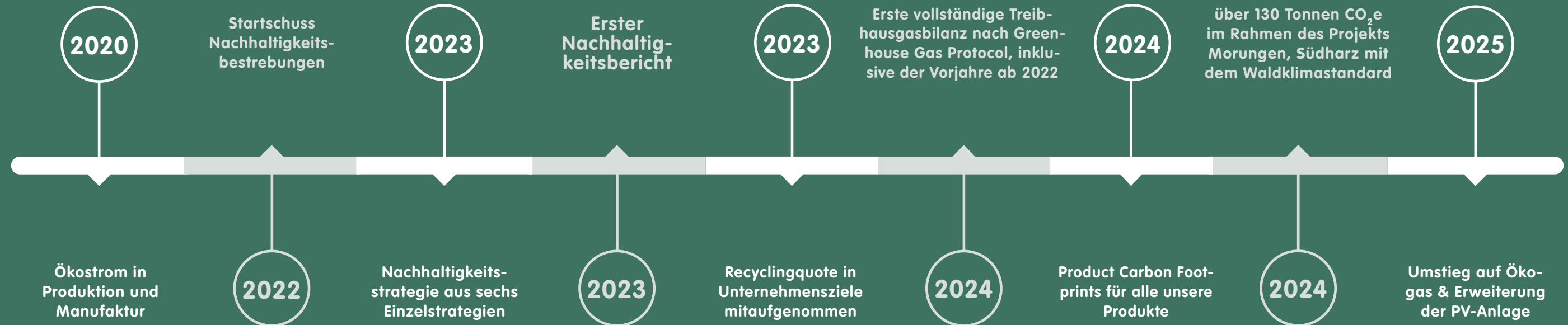


UNTERNEHMEN

MEILENSTEINE UNSERER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE



TÜTE DIE
ZUKUNFT
EIN!



UNTERNEHMENS- PROFIL

GRUBER-FOLIEN GMBH & CO. KG: EFFIZIENTE VERPACKUNGSLÖSUNGEN AUS DEUTSCHLAND

Das Versprechen unseres mittelständischen inhaberinnengeführten Familienunternehmens in der 2. Generation mit Sitz im niederbayerischen Straubing.

Unser Portfolio umfasst maßgeschneiderte flexible Verpackungen aus Kunststofffolien und Papier. 50 engagierte „GRUBIS“ geben täglich Ihr Bestes und bieten in der eigenen Produktionsstätte ein breites Leistungsspektrum: Konfektionierung bedruckter und unbedruckter Beutel mit Fokus auf Siegelrand- und Standbodenbeutel. Veredelung von flexiblen Verpackungen in der eigenen Manufaktur und eine umfassende Beratung zu recyclingfähigen Lösungen.

02

GESCHÄFTSFÜHRERINNEN



GRUBER

100%

IM FAMILIENBESITZ

22.000.000

HERGESTELLTE BEUTEL



50+

MITARBEITENDE



633.370

kg VERARBEITETE FOLIE



9.260.000

EURO UMSATZ IN 2025

DIE 10 PFEILER UNSERER UNTERNEHMENS- PHILOSOPHIE

Unsere zehn Leitlinien beschreiben, wofür wir als Unternehmen stehen. Sie sind das Fundament unserer Arbeit und machen deutlich, woher wir kommen, was uns wichtig ist und was uns antreibt.



NR. 01 – QUALITÄT UND KUNDENORIENTIERUNG

Unser Handeln orientiert sich stets am ‚Customer First‘-Prinzip. Kundenzufriedenheit und -feedback sind die treibenden Kräfte unserer Geschäftstätigkeit, wobei wir die Bedürfnisse aller Stakeholder berücksichtigen. Wir schützen Werte mit höchstem Qualitätsanspruch an unsere Produkte und unseren Service.



NR. 02 – MITARBEITERENTWICKLUNG UND -BETEILIGUNG

Unsere Vision ist geprägt von einem harmonischen und ausgewogenen Arbeitsumfeld, indem Gleichheit und ein Wir gelebt werden. Wir sind bestrebt, das Wissen und die Fähigkeiten jeden Einzelnen zu fördern, um ein Leben lang zu lernen und uns selbst zu befähigen. Unsere Führungskräfte setzen die Unternehmensleitlinien mit Kompetenz und Begeisterung um, um unser gemeinsames Ziel zu erreichen.



NR. 03 – ETHIK UND INTEGRITÄT

Wir handeln stets im Einklang mit rechtlichen, regulatorischen und ethischen Standards. Transparenz und Ehrlichkeit sind seit jeher die Grundpfeiler unseres Handelns. Partnerschaftlichkeit, Fairness und Vertrauen sind die Basis unserer Zusammenarbeit auf Augenhöhe, sowohl innerhalb unseres Unternehmens als auch mit unseren Lieferant:innen. Dadurch entsteht Verlässlichkeit und Stabilität.



NR. 04 – NACHHALTIGKEIT UND UMWELTBEWUSSTSEIN

Unser Unternehmen verfolgt eine Nachhaltigkeitsstrategie, die sich an den 17 SDGs der Vereinten Nationen orientiert und langfristige, zukunftsfähige ökologische, soziale und wirtschaftliche Ziele verfolgt. Um unsere Vision und unseren Kernzweck zu erfüllen und Werte zu schützen, arbeiten wir daran, unseren ökologischen Fußabdruck zu minimieren und unsere Verantwortung für die Belastung der Umwelt durch unsere Unternehmensaktivitäten anzuerkennen.



NR. 05 – SOZIALE VERANTWORTUNG

Wir sind ein familiengeführtes Unternehmen, das faire Geschäftspraktiken unterstützt und sich für die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben engagiert. Wir fördern Frauen, Geschlechtergleichheit und den Abbau von Geschlechterklischees. Unsere soziale Verantwortung nehmen wir durch Spenden und Initiativen wahr, die sich für Frauen, Familien und die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben einsetzen. Wir stellen uns klar gegen Rassismus, Antisemitismus und Diskriminierung von Minderheiten.



NR. 06 – INNOVATION UND ANPASSUNGSFÄHIGKEIT

Um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, fördern wir Partnerschaften mit akademischen Institutionen und suchen ständig nach neuen Technologien und Methoden, um Produkte und Prozesse zu verbessern und den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Wir passen uns schnell an Markt- und Umweltveränderungen an und erfüllen proaktiv die Bedürfnisse unserer Kunden. Wir fördern eine Kultur der Kreativität und des unternehmerischen Denkens, um neue Ideen und Lösungen zu fördern.



NR. 07 – RISIKOMANAGEMENT UND KONTINUITÄTSPLANUNG

Wir betrachten Risiken auf allen Ebenen und stellen sicher, dass unser Unternehmen auch unvorhergesehene Ereignisse meistern kann. Dabei helfen uns ein Business Continuity Management genauso wie die Betrachtung von Risiken, aber auch Chancen bei jedem einzelnen Projekt und der Arbeitsumgebung unter dem Aspekt der Arbeitssicherheit.



NR. 08 – STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Wir pflegen eine ehrliche und transparente Kommunikation mit allen Stakeholdern und streben einen engen Austausch an, um gemeinsame Bedürfnisse zu erkennen und zu fördern. Unsere Unternehmenstüren sind dabei stets offen.



NR. 09 – KONTINUIERLICHE VERBESSERUNG UND ÜBERPRÜFUNG

Unser Engagement für ständige Verbesserung ist durch die ISO 9001-Zertifizierung verankert. Wir fokussieren uns auf Fehlervermeidung statt Fehlerbehebung und passen unsere Regelungen regelmäßig an, um Relevanz und Effektivität zu gewährleisten.



NR. 10 – FÜHRUNG

Wir entwickeln Führungskräfte, die einen motivierenden und auf Augenhöhe basierenden Führungsstil pflegen. Die Beteiligung von Frauen in Führungspositionen auf allen Hierarchieebenen ist uns ein besonderes Anliegen.

NACHHALTIGKEIT IM FOKUS: UNSER WEG ZU BEWUSSTEM WACHSTUM

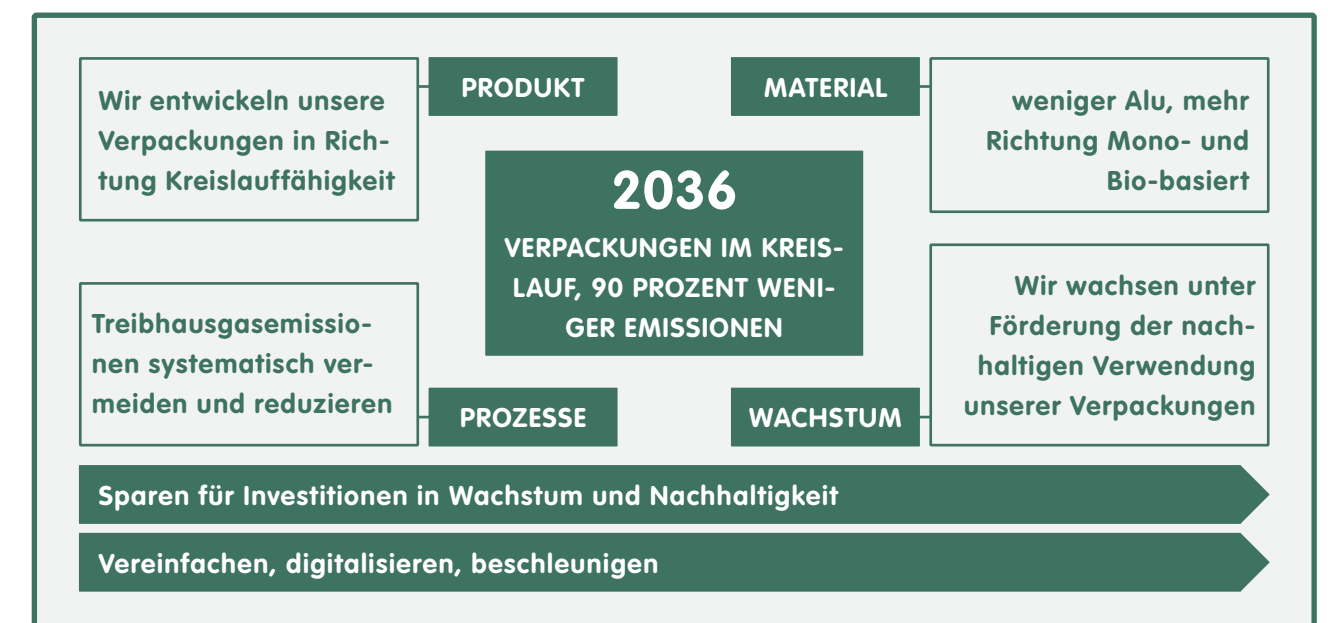
Wir verbinden nachhaltiges Handeln gezielt mit strategischer Unternehmensführung für eine verantwortungsvolle Zukunft.

Als inhaberinnengeführtes Familienunternehmen bestimmt nachhaltiges Handeln gepaart mit einem starken Verpflichtungsgefühl zu sozialer Verantwortung seit jeher das Selbstverständnis unseres Unternehmens. Ein umwelt- und sozialverträgliches Handeln fand dabei ganz selbstverständlich und fast nebenbei – nicht jedoch gezielt – Eingang in das tägliche Tun.

Seit 2021 setzen wir uns nun auch auf strategischer Ebene mit beiden Themen auseinander. Zum einen sind Nachhaltigkeitsaspekte in unserer Unternehmensstrategie verankert. Zum anderen haben wir im Jahr 2023 eine dezidierte Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt.

Unsere Unternehmensstrategie fußt auf zwei Grundpfeilern, die es uns erst möglich machen, vier wesentliche Strategiebereiche umzusetzen. Die Basis ist zum einen eine ständige Effizienzverbesserung, die zum einen Kunden und auch Mitarbeitende begeistert. Effizienz ermöglicht uns zum anderen zu sparen und in Wachstum und Nachhaltigkeit zu investieren.

UNTERNEHMENS-STRATEGIE



Damit setzen wir vier Strategiebereiche um, mit denen wir unser Ziel für 2036 erreichen wollen: Verpackungen im Kreislauf und 90 Prozent weniger Emissionen.

VERPACKUNGEN KREIS- LAUFFÄHIG MACHEN: DER STAND 2025

Wir setzen uns für innovative Lösungen ein, um Verpackungsabfälle zu reduzieren und nachhaltige Standards in der Branche zu etablieren.

Die Art und Weise, wie die meisten Menschen in Deutschland leben und wirtschaften, ist langfristig nicht tragfähig – weder für die Natur noch für Wirtschaft und Gesellschaft. Als inhabergeführtes Familienunternehmen haben wir die nächste Generation immer im Blick. Ihnen – unseren Kindern und Enkelkindern – wollen wir eine lebenswerte Zukunft hinterlassen.

Die Verpackungsbranche trägt eine besondere Verantwortung: In Deutschland steigt die Menge an Verpackungsabfällen seit Jahrzehnten kontinuierlich an. So hat sich der Kunststoffverpackungsmüll zwischen 1995 und 2021 von 1,56 auf 3,2 Millionen Tonnen mehr als verdoppelt. Gleichzeitig werden weniger als die Hälfte der Kunststoffverpackungen recycelt. Verpackungen verbrauchen somit zunehmend Ressourcen und tragen – insbesondere durch Materialien wie Aluminium – zu CO₂-Emissionen bei, auch wenn ihr Anteil an den gesamten Treibhausgasemissionen europäischer Konsumenten bei etwa 1,5 bis 2,0 % liegt. Diese Entwicklung verdeutlicht den dringenden Handlungsbedarf in der Branche. Entscheidend ist es, sowohl Abfälle zu reduzieren als auch Recyclingprozesse zu verbessern. Um dieser Herausforderung zu begegnen, arbeiten wir kontinuierlich an der Optimierung unserer Verpackungslösungen.

Darunter fiel die Erweiterung unseres Produktsortiments mit Monomateriallösungen aus PP und PE, einen Aluverbund mit reduzierter Schichtdicke, der Emissionen einspart und gleichzeitig weiterhin hohe Barriere Werte bietet sowie der Einsatz von Rezyklat in Folien und Zubehör. Des Weiteren recherchieren wir ständig an neuen Lösungen, besonders im Bereich Biopolymeren, die wirtschaftlich für uns umzusetzen sind. Unser Ziel in den letzten Jahren war es, die Standards der Branche zu setzen und andere Unternehmen zu inspirieren, uns auf diesem Weg zu folgen.

Doch nun mit dem Aufkommen der PPWR sind diese und weitere Maßnahmen nicht mehr nur intrinsisch motiviert, sondern werden von allen Unternehmen als Standard erwartet. Trotz unserer Bemühungen der letzten Jahre, müssen und wollen auch wir uns weiterhin mit den umfangreichen, aber nötigen Zielen und Vorgaben der PPWR auseinandersetzen, um diese einhalten zu können.

Dabei stehen wir vor einer besonderen Herausforderung:

Wir wollen weiterhin dafür sorgen, dass hochsensible Produkte mit strengen Anforderungen an Hygiene und Schutz, wie Medikamente, Lebensmittel oder diagnostische Substanzen, sicher ans Ziel kommen. Die folgende Strategie soll uns dabei unterstützen bei den Anforderungen der PPWR mithalten zu können:

WARUM WIR

UNSERE MATERIALIEN

UMBAUEN

UNSERE NACHHALTIGE ZUKUNFT: EIN STRATEGISCHER WEGWEISER

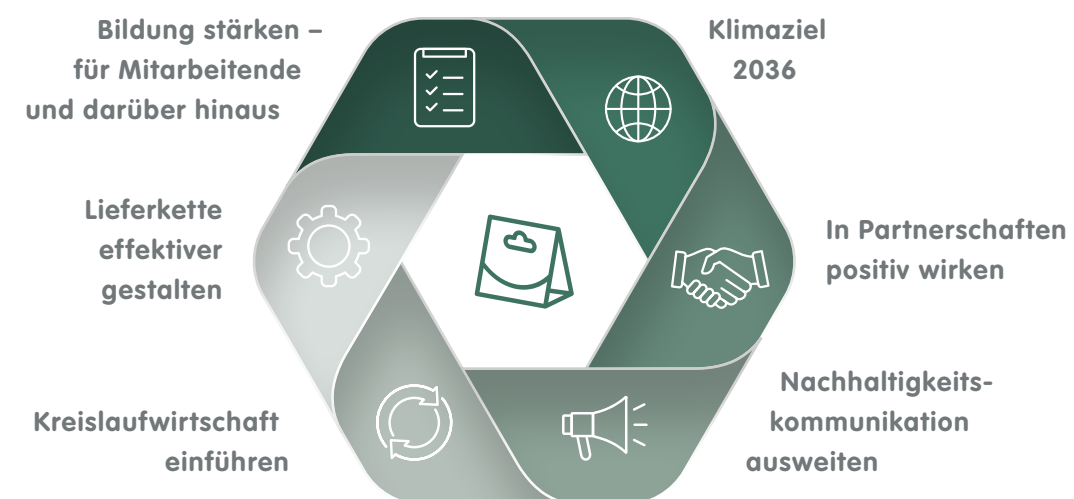
Mit einer umfassenden Strategie und klaren Zielen setzen wir auf ökologische, ökonomische und soziale Verantwortung im Einklang mit europäischen Regulierungen und Standards.

Um unsere Nachhaltigkeitstransformation gewissenhaft voranzutreiben, haben wir bereits 2022 eine detaillierte Strategie entwickelt, die die drei Säulen der Nachhaltigkeit – Ökologie, Ökonomie und Soziales – abdeckt. Diese Strategie umfasst sechs strategische Themengebiete: Dabei dienen uns die Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen und des Deutschen Nachhaltigkeitskodex als Leitfaden für unsere tägliche Arbeit.

Obwohl unsere Nachhaltigkeitsstrategie vor der Veröffentlichung der PPWR entwickelt wurde, stehen darin definierte Maßnahmen und Zielsetzungen im Einklang mit den zentralen Anforderungen der PPWR. Dies unterstreicht unseren frühzeitigen Fokus auf zukunftsfähige Verpackungslösungen und ermöglicht eine nahtlose Integration der PPWR-Vorgaben in unsere bestehenden Maßnahmen.

Die Nachhaltigkeitsstrategie zeigt, wie wir die für uns acht relevanten SDGs im Unternehmen umsetzen. Dazu haben wir sechs Themenbereiche mit spezifischen Strategien definiert.

STRATEGISCHE NACHHALTIGKEITSTHEMEN



NACHHALTIGKEITS-STRATEGIE

Jedes dieser sechs Themen wirkt auf unsere vier Strategiebereiche und komplettiert diese aus Nachhaltigkeitssicht. Zudem sind die genauen Ziele sowie Maßnahmen in je einer Strategie festgehalten. Dabei legen wir besonderen Wert auf messbare Ergebnisse, um unsere Fortschritte transparent nachvollziehen zu können. Durch regelmäßige Überprüfungen stellen wir sicher, dass unsere Maßnahmen stets den aktuellen Anforderungen und Herausforderungen gerecht werden.



BILDUNG

Wir entwickeln eine umfassende Bildungsstrategie, um unser Wissen systematisch aufzubauen und intern zu vermitteln. Dieses Wissen teilen wir zudem mit Lieferanten und der Öffentlichkeit, um auch über die Unternehmensgrenzen hinaus wirksam zu sein. Unsere Mitarbeitenden unterstützen wir durch gezielte Schulungen, Trainings und Weiterbildungsprogramme, um eine Lernkultur im Unternehmen zu etablieren und ihre individuellen Potenziale zu entfalten. Dabei folgen wir unserem Unternehmenszweck „Wir schützen Werte“ und behandeln in der Bildungsstrategie sowohl Mitarbeitende als auch externe Stakeholder.



KOMMUNIKATION

Wir unterscheiden zwischen interner und externer Kommunikation, wobei der Fokus auf der Vermittlung unserer Nachhaltigkeitsbemühungen und -erfolge liegt. Durch verschiedene Kommunikationsmethoden und Netzwerke machen wir unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen publik, pflegen dadurch Geschäftsbeziehungen und gewinnen neue Partner:innen.



KOOPERATION

Kooperationsprojekte sind für uns als KMU essenziell. Um die Verpackungsindustrie von Einweg- auf Mehrwegverpackungen umzustellen, arbeiten wir eng mit anderen Unternehmen zusammen und teilen unsere Bestrebungen über Social Media, LinkedIn und durch Vorträge. Wir wollen strategisch neue Kooperationen eingehen, insbesondere mit nachhaltigen Lieferant:innen sowie Bildungs- und Forschungsunternehmen und in unserem Netzwerk verstärkt als Vorbild wirken.



KREISLAUFWIRTSCHAFT

Die Implementierung von Kreislaufwirtschaftsmodellen in unserem Single-Use-Plastic-Geschäft scheint noch weit entfernt zu sein. Derzeit landen die meisten unserer Beutel nach einmaligem Gebrauch in der energetischen Verwertung, wodurch der Wertstoff vernichtet wird. Um diesen linearen Lebensweg kreislauffähiger zu gestalten, setzen wir auf das Recycling unserer Produkte. Dafür müssen die nicht recycelbaren Kunststoff-Aluminium-Verbunde durch recycelbare Monomaterialien ersetzt werden. Da dies letztlich der Kunde beim Kauf entscheidet, erweitern wir unser Portfolio mit Beuteln aus Monomaterial. Unser Ziel ist es, für alle unsere Aluminiumprodukte recycelbare Alternativen mit gleichen technischen Spezifikationen zu fairen Preisen anzubieten.



LIEFERKETTE

Wir bewerten unsere Lieferant:innen hinsichtlich Nachhaltigkeit, stärken die Zusammenarbeit und fördern nachhaltige Bestrebungen. Gleichzeitig legen wir besonderen Fokus auf die Beschaffung nachhaltiger Materialien, wie genauer im Strategiepunkt „Kreislaufwirtschaft“ beschrieben. Mit unserer Materialstrategie bis 2036 haben wir festgelegt, wohin wir uns entwickeln wollen und wie unser Einkauf aussehen soll. In naher Zukunft setzen wir zudem auf den Einsatz von biobasierten Kunststoffen und beobachten die Entwicklungen genau.



KLIMA

Unsere Klimastrategie ist das Herzstück unserer Nachhaltigkeitstransformation. Wir haben uns klare, jährliche Reduktionsziele für unsere Treibhausgasemissionen gesetzt, basierend auf der Science-Based Targets Initiative und der Treibhausgasbilanz (THG) unseres Basisjahres 2022, berechnet nach der Methodik der Science Based Targets initiative, ohne formale Validierung durch die SBTi. Bei dieser, wie auch der THG des Folgejahres haben wir nach dem Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) alle marktbasierenden Emissionen berichtet. Wie im späteren Teil des Berichts zu sehen ist, bieten die Scope-3-Emissionen das größte Reduktionspotenzial.

Diese Einzelstrategien bilden zusammen die Nachhaltigkeitsstrategie von Gruber-Folien. Bis 2036 sind konkrete Ziele und Maßnahmen festgelegt, um eine langfristige und erfolgreiche Nachhaltigkeitstransformation sicherzustellen. Festgelegte Zwischenziele werden kontinuierlich auf Effektivität geprüft und tragen somit zu einer sinnvollen und langfristigen Planung bei.

UNSER REDUKTIONSZIEL BIS 2036: 90 PROZENT WENIGER TREIBHAUSGASE GEGENÜBER 2022

Wir wollen unsere Emissionen bis 2036 um 90 Prozent gegenüber 2022 senken. Für die verbleibenden rund 10 Prozent prüfen wir Ausgleichsmaßnahmen. Diese verrechnen wir nicht mit unserer Bilanz.

Das Kernthema unserer Nachhaltigkeitsstrategie bleibt jedoch die Verringerung der Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit. Damit sind alle Auswirkungen gemeint, ab denen wir durch unser eigenes Tun direkt und durch die Verknüpfungen mit unseren Lieferanten und Kunden in unserer Wertschöpfungskette direkt beteiligt sind. Definiert als

- Scope 1, den direkten Emissionen aus unternehmenseigenen Quellen,
- Scope 2, die indirekten Emissionen aus der Erzeugung zugekaufter Energie und
- Scope 3, allen anderen Emissionen entlang der Wertschöpfungskette.

Wir bei Gruber-Folien haben uns das Ziel gesetzt, die Gesamtmenge unserer Emissionen bis 2036 um 90 % zu reduzieren. Bei den verbleibenden 10 % gehen wir von unvermeidbaren Emissionen aus, die weiterhin durch unsere Geschäftstätigkeit entstehen werden. Denn auch bei der Verwendung von Rezyklaten und der Herstellung ausschließlich recycelbarer oder biologisch abbaubarer Produkte entstehen Emissionen.

Für die verbleibenden rund 10 Prozent unvermeidbarer Emissionen prüfen wir Ausgleichsprojekte. Kriterien, Standard und Umfang legen wir bis jährlich nach Prüfung der Ergebnisse unserer Treibhausgasbilanz fest und veröffentlichen sie.

Um den Effekt Sorge zu tragen, dass unsere Transformationsstrategie in den kommenden Jahren an Fahrt gewinnt und Nachhaltigkeit in der Verpackungsbranche an Bedeutung zulegt, haben wir uns ein jährliches Reduktionsziel von 5,3 % bis 2030 im Vergleich zum Basisjahr gesetzt. Ab diesem Zeitpunkt streben wir bis 2036 eine jährliche Reduktion von 13,8 % an.

Wir setzen auf eine kontinuierliche Überwachung und Anpassung unserer Maßnahmen, um sicherzustellen, dass wir unsere Ziele effizient erreichen. Durch Partnerschaften mit innovativen Projekten und Technologien fördern wir nachhaltige Lösungen, die über unsere Unternehmensgrenzen hinaus wirken. Unsere Fortschritte werden regelmäßig kommuniziert, um Transparenz und Verantwortung gegenüber unseren Stakeholdern zu gewährleisten.

**REDUKTIONS-
ZIELE**

A person's hands are visible, holding a stack of papers and a photograph. The papers are colorful, with shades of orange, yellow, and green. The photograph is a black and white image of a person. The text 'WESSENT-' is overlaid on the image in a bold, sans-serif font. The background is dark and out of focus.

WESSENT-

LICHKEIT

VERPACKUNGS- INDUSTRIE IN DEUTSCH- LAND: EIN SCHLÜSSEL- MARKT FÜR INNOVATION UND SCHUTZ

Die Verpackungsindustrie spielt eine zentrale Rolle in zahlreichen Branchen und bietet innovative Lösungen für vielfältige Anwendungsbereiche.

Insgesamt 518 Unternehmen haben sich im Jahr 2024 der Herstellung von Kunststoffverpackungen verschrieben. Der Umsatz betrug ca. 25 Milliarden Euro und ist damit um 3% im Vergleich zum Vorjahr gesunken.

Konsument:innen begegnen Kunststoffverpackungen täglich. Ob im Supermarkt oder der Drogerie, dem Online-Handel, auf Baustellen, in der Landwirtschaft oder in der Medizin – Produktschutz wird vielfach durch flexible Verpackungen realisiert.

Zu den Hauptabsatzbranchen zählen deshalb die Lebensmittelindustrie, die Kosmetikindustrie, Hersteller von Wasch- und Reinigungsmitteln, Chemie- und Pharmaunternehmen, das Bauwesen, der Automobilsektor und die verarbeitende Industrie.



¹ IK Jahresbericht 2024/25

**HANDLUNGS-
UMFELD**



NACHVOLLZIEHBARER PRODUKTSCHUTZ: OPTIMIERUNG VON MATE- RIALIEN UND PROZESSEN

GRUBER baut das Portfolio in Richtung Monomaterial um. 2025 waren 10 Prozent der eingesetzten Materialien recyclingfähig, 2024 waren es 4 Prozent.

Die Herausforderung für die gesamte Branche liegt derzeit darin, die eigentliche Aufgabe von Verpackungen, den Produktschutz zu erhalten. Dabei jedoch mit Kunststoff oder alternativen Ausgangsstoffen nachhaltig zu produzieren und so wenig Rohstoff wie möglich einzusetzen.

Weiterhin ist die Stärkung der Kreislaufwirtschaft für Kunststoffverpackungen ein großes Themengebiet. Dabei geht es nicht nur darum, die Recyclingfähigkeit von Produkten zu erhöhen, sondern auch den Recyclingprozess und dessen Ausbeute an sich zu verbessern.

Wir bei Gruber als Converter von beigestellten Folien greifen dabei vor allen Dingen drei Themen in unserer Materialroadmap auf:

- Wie schaffen wir es, unsere eingesetzten Materialien noch recyclingfreundlicher zu machen?
- Wie schaffen wir es, neben Einwegverpackungen auf durchdachte Mehrwegsysteme anzubieten?
- Und wie schaffen wir es, unsere internen Prozesse zu verschlanken und deren Auswirkungen zu reduzieren?



**„WIR VERBINDEN ZUVERLÄSSIGEN
PRODUKTSCHUTZ MIT NACHVOLL-
ZIEHBARER KREISLAUFFÄHIGKEIT.
DER WECHSEL AUF MONO-MATERIA-
LIEN REDUZIERT GEZIELT DIE VERPA-
CKUNGSBEZOGENEN SCOPE-3-
EMISSIONEN IN DER LIEFERKETTE.“**

TOBIAS PROKSCH

ABTEILUNGSLEITER EINKAUF

WESENTLICHKEITS- ANALYSE 2022: DIE RELEVANTEN SDGs FÜR UNSER UNTERNEHMEN

Unsere Prioritäten im Bereich Nachhaltigkeit: Ergebnisse aus interner Analyse und Stakeholder- Befragung.

Von Juli bis September 2022 führten wir eine Wesentlichkeitsanalyse durch, um herauszufinden, welche SDGs und Nachhaltigkeitsthemen für unser Unternehmen am wichtigsten sind.

Wir analysierten, wie diese Themen unsere Strategie beeinflussen. Im Fokus standen Klimaschutz, Ressourcenschonung und soziale Gerechtigkeit. Die Ergebnisse halfen uns, Prioritäten festzulegen. Dank der Stakeholder-Einbindung konnten wir ihre Erwartungen besser verstehen. Diese Erkenntnisse fließen nun in unsere Projekte ein.

Vor der Wesentlichkeitsanalyse bewerteten wir intern, welche SDGs wir als wesentlich erachten. Unsere Einschätzung verglichen wir mit der unserer Stakeholder. Als Ergebnis identifizierten wir folgende SDGs und Themen als wesentlich:



- Gesundheitsschutz und -förderung für alle Mitarbeitenden
- Hygieneanforderungen



- Herausforderung Fachkräftemangel
- Aus- und Weiterbildung für alle Mitarbeitenden



- Frauenförderung
- Vereinbarkeit von Beruf und Familie



- Nachhaltiger Unternehmensumbau
- Geringer Energieverbrauch und erneuerbare Energien

WESENTLICHKEITS-

ANALYSE



- Faire Arbeitsbedingungen
- Soziales Engagement im Unternehmen
- Lieferkettenstandards und -gesetz



- Nachhaltiger Unternehmensumbau mit positiver Wirkung auch auf Straubing



- Rohstoffe und Ressourcenmangel
- Materialzusammensetzung
- Materialwahl und Rezyklate



- Emissionen im Unternehmen und der Lieferkette vermeiden und reduzieren

- Herstellerwahl
- Verpackungsmüll: Mehrweg, Recycling und Kreislaufwirtschaft sowie Vermeidung von Überproduktion
- Gesellschaftliche Forderung und Trend zu Nachhaltigkeit

Durch die Wesentlichkeitsanalyse haben wir Kernthemen definiert, deren Weiterentwicklung wir in unserer Nachhaltigkeitsstrategie mit entsprechenden Maßnahmen festgelegt haben.

Das direkte Engagement der Geschäftsführung bei der Durchführung der Analyse sorgt dafür, dass diese Themen die notwendige Bedeutung im gesamten Unternehmen erhalten.



„ZU VERSTEHEN WAS WIRKLICH FÜR
UNS UND UNSERE STAKEHOLDER
ZÄHLT, IST DER AUSGANGSPUNKT
UNSERER STRATEGISCHEN
ENTSCHEIDUNGEN“

FRANZISKA KNÖFERL

WERKSTUDENTIN NACHHALTIGKEIT



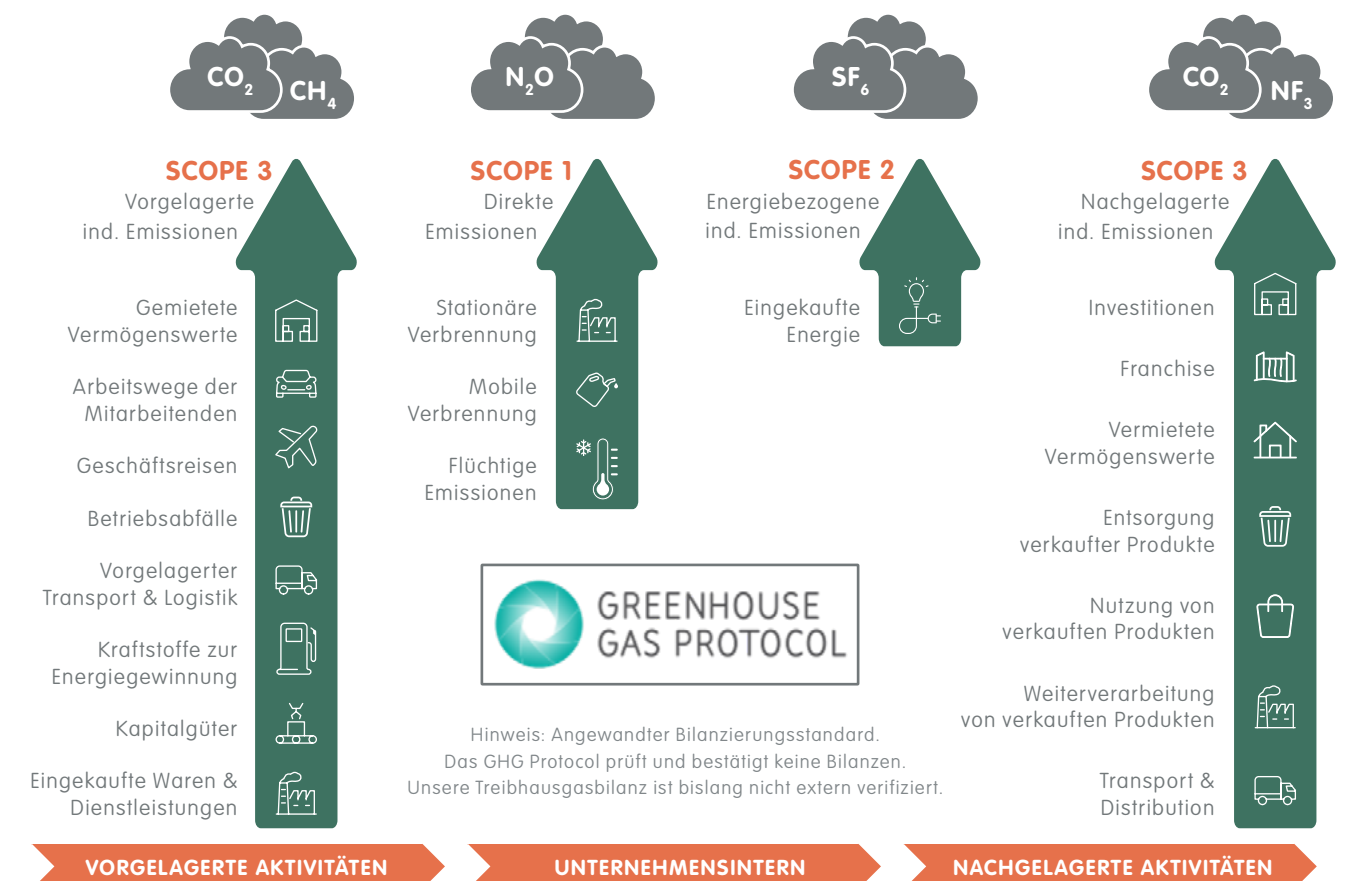
UMWELT

UMFASSENDE EMISSIONSBEWERTUNG

Seit 2022 erfassen wir alle Treibhausgase und analysieren die gesamte Wertschöpfungskette für präzise Maßnahmen.

Um die ökologischen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeiten auf die Umwelt zu verstehen, erarbeiteten wir erstmals 2022, unterstützt von einer Nachhaltigkeitsberatung, eine Treibhausgasbilanz mit Scope 1+2. Neben CO₂-Emissionen betrachteten wir auch andere Treibhausgase wie Lachgas, Methan, F-Gase und Schwefelhexafluorid (CO₂e).

Dadurch konnten wir Emissionsquellen identifizieren, Potenziale ausfindig machen und Maßnahmen ableiten. Für das Folgejahr entschieden wir uns, den Umfang unserer Treibhausgasbilanz entsprechend dem Greenhouse Gas Protocol auf die gesamte Wertschöpfungskette auszuweiten und damit Scope-3-Emissionen ausführlich zu erfassen und haben die Scope-3-Werte für das Basisjahr 2022 entsprechend nachberechnet. Dies umfasst alle in der folgenden Grafik abgebildeten Aktivitäten:



UMWELT-

AUSWIRKUNGEN

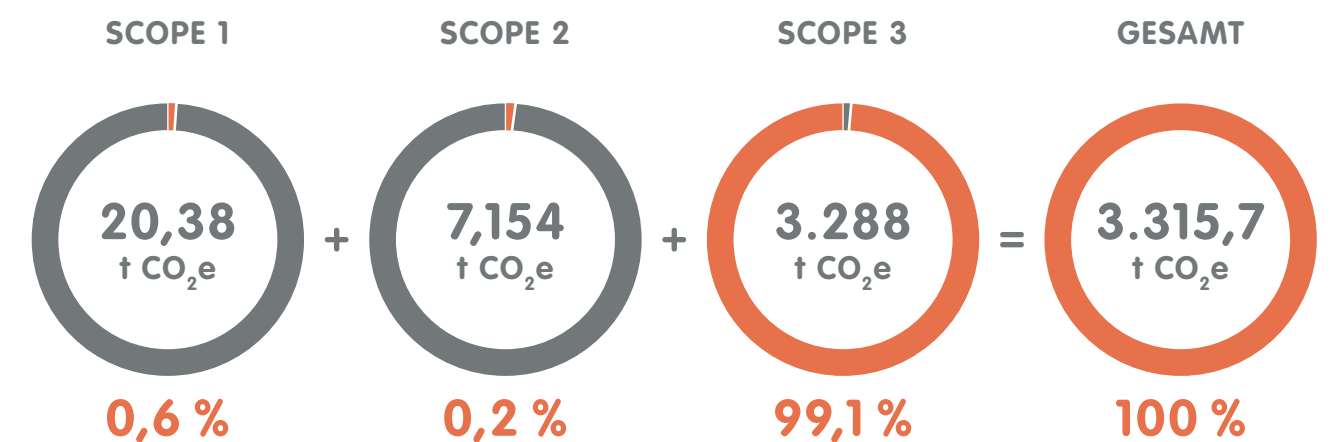
SICHTBAR

MACHEN

GRUBER-FOLIEN: UMFASSENDE ANALYSE DER UMWELTBILANZ 2025

**Starker Fokus auf Scope-3-Emissionen:
Unsere engagierten Maßnahmen zeigen Fortschritte.**

Mit dem Berechnen der Emissionen aller Unternehmensaktivitäten sowie aller Scope-3-Emissionen konnten wir für Gruber-Folien folgende Umweltauswirkungen für das Jahr 2025 feststellen: 99,1 Prozent unserer Emissionen entstehen in der Lieferkette. Das liegt an unserem Geschäftsmodell: Wir konfektionieren zugekaufte Folien. Der Hebel liegt damit fast vollständig im Materialeinkauf.



Hinweis: Rundungsbedingt können sich Abweichungen in den Summen ergeben.

Aus der obigen Grafik wird deutlich, dass der Anteil der Scope-3-Emissionen sogar über dem weitverbreiteten Durchschnitt von 80 % der Gesamtemissionen liegt.

Weil fast unsere gesamte Wirkung in der Lieferkette liegt, arbeiten wir dort an: Materialwechsel, Schichtdickenreduktion, Rezyklateinsatz.

Die höhere Zahl verdeutlicht jedoch auch den erheblichen Einfluss, den unsere Geschäftstätigkeit auf die Umwelt hat. Daher setzen wir weiterhin auf innovative Lösungen und engmaschige Kontrollen, um unsere Umweltbilanz kontinuierlich zu verbessern. Unsere Strategie umfasst auch die enge Zusammenarbeit mit Partnern, um nachhaltige Praktiken in der gesamten Wertschöpfungskette zu fördern.

TREIBHAUSGAS-

BILANZ 2025

RESSOURCEN: MIT INNOVATION RAUS AUS DER VERBRENNUNG.

PHOTOVOLTAIK ERWEITERUNG:

Unsere PV-Anlage auf dem Produktionsgebäude in der Gustav-Hertz Straße konnte letztes Jahr ein Drittel des Strombedarfs in der Produktion decken. 2025 haben wir diese um 160 Module erweitert. So können wir unsere Abhängigkeit von externen Energieressourcen verringern.

ÖKOGAS:

Zusätzlich haben wir ab August 2025 auf den zertifizierten Ökogasanbieter Polarstern umgestellt. Dieser ist von TÜV Nord zertifiziert und bezieht die Gasversorgung bilanziell ausschließlich aus europäischen Biogasanlagen. Hier konnten wir 4,6t unserer direkten Scope 1 Emissionen einsparen im Gegensatz zum Vorjahr.

Zusammen zeigen diese Maßnahmen einen wichtigen Schritt Richtung erneuerbare Energien. Die einzig übrigen Stellschrauben sind nur noch das Heizöl und der Strom in der Verwaltung.

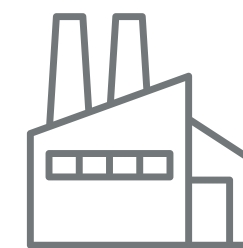
PRODUKTION



- ÖkoStrom (114.154 kWh)
- Erdgas (61.620 kWh)
- Ökogas (33.060 kWh)
- PV-Anlage (54.300 kWh)

→ ⓘ
21.143 kWh werden
hierbei eingespeist

MANUFAKTUR



- Erdgas (9.785 kWh)
- Ökogas (3.481 kWh)
- Heizöl (6.028 kWh)

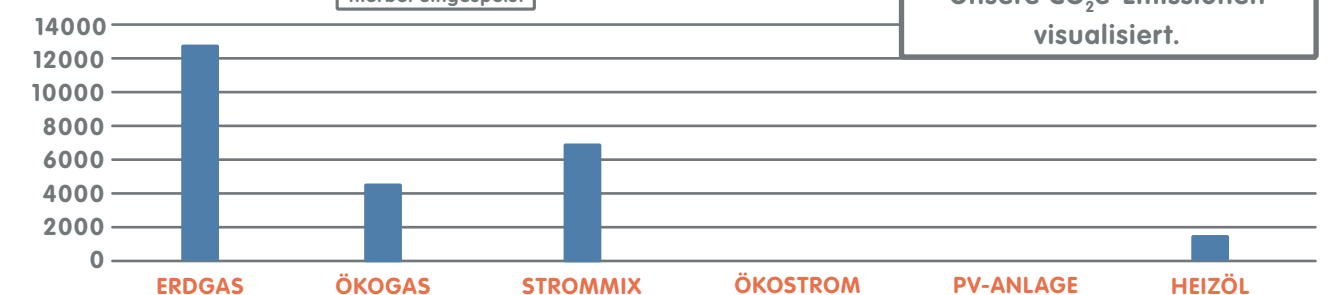
VERWALTUNG



- Strom (16.446 kWh)



Unsere CO₂e-Emissionen
visualisiert.



ERNEUERBARE

ENERGIEN

UNSER ENGAGEMENT FÜR DEN KLIMASCHUTZ BIS 2036

Wir streben an, unsere Treibhausgasemissionen bis 2036 um mindestens 90 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2022 zu reduzieren.

Unsere Reduktionsziele haben wir nach der Methodik der Science Based Targets initiative berechnet. Dabei berücksichtigen wir die Emissionen gemäß Scope 1, 2 und 3. Unser Ziel ist es, die Emissionen von 2022 bis 2030 jährlich um 5,3 % zu senken.

Bis 2036 soll die Reduktionsrate auf 13,8 % ansteigen, da wir erwarten, dass unsere Nachhaltigkeitsstrategie sowie unser Geschäftsumfeld an Dynamik gewinnen. Wenn wir diese Reduktionsziele erreichen, werden unsere Treibhausgasemissionen im Jahr 2036 nur noch 10 % der Emissionen von 2022 betragen. Für die verbleibenden rund 10 Prozent prüfen wir Ausgleichsmaßnahmen. Sie ersetzen keine Reduktion und werden nicht gegen unsere Bilanz gerechnet.

Maßnahmen zum Klimaschutz unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Umsetzbarkeit und der Höhe ihrer Auswirkungen. Die Umstellung auf Ökogas ab August 2025 ist ein Beispiel für eine effektive Maßnahme, die durch einen Wechsel des Gasanbieters leicht umgesetzt werden kann. Dadurch konnten auch wir 4 Tonnen CO₂e einsparen. Mit ähnlichen, sowohl einfachen als auch komplexeren Maßnahmen ist es uns im letzten Jahr gelungen, unsere Scope-1 Emissionen um 13% zu reduzieren. Bei den Scope-2-Emissionen, sind wir um 4% gestiegen, da der Stromverbrauch in der Verwaltung höher als im Vorjahr war. Allerdings ist hervorzuheben, dass aufgrund des nur sehr geringen Anteils an den Gesamtemissionen dies nur leicht ins Gewicht fällt.

Das größte Potenzial zur Reduzierung unserer Treibhausgasemissionen liegt jedoch in den Scope 3 Emissionen, die den Großteil unserer Umweltwirkungen ausmachen. Da diese Emissionen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette entstehen – von der Rohstoffgewinnung über verschiedene Transport- und Produktionsschritte bis hin zur Nutzung und letztlich der Entsorgung unserer Produkte – sind die Reduktionsmaßnahmen besonders komplex. Aufgrund der Reduktion eines unserer Haupttreiber Aluminium und der Verbrennung, weil wir unsere Recyclingquote anheben konnten, konnten wir unsere Scope 3 Emissionen um 2 % reduzieren.

LANGFRISTIGES ZIEL:

90 PROZENT

WENIGER EMISSIONEN

IM VERGANGENEN JAHR HABEN WIR FOLGENDE MASSNAHMEN UMGESETZT:

DAS JAHR DES PAPIERS

Der Trend zum Papierverbund ist auch an uns nicht vorbei gegangen. Letztes Jahr haben wir uns stark mit dem Thema Papier für flexible Verpackungen auseinandergesetzt und einige vielversprechende Tests angestoßen. Daraus konnten wir einige neue Papierverbunde mit verschiedenen Barriere-Werten in unser Sortiment aufnehmen, um auch im Papierbereich ein breites Spektrum an Füllgütern abdecken zu können. Papier kann derzeit bei High-Barrier-Anwendungen technisch noch nicht mit Polymerverbunden mithalten. Dennoch ermöglichen innovative Beschichtungslösungen eine deutliche Leistungssteigerung, wobei wir – wo möglich – auf recyclingfähige Materialien setzen.

REDUKTION DES ALUMINIUMVERBRAUCHS

Die Verarbeitung von Primäraluminium verursacht mit einem Anteil von etwas über 30 % einen wesentlichen Teil unserer Treibhausgasemissionen und stellt damit einen zentralen Hebel für Emissionsreduktionen dar. Um dieses Potenzial zu adressieren, haben wir bereits Anfang 2023 zwei Alternativen zu konventionellen Aluminiumverbunden in unser Portfolio aufgenommen: die Monomateriallösungen L096A und L111A auf PP-Basis. Beide Materialien wurden von Interzero hinsichtlich ihrer Recyclingfähigkeit und Sortierbarkeit geprüft. Das Ergebnis zeigt, dass sie in bestehenden Sortierprozessen zuverlässig erkannt und einer hochwertigen Wiederverwertung zugeführt werden können. Im Jahr 2025 verzeichneten diese Monolösungen eine besonders hohe Nachfrage bei unseren Kunden im Vergleich zu den Vorjahren. Für Anwendungen, bei denen ein vollständiger Umstieg auf Monomaterialien derzeit nicht möglich ist, entwickeln wir parallel emissionsärmere Alternativen durch reduzierte Schichtdicken. In enger Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kunden testen, bewerten und optimieren wir kontinuierlich dünnere Folienstrukturen. Die daraus resultierende Reduktion des Aluminiumanteils wirkt sich insbesondere positiv auf unsere Scope-3-Emissionen aus.

UMFASSENDE PFC-BERECHNUNG

Dank unseres Product Carbon Footprint (PCF) Rechners können wir unseren Kunden wissenschaftlich fundierte Daten zu den Treibhausgasemissionen einzelner Produkte bereitstellen. Dies schafft Transparenz und hilft, fundierte Entscheidungen für emissionsärmere Alternativen zu treffen. So können unsere Kunden die Emissionen verschiedener Verpackungsvarianten vergleichen und die Variante mit dem niedrigeren Wert wählen.



ERWEITERTER EINSATZ VON REZYKLAT

An Rezyklat Alternativen sind wir schon im Jahr 2024 dran gewesen. Doch gerade durch die kommenden PPWR-Regulierungen kommt das ganze Thema sowohl Kunden seitig als auch Lieferanten seitig immer mehr ins Rollen. 2025 konnten wir mehrere Projekte starten um Folien und Zubehör mit Rezyklat Anteilen zu testen. Einige davon konnten wir erfreulicherweise schon freigeben, während andere sich noch in der Testphase befinden. Die dabei entstehenden technischen Herausforderungen verlangen während der Qualifizierung viel Austausch zwischen Lieferanten, Einkauf und Produktion, um zu einem guten und verarbeitbaren Ergebnis zu führen, welches den Produktanforderungen gerecht wird.

JÄHRLICHES REDUKTIONSZIEL

Unsere Reduktionsziele nach SBTi-Methodik liegen bei 5,3 Prozent jährlich bis 2030 und 13,8 Prozent danach, Basisjahr 2022. Danach steigt es auf rund 13% jährlich, um 2036 bei einer Reduktion von 90% zu landen. Wie ist es also dieses Jahr gelaufen?

Scope 1 + 2: hier konnten wir im Vergleich zum Vorjahr unsere Emissionen um 9% senken

Scope 3: hier konnten wir unsere Emissionen im Vergleich zum Vorjahr um 2% senken

Insgesamt: Insgesamt konnten wir unsere Emissionen im Vergleich zum Vorjahr um 2 % senken und haben somit das Ziel von einer jährlichen Reduktion um 5% verfehlt. Schauen wir aber das absolute Reduktionsziel im Vergleich zum Base Jahr 2022 an, welches -16% beträgt, konnten wir dieses mit insgesamt -17% übertreffen. Das heißt, auch wenn wir nicht 5% besser als im Vorjahr sind, liegen wir dennoch immer noch sehr gut im Rahmen unserer absoluten Reduktionsziele.

UMSTELLUNG UNSERER RECYCLINGQUOTE GEMÄSS DEM MINDESTSTANDARD

Um Unternehmen aus der Verpackungsbranche auf die bevor stehenden Regulierungen der PPWR vorzubereiten hat die Zentrale Stelle Verpackungsregister (ZSVR) im Einvernehmen mit dem Umweltbundesamt (UBA) die Ausgabe 2025 des Mindeststandards zur Bemessung des recyclinggerechten Designs von Verpackungen veröffentlicht. Wir mussten daraufhin unsere ursprüngliche Berechnung der Recyclingquote anpassen. Nach dem ZSVR-Mindeststandard Ausgabe 2025 liegt unsere Quote bei 10 Prozent. Der Vorjahreswert von 4 Prozent beruht auf einer anderen Berechnungsgrundlage und ist nur eingeschränkt vergleichbar. Der Anstieg geht auf den höheren PP-Einsatz zurück. Dies liegt vor Allem an der geringen Reduktion vom eingesetzten ALU und an dem enormen Anstieg unseres PP Einsatzes für recyclingfähige Monomaterialien (L111A und L096A), der mehr als 4,5 mal so groß ist, als noch in 2024.



SOZIALES

GEMEINSAM GROSSES BEWEGEN



84% Zufriedenheit und kontinuierliche Verbesserung – wir setzen auf ein faires, gesundes und unterstützendes Arbeitsumfeld.

Bei Gruber-Folien legen wir besonderen Wert auf ein freundliches, angenehmes und kollaboratives Arbeitsklima. Die Effektivität dieser Bemühungen fragen wir jährlich von all unseren Mitarbeitenden durch unsere Great Place to Work-Befragung anonym ab. Im gleichen Zuge wird es ermöglicht, auf Problem hinzuweisen oder Verbesserungsvorschläge zu liefern. In der Great-Place-to-Work-Befragung 2025 lag die Zustimmungsquote bei 84 Prozent, nach 81 Prozent im Vorjahr. Das sind 3 Prozentpunkte mehr. Da wir die Ergebnisse dieser Befragung ernst nehmen, suchen wir kontinuierlich nach Verbesserungspotenzialen und leiten entsprechende Maßnahmen ab. Dies hat uns im Vergleich zum Vorjahr eine Verbesserung um 3 % ermöglicht.



JOBRAD

Durch unser Jobrad-Angebot fördern wir die sportliche Betätigung unserer Mitarbeitenden und tragen so zu ihrem Wohlbefinden bei.



MITARBEITERBERATUNG

Wir ermöglichen unseren Mitarbeitenden, bei privaten oder beruflichen Problemen anonym mit Experten in Kontakt zu treten. Diese vertrauliche Beratung bietet einen unkomplizierten Austausch.



ALTERSVORSORGE

Gruber-Folien unterstützt die berufliche Altersvorsorge aller Mitarbeitenden und leistet einen Beitrag von 20 %, statt der gesetzlich geforderten 15 %.



FÖRDERUNG VON FRAUEN

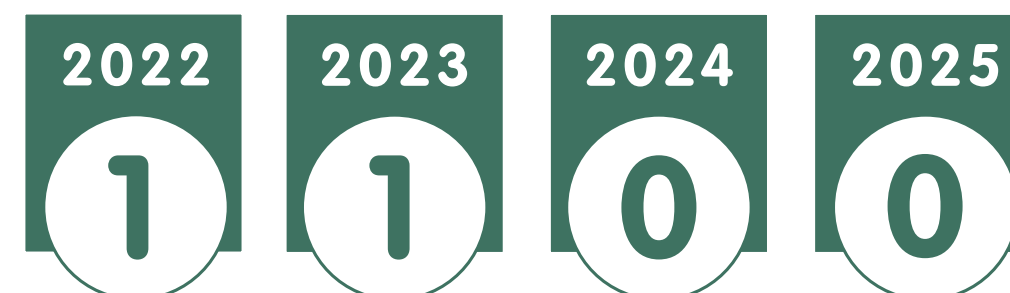
Unser Organigramm und eine Frauenquote von 75 % belegen unsere Chancengleichheit und die Förderung von Frauen bei Gruber-Folien. Wo möglich, bieten wir flexible Arbeitszeitmodelle an, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu erleichtern. Zudem engagiert sich Gruber-Folien extern gezielt für die Unterstützung von Frauen und Mädchen.

WIR GRUBIS

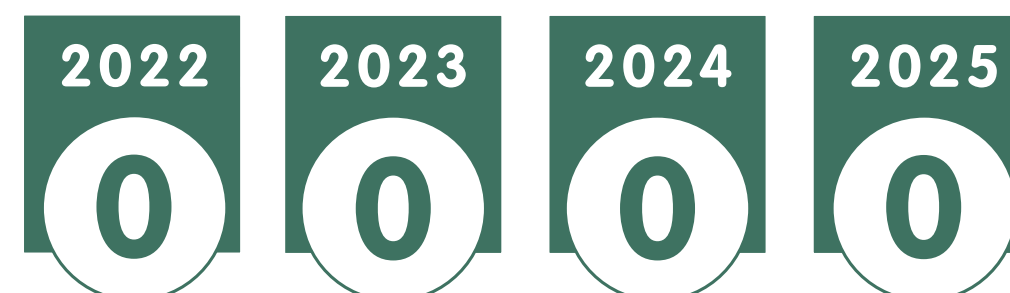
UNSERE BILANZ ZU ETHIK, ARBEITSSICHERHEIT UND FAIREM MITEINANDER.

Verantwortung bedeutet für uns mehr als nur die Einhaltung von Gesetzen – es ist das Versprechen an unsere Belegschaft und Partner, ein absolut sicheres und ehrliches Umfeld zu schaffen. Ob Arbeitssicherheit, Korruptionsprävention oder der Schutz vor Diskriminierung: Unsere internen Kontrollmechanismen und Schulungsprogramme greifen ineinander, um Risiken proaktiv zu minimieren. Die Ergebnisse des Jahres 2025 zeigen den Erfolg dieses Engagements: Es gab keinerlei bestätigte Vorfälle in diesen Bereichen. Dieser saubere Status Quo ist für uns Ansporn, unsere Standards in der Zusammenarbeit täglich zu leben und unsere Null-Toleranz-Strategie gegenüber Fehlverhalten konsequent beizubehalten.

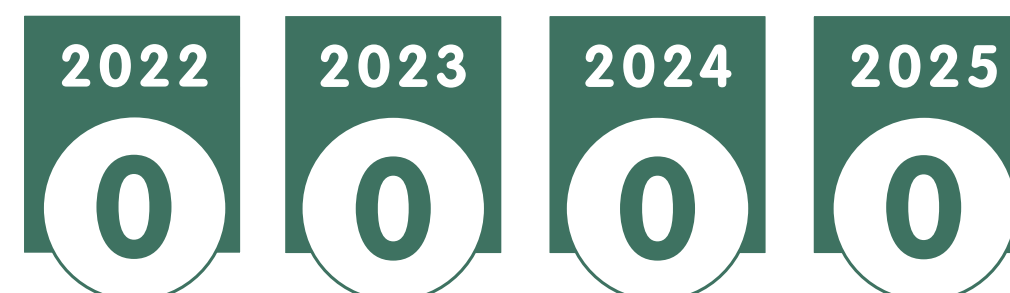
Arbeitsunfälle



Korruptionsfälle



Diskriminierungsfälle



VERANTWORTUNG

IN ZAHLEN

MEHR ALS NUR BUSINESS: WO WIR 2025 ALS PART- NER ZUR SEITE STANDEN.

Ganz im Einklang unserer Unternehmensphilosophie und unserer sozialen Verantwortung wurden im Jahr 2025 an drei Herzensprojekte gespendet:

PINKSTINKS GERMANY E.V.

Pinkstinks Germany e.V. ist ein gemeinnütziger Verein, der sich für Geschlechtergerechtigkeit und gegen Sexismus einsetzt. Im Fokus steht vor allem die Kritik an stereotypischen Geschlechterrollen, insbesondere in Werbung, Medien und Konsumkultur. Die Organisation betreibt Aufklärungsarbeit durch Kampagnen, Bildungsangebote und Studien, um ein vielfältigeres und klischeefreieres Bild von Geschlecht zu fördern. Ziel ist es, strukturelle Diskriminierung sichtbar zu machen und langfristig gesellschaftliche Veränderungen anzustoßen.

**PINK
STINKS**

HAUS FÜR DAS LEBEN E.V. + BENEFIZKONZERT

Das „Haus für das Leben e.V.“ begleitet Frauen und Kinder, die Gewalt erlebt haben. Für viele ist es kein Übergangsort, sondern der erste sichere Raum seit langer Zeit. Das Haus für das Leben bietet zum Beispiel ein Frauenhaus, eine Mutter-Kind-Wohngruppe oder Beratung bei Problemen. Es handelt sich also um einen Ort, an dem Schutz, Beratung und Begleitung selbstverständlich sind. Unsere Spende fließt in Wartung und Erneuerung der thermischen Solaranlage. Außerdem unterstützen wir auch das Benefizkonzert als Sponsor für das „Haus für das Leben e.V.“ zum Zwecke einer Badsanierung.



CARITAS

Um vier Jugendlichen den weiteren Besuch im Hort zu ermöglichen, weil es finanziell für ihre Familien nicht mehr tragbar gewesen wäre, haben wir im Dezember an die Caritas gespendet. Die Kinder bekommen dort ein warmes Mittagessen, machen ihre Hausaufgaben, spielen, reden und haben geschulte Erwachsene um sich, die bei Problemen zuhören. Unsere Spende reicht, um diesen Kindern den Besuch für ein ganzes Jahr zu ermöglichen.



UNSERE BILANZ

A modern office interior with glass partitions, wooden accents, and people working. The scene is brightly lit with natural light from large windows. A person is visible working at a desk in the background, and another person is partially visible in the foreground. The office has a clean, professional look with a mix of wood and glass materials.

GESCHÄFTS- VERHALTEN

GEMEINSAM ZUKUNFT GESTALTEN: VERANTWORTUNG LEBEN, WERTE SCHÜTZEN

Unsere Philosophie für ein nachhaltiges, diskriminierungsfreies Miteinander und innovative Lösungen für kommende Generationen.

In unserer Unternehmenskultur sind Gemeinschaft, Verantwortung und eine zukunftsorientierte Perspektive von zentraler Bedeutung.

Unsere Unternehmensphilosophie verdeutlicht unsere Werte und zeigt auf, wie wir eine Vertrauenskultur in allen Bereichen unseres Unternehmens leben möchten.

Unser Unternehmenszweck „Wir schützen Werte“ ist der Kern unserer Arbeit und steht sowohl für unsere Produkte als auch für unser Handeln. Als Unternehmen tragen wir Verantwortung und richten unseren Blick auf eine Zukunft, die enkeltauglich ist und somit unsere Umwelt schützt.

VERHALTEN AM ARBEITSPLATZ

Gemeinsam mit dem Arbeitsvertrag unterschreiben alle Beschäftigten bei Gruber-Folien mehrere Compliance-Anforderungen, die zum konstruktiven und positiven Miteinander am Arbeitsplatz verpflichten sollen.

Wir positionieren uns ganz klar gegen jede Art von Diskriminierung und fördern Individualität und Kreativität.

CODE OF CONDUCT

Ein verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Wirtschaften ist für uns essenziell. Mit unserem Code of Conduct setzen wir klare Maßstäbe für ethisches, ökologisches und soziales Handeln – sowohl für uns als auch für unsere Lieferanten.

Im Einklang mit den drei Säulen der Nachhaltigkeit verpflichten wir uns dazu, diese Werte aktiv zu leben und entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette weiterzutragen. Unser Code of Conduct kann jederzeit auf unserer Website eingesehen werden.

UNTERNEHMENS-

KULTUR

POLITISCHE EINFLUSSNAHME

Gruber-Folien setzt sich entlang der gesamten Wertschöpfungskette für verantwortungsvolles Handeln ein, das sowohl gesellschaftliche als auch ökologische Auswirkungen berücksichtigt. Obwohl das Unternehmen keine explizite politische Ausrichtung verfolgt, engagiert es sich in Verbänden für die Förderung nachhaltiger Unternehmenspraktiken und die sozial-ökologische Transformation der Wirtschaft. Zudem ist Gruber-Folien in verschiedenen Verbänden aktiv, um vom Austausch innerhalb der Branche zu profitieren und gemeinsame Interessen voranzubringen.

- **Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft (BNW)**

Ein Netzwerk, das Unternehmen bei der Umsetzung nachhaltiger Geschäftsstrategien unterstützt und auf nationaler Ebene als Sprachrohr dient.

- **Industrievereinigung Kunststoffverpackungen (IK)**

Ermöglicht die Teilnahme an Branchenentwicklungen und informiert über innovative Verpackungslösungen.

- **Industrie- und Handelskammer (IHK)**

Bietet Unterstützung durch Schulungen, Beratungen und ein starkes regionales Netzwerk.

- **Verband deutscher Unternehmerinnen (VDU)**

Setzt sich für Diversität ein und fördert Initiativen zur Unterstützung von Frauen in Führungspositionen.

- **UmweltCluster Bayern**

Arbeitet an der Umsetzung der Kreislaufwirtschaft, um das Wirtschaftsmodell von linearer zur kreislauffähigen Wirtschaft zu entwickeln.

Die Gruber-Folien GmbH & Co. KG leistet keine Parteispenden, weder in Form von finanziellen Beiträgen noch in Form von Sachzuwendungen, weder direkt noch indirekt. Daher beträgt der monetäre Gesamtwert der Parteispenden 0 Euro.



VERPFLICHTUNG

Wir verpflichten uns, innovative und nachhaltige Lösungen zu schaffen, die nicht nur den heutigen Bedürfnissen gerecht werden, sondern auch zukünftige Generationen im Blick haben. Durch unser Engagement für Qualität, Ethik, Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung streben wir danach, in unserer Branche Maßstäbe zu setzen und einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft und Umwelt auszuüben.

Wir sind überzeugt, dass durch die gemeinsame Anstrengung und das Engagement jedes Einzelnen unser Unternehmen weiter wachsen und gedeihen wird. Gemeinsam werden wir Herausforderungen meistern, Chancen nutzen und eine Zukunft gestalten, auf die wir stolz sein können.



IMPRESSUM

Herausgeberin:

Gruber-Folien GmbH & Co. KG
Schlesische Straße 114
D-94315 Straubing

Tel.: +49 9421 189956-0
info@gruber-folien.de
www.gruber-folien.de

Ihr Ansprechpartner:

Franziska Knöferl
Nachhaltigkeitsmanager
Tel.: +49 9421 189956-22
knoeferl@gruber-folien.de



Redaktion:

Franziska Knöferl
Philip Widerspan

Fotografie:

Martin Holzner, Wien

Text- und Bildnachweise:

Alle Nachweise liegen GRUBER vor.
Nachdruck oder sonstige Vervielfältigung,
auch auszugsweise, nur mit
ausdrücklicher Genehmigung
der Herausgeberin.



CONTACT US

T : +49 9421 1899560

E : info@gruber-folien.de

W : www.gruber-folien.de

A : Schlesische Straße 114

D-94315 Straubing

© 04/2026