

# CHANCEN ERKENNEN UND IMAGE AUFBESSERN

**Es gibt Investitionen, die Zulieferfirmen eher zögerlich tätigen, weil sie die Kosten nicht an die Kunden weitergeben können. Dazu gehört das Investieren in Nachhaltigkeit und Cybersicherheit. Doch Nachhaltigkeit kann eine Chance bieten und Cybersicherheit schützt Firmen vor Imageverlust.**

Von Eugen Albisser



Michael Krüger, CEO  
Corvaglia: «Nehmen Sie  
politisch erzwungenen  
Wandel ernst und nehmen  
Sie ihn als Chance wahr.»  
Bild: Eugen Albisser



**Z**ulieferfirmen müssen sich momentan mit vielen und zum Teil komplett unterschiedlichen Themen auseinandersetzen. Zwei davon sind Nachhaltigkeit und Cybersicherheit. Beide Themen waren Teil der «CEO Sessions» an der vergangenen Swiss Plastics.

### **Grüne Welle als Chance für die Industrie**

Unter den Ausstellern war auch die Zulieferfirma Corvaglia. Deren CEO Michael Krüger hielt an der CEO-Session zudem einen Vortrag. Der Titel: «Die grüne Welle als Chance für die Industrie». Die Firma Corvaglia ist gemessen am Ausstoss ein riesiger Zulieferer: Über eine Billion Verschlüsse stellte die Thurgauer in den vergangenen dreissig Jahren her. 20 Prozent aller PET-Flaschen für Erfrischungsgetränke sind mit Corvaglia-Verschlüssen bestückt. Wie alle Kunststoffverarbeiter hat auch Corvaglia nach aussen ein Problem: Nachhaltigkeit und Plastik scheint ein Widerspruch zu sein oder wie es Michael Krüger in seinem Vortrag ausdrückt: «Ist Plastik das neue Rauchen?». Es müsste nicht sein. Denn das Nachhaltigkeitsproblem taucht vor allem am Ende der Wertschöpfungskette auf, wenn Menschen Plastik achtlos wegwerfen. Ansonsten hat Kunststoff gegenüber anderen Verpackungen fast schon phänomenale Werte, was den CO<sub>2</sub>-Ausstoss bis zum Verkaufsregal angeht: Eine PET-Flasche kommt auf 71 g CO<sub>2</sub>-Ausstoss, Aluminiumdosen auf 106 g und Glasflaschen auf 170 g.

### **Grosskunden machen Druck**

«Wir alle müssen aber dennoch in die Nachhaltigkeit investieren», meint Krüger. Ein Weg führt über die Materialeinsparung. Hier kann eine Firma wie Corvaglia mit dem riesigen Ausstoss auftrumpfen, denn jedes eingesparte Gramm pro Verschluss summiert sich enorm. Corvaglia hat hier die Hausaufgaben gemacht und hält den Weltrekord mit dem leichtesten Verschluss unter den Mitbewerbern. Solche Einsparungen sind auch ein gutes Verkaufsargument! Denn die Kunden wollen oder müssen zumindest nach aussen «grüner» werden.

Doch auch sie als Zulieferfirma bekommen Druck von

Grosskunden, in diesem Fall zum Beispiel von Coca-Cola. So mussten sie sich zum Beispiel verpflichten, die Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Doch in diesem Fall ist Corvaglia meist schon etwas Voraus, denn der Verschlusshersteller investiert seit Längerem in eine energieeffiziente Produktion: vollelektrische Spritzgussmaschinen statt hydraulische; umgestellte Beleuchtung; Wärmerückgewinnung von Kompressoren, um Hallen zu heizen – das alles gehört zum Nachhaltigkeitskonzept. «Doch wir tun dies nicht einmal aus Altruismus, sondern weil sich eine höhere Effizienz auch finanziell und fürs Image auszahlt», sagt Krüger.

### **«Nehmen Sie politisch erzwungenen Wandel ernst!»**

Mitgebracht aufs Podium hat Krüger auch ein spezielles Learning für die Zuhörenden: «Nehmen Sie politisch erzwungenen Wandel ernst und nehmen Sie ihn als Chance wahr.» Sein Beispiel: Es wurden neue EU-Richtlinien angekündigt. Sie besagten, dass ab 2024 Verschlüsse an Getränke-Behälter verbleiben müssen. Ob das nachhaltig ist, bleibt umstritten, denn es braucht für solche Tethered Cap-Lösungen mehr Kunststoff. Daher rechneten nur wenige damit, dass die Richtlinien durchgesetzt würden. Doch dann ging alles zügig bei der Umsetzung und die Verschlusshersteller wurden überrascht. Nicht so Corvaglia. Sie hatten trotz Ungewissheit in die Entwicklung neuer Verschlüsse und der Formtechnologie investiert. «Mit dem Risiko, dass die Richtlinie dann nicht kommt», meint Krüger. «Aber eben auch mit der Chance, dass sie uns Türen öffnet zu neuen Kunden, wenn wir vor allen anderen bereit sind.» Das sei nun tatsächlich geschehen, denn ihre Tethered Cap-Lösung ist nun einzigartig.

### **Cybersicherheit in der Lieferkette**

Ähnlich wie beim Investieren in die Nachhaltigkeit ist das Investieren in die Cybersicherheit: Die Kosten können oft nicht auf die Kunden abgewälzt werden. Aber es kann schlimm enden, wenn man den Themen nicht genügend Beachtung schenkt. «Denn inzwischen nehmen Cyberangriffe immer mehr zu und im Darknet gibt es solche Angriffe bereits im Abo zu kaufen», erklärt Sebastiano Davanzo, Cybersicherheitsberater bei der Firma InfoGuard AG. Solche Cyberattacken können jedes Unternehmen zum Stillstand bringen oder Produktionsanlagen manipulieren. Qualität und Image der Firma stehen auf dem Spiel. Ein



unterschätzter Punkt bei der Cybersicherheit ist die Lieferkette. Doch man weiss: Hacker können durch Angriffe auf einzelne Knotenpunkte in einer Lieferkette erheblichen Schaden anrichten. Denn Hacker suchen gezielt das schwächste Glied in der Lieferkette und starten von dort den Angriff, um deren Lieferanten oder Käufer zu infizieren. Man redet dann von einer «supply chain attack».

### **Selbst ein Backup braucht einen Test**

Davanzo erklärt die grundlegenden Massnahmen so: «Jede Firma muss ihre Lieferkette identifizieren und dokumentieren in Bezug auf die Risiken für das Unternehmen.» Es stellen sich dabei Fragen wie: Wie wichtig ist der Lieferant für das Unternehmen? Macht der Lieferant Fernwartungstätigkeiten an Produktionsanlagen? Die Lieferanten sollten regelmässig auditiert werden, um Risiken zu identifizieren. «Intern sollten Firmen Anforderungen festlegen an die Lieferantensicherheit und Weisungen definieren mit Minimalanforderungen», erklärt Davanzo. Ein wichtiger Punkt ist auch die Sensibilisierung der eigenen Mitarbeitenden – und der Lieferanten! Neben solch grundlegenden Massnahmen, gibt es auch organisatorische und technische Massnahmen. Dazu gehört ein Backup und klare Anweisungen für die Wiederherstellungsprozesse. Doch was man oft vergisst: Man muss dieses Backup und die Wiederherstellung auch testen, ob sie funktionieren! Ausserdem sind Multifaktor-Identifizierung auch für externe Schnittstellen ein Muss! Ein Benutzername und ein Passwort genügen längst nicht mehr. Und wenn alle Stricke reissen? Dann gibt es noch den 8-Punkte-Plan. «Der erste und wichtigste Punkt lautet: bleiben Sie ruhig und gehen Sie strukturiert vor!», meint Sebastiano Davanzo. 

