

VETRO TIME

Bülach
Great Place to Work®

Grupa
Akvizicija
staklane
u Moldaviji

Fokus
Staklo je u trendu



4	Upadljivo	Napravljeno od stakla
6	Grupa	Vetropack kupuje staklanu u Moldaviji
8	Fokus	Sreća od stakla, sreća u staklu
15	Certifikat	U Bülachu se radi s veseljem!
17	Posloводство Grupe	Novi tehnički direktor
18	Novi razvoji	Staklena raznovrsnost
23	Fragmenti iz kulture	Staklo je strast: "Atelje Muška koža"



Propustili ste neko od izdanja Vetrotimea?
Pomoću ovog QR-koda možete preuzeti
prijašnja izdanja.

Impresum

Uredništvo i tekstovi Corporate Communications
Vetropack Holding Ltd, Bülach
Grafički dizajn Arnold & Braun Grafik Design, Luzern
Tisak Print Centar Krapina d.o.o.

Fokus: U sportskoj staklenoj boci s naslovnice, obična voda iz slavine energetski se oživljava. Kod za prijenos informacija utisnut u sredini boce prenosi pozitivne informacije na vodu koju smo natočili. Ergonomska sportska boca ugodna je za držanje u ruci, a proizvodi je Vetropackova tvornica u Humu na Sutli.



Drage čitateljice, dragi čitatelji,



Jeste li primijetili da trkač na naslovnoj stranici Vetrotimesa ima sva obilježja mlade, urbane osobe? U ruci ležerno drži pametni telefon koji tijekom trčanja može pričvrstiti na nadlakticu. Slušalice su bežične. Pametnim satom snima puls i korake. To je u današnje doba uobičajeno za mnoge, no to ga ne čini trendseterom. Pa ipak se, već na prvi pogled, vidi da je riječ o osobi koja prati trendove – jer pije iz šarene sportske staklene boce! A staklo je popularno. To ne potvrđuje samo ovaj urbani sportaš, već i mnoge druge mlade žene i muškarci. Neke od njih predstavljamo u ovom broju časopisa Vetrotimes (stranice 8 do 12). Ukrajinski je umjetnik Vladimir Mozheiko istaknuo: "Staklo je 'sljedeća velika stvar' jer je izrađeno od prirodnih materijala, lako se reciklira i ne zagađuje okoliš."

Vijest iz naše kompanije: Naša švicarska lokacija u Bülachu dobila je nagradu Great Place to Work® (stranica 15). Jako mi je drago što smo dobili ovaj certifikat i uvjeren sam da će nas u tome s vremenom slijediti i druge lokacije.

Vjerojatno ste u medijima pročitali i da kupujemo novu tvornicu stakla – u Moldaviji. O tome možete više saznati na stranici 6.

Nema kraja koroni. Od početka krize čitava Vetropack grupa pridržava se pravila o razmaku od dva metra kad god je to moguće. To je važno za nas i naše dobavljače, kupce i zaposlenike. Stoga smo odlučili da ove godine nećemo sudjelovati na sajmu Brau u Nürnbergu. Jako nam je žao što se ne možemo susresti licem u lice. Korona mijenja našu svakodnevnicu i moramo prekinuti neke tradicije koje smo negovali.

Ali dvije tradicije nećemo nikada prekinuti: i dalje ćemo pisati uzbudljive članke u našem časopisu za kupce i srdačno vam poželjeti sve najbolje povodom nadolazećih blagdana. Dragi čitatelji, želim vama, vašim obiteljima i prijateljima opuštajuće blagdane te uspješan početak 2021. godine.

Ostanite zdravi!

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding Ltd



Povezivanje starog i novog

Most mira u Tbilisiju

Most mira u Tbilisiju, glavnom gradu Gruzije, povezuje staru gradsku jezgru s parkom Rike, smještenom nedaleko od predsjedničke palače. Lučni pješački most dug 150 metara proteže se iznad rijeke Kure. Otvoren je 2010. i postao je važna znamenitost grada.

Most je projektirao talijanski arhitekt Michele De Lucchi. Dizajn svoda izrađenog od čelika i stakla podsjeća na neko izmišljeno morsko biće i noću je osvijetljen tisućama LED lampica. Uključuju se 90 minuta prije zalaska sunca i isključuju 90 minuta nakon izlaska sunca, a svakih sat vremena izmjenjuju se četiri različita svjetlosna programa. Jedan od njih svijetli u obliku valova koji se kreću s jedne strane rijeke na drugu.

Filigran

Kuća palmi u Schönbrunnu

Izgradnju kuće palmi u parku dvorca Schönbrunn u Beču naručio je car Franjo Josip 1880. godine. Dvorski arhitekt Franz Xaver Segenschmid imao je pune ruke posla: ovaj staklenik duljine 111 metara i ukupne površine od 2500 četvornih metara bio je najveći staklenik na svijetu na dan kad je otvoren. Između okvira željezne konstrukcije s vanjske strane umetnuto je 45 tisuća staklenih ploha koje se poput kože lijepe za zakrivljene željezne nosače i stvaraju prozračan i filigranski izgled zgrade. Visoki središnji paviljon i dva niža bočna paviljona povezani su hodnicima sličnim tunelima i čine tri različite klimatske zone – hladnu kuću na sjeveru, "umjerenu" u srednjem paviljonu i tropsku kuću na jugu.



© Stefan Steinbauer, Pixabay

Kuća palmi u dvorcu Schönbrunn zadnja je i najveća ova-kve vrste na europskom kontinentu. Dom je brojnih mediteranskih, tropskih i suptropskih biljaka.

Iznad oblaka

Shard u londonskoj četvrti Southwark visok 310 metara bio je do početka ove godine najviši neboder u Europskoj uniji. Slavni talijanski arhitekt Renzo Piano koncipirao je Shard u obliku piramide kao okomiti grad povezan sa željezničkim kolodvorom London Bridge. U neboderu su smješteni uredski prostori, hotel, restorani i luksuzni stanovi.

Neboder je nazvan i oblikovan prema krhotini stakla (shard je engleska riječ za krhotinu). Ime nije dobio slučajno. Naime, šiljasti vrh staklene fasade nerijetko reže guste oblake iznad londonskih ulica. Za izradu fasade upotrijebljeno je više od 11 tisuća staklenih ploča ukupne površine 56 tisuća četvornih metara. U samom neboderu postoje 44 dizala. No zanimljivo je da se lisac, koji je ušao u neboder za vrijeme gradnje, do 72. kata popeo stepenicama.



Veličanstveno

Glazbeno skladište

Elbphilharmonie u lučkom dijelu grada odavno je jedna od najpopularnijih znamenitosti Hamburga. Švicarski arhitekti Herzog i de Meuron pretvorili su staro skladište za kakao i kavu u koncertnu dvoranu. Ovaj kompleks usred rijeke Labe postavljen je na oko 1700 armiranobetonskih stupova i u njemu su smještene tri koncertne dvorane, hotel, 45 stanova i trg s panoramskim pogledom na grad od 360 stupnjeva.



Staklena "ljuska" na vrhu nasipa uzdiže se u visinu do 110 metara, a najniža točka smještena je oko 30 metara niže. Dizajnirana je kao jednoslojna staklena fasada i izvedena modularnim načinom gradnje. Za projektiranje je bila važna mogućnost prirodnog provjetravanja prostorija. Ukupno je postavljeno 1100 različitih staklenih elemenata na površini veličine oko 21.800 četvornih metara. Svaki element težak je do 1,2 tone i mora izdržati orkanske udare i brzine vjetra do 150 km/h te jake kiše.

Vetropack kupuje staklanu u Moldaviji



Vetropack je potpisao ugovor o preuzimanju staklane u Moldaviji.

Preuzimanjem staklane u Kišinjevu, koja se sastoji od dviju odvojenih operativnih jedinica (Glas Container Company i Glas Container Prim), Vetropack grupa nastavlja strategiju širenja i jača svoju tržišnu poziciju u srednjoj i istočnoj Europi.

"Ovom akvizicijom nastavljamo rast u regiji koja nam je vrlo poznata – regiji u kojoj imamo gotovo tri desetljeća iskustva u proizvodnji stakla",

*Johann Reiter
CEO Vetropack Holding Ltd*

Zahvaljujući jedinstvenom iskustvu u srednjoj i istočnoj Europi, grupa Vetropack najbolji je partner za razvoj postojeće moldavske staklane. Dokazano uspješna strategija Vetropacka temelji se na integraciji preuzetih staklana u Grupu, ali uz očuvanje njihova lokalnog karaktera i identiteta.

Nova tvornica stakla Vetropack u Kišinjevu godišnje proizvede oko 100 tisuća tona ambalažnog stakla za industriju hrane i pića, a koje se prodaje i na rastućem domaćem i na izvoznom tržištu. Tvornica u Moldaviji trenutno zapošljava oko 450 zaposlenika, a u 2019. ostvarila je prodaju u vrijednosti oko 40 milijuna eura.

Ova akvizicija označava još jedan korak u Vetropackovoj strategiji širenja i rasta te će omogućiti trajan i vrijedan doprinos Vetropack grupe u cjelini. Stranke uključene u ovu akviziciju složile su se da neće otkriti otkupnu cijenu.

Status: 18.11.2020.

S nama korona nema šanse jer održavamo razmak od najmanje 20 boca*.



*najmanje 2 metra



Prevenција

S nama korona nema šanse

*Aktualna pandemija bolesti Covid-19 velik je globalni izazov. Vetropack ima posebnu odgovornost prema svojim dobavljačima, kupcima i zaposlenicima.**

Vetropack je kao proizvođač staklene ambalaže za industriju hrane i pića važan dio tog sustava: osigurati opskrbu stanovništva i biti dio opskrbnog lanca uistinu je velika odgovornost. Vetropack je poduzeo sve kako bi ispunio tu veliku obvezu.

Radna skupina na razini Grupe kontinuirano je procjenjivala situaciju koja se stalno mijenjala te donosila potrebne mjere, a lokalni su ih krizni timovi provodili. Već su u veljači putovanja svedena na minimum, a zaposlenici informirani o higijenskim mjerama. Videokonferencije su postale dio radne svakodnevice.

Naša europska mreža od osam tvornica za proizvodnju staklene ambalaže, sa svojim predanim timovima, neprestano je poduzimala sve da bi se naš proces proizvodnje

odvijao bez prekida i bio siguran, kako bi kupcima naši visokokvalitetni proizvodi i dalje bili na raspolaganju. U tome su im podršku pružali naši dobavljači.

Bolje spriječiti nego liječiti

Upravo u vrijeme ublaženih ograničenja kontakata važno je održati disciplinu i poštovati pravila fizičke udaljenosti i higijene. Od početka koronakrize, cijela Vetropack grupa poštuje, kad god je to moguće, razmak od 2 metra ili, kako bi se to reklo u Vetropackovu žargonu, "razmak od najmanje 20 boca". Prigodna kampanja pokrenuta je krajem ljeta na razini cijele Grupe. Zaposlenike na svim našim lokacijama putem postera i čuvara zaslona podsjećamo na veliku važnost poštovanja fizičke udaljenosti.

* Abecedni redoslijed bez ponderiranja

Ispravak

U prošlom broju promaknula nam je omaška u tekstu "U nevolji postajemo snalažljivi". Pravilna rečenica glasi: "Budući da u proizvodnji nekih svojih proizvoda koristimo etilni alkohol koji se može upotrijebiti i za proizvodnju dezinfekcijskih sredstava, Fructal je kontaktirao s općinom Ajdovščina i dogovoreno je da slovenskom Zavodu za robne rezerve donira određenu zalihu etanola." Fructalova inicijativa još je jedna potvrda važnosti koju pridaju odnosu s lokalnom zajednicom i njezinoj dobrobiti.

Uvijek omiljeno staklo



Boce, čaše, staklenke: naši su roditelji, bake i djedovi vjerovali staklu, pa tako i mi. Jer je staklo sve samo ne staromodno – zapravo je uvijek popularno!

Da nema stakla, možda bi povijest čovječanstva bila drukčija. Prirodno staklo poput opsidijana vrlo je rano korišteno kao alat. Selenit – vrsta mineralnoga gipsa od prozirnih kristala – služio je Rimljanima kao preteča prozorskog stakla. U to su vrijeme ljudi već i sami naučili izrađivati i obrađivati staklo. Najstarija staklena posuda čija se starost može poprilično točno odrediti je kalež nastao oko 1450. godine prije nove ere. Od tada je staklo neizostavno u svakodnevnom životu. Bokali, čaše, boce, nakit, namještaj, pa čak i oružje u svim zamislivim oblicima i bojama izrađivali su se i od stakla. Tako je i danas i bit će u budućnosti. Budući da je održivost imperativ našeg vremena, staklene posude i staklo općenito proživljavaju pravu renesansu. Danas staklo nije samo održivo i korisno, već je i popularno.

Više od trenda

Staklena ambalaža ima presudne prednosti u usporedbi s ostalim ambalažnim materijalima – i to nije trend, nego činjenica: staklo je bez mirisa i okusa i ne stvara nikakve spojeve sa sadržajem. Staklena ambalaža čuva prirodni okus, izvornu aromu i vitamine u hrani.

Ove godine Friends of Glass i Europsko udruženje proizvođača staklene ambalaže (Feve) naručili su studiju o ponašanju potrošača. Intervjuirano je više od 10 tisuća ispitanika u 13 europskih zemalja. Studija je pokazala da se danas kupuje više stakla nego ikad prije i da bi 90 posto svih ispitanika preporučilo staklo prijateljima i članovima obitelji kao najbolji ambalažni materijal – a to je 11 posto više u odnosu na 2016. godinu.

Za tako dobre rezultate zaslužna je odlična mogućnost recikliranja stakla i jačanje okolišne svijesti potrošača: zahvaljujući širokoj mreži lokalnih postrojenja za reciklažu, korištenju recikliranog stakla u proizvodnji i prirodnom sastavu tog materijala, staklo se u zatvorenim lokalnim sustavima kružnoga gospodarstva može 100 posto i neograničeno puta reciklirati. Zbog ovakve mogućnosti recikliranja, 40 posto ispitanika daje prednost staklu u odnosu na ostale ambalažne materijale.



Simon Berger: umjetnost razbijanja stakla

"Mora biti atraktivno i imati određenu snagu", moto je umjetnika Simona Bergera iz švicarskog Niederölnza. Taj izučeni stolar specijalizirao se za portrete na staklu koje ne stvara kistom, nego čekićem! "Iskreno, ni sam ne znam kako sam se toga dosjetio", kaže 44-godišnji umjetnik. "Uostalom, to nije ni važno. Kao umjetnik, samo želim stvoriti nešto što nije viđeno tisuću puta." Budući da na tržištu umjetnina vlada velika konkurencija, svatko tko se želi dugoročno etablirati treba ponuditi nešto neviđeno, "ono nešto". Naravno, staklo je vrlo popularan materijal među umjetnicima. Ali razbiti staklo kako bi se od njega nešto stvorilo ne samo da je neobično, nego je čak pomalo i poetično. "Ne tvrdim da se moja umjetnost temelji na dubokim konceptima", kaže Simon Berger. "Meni je samo važno da se moja djela svide meni i promatraču. A promatraču se svide – kad postane svjestan da ne stoji pred razbijenim staklom, nego pred portretom na staklu."

Bez krhotina

Sve započinje portretnom fotografijom koju umjetnik obrađuje na računalu kako bi igra svjetla i sjene došla do izražaja. "A onda pokušam tu sliku što vjernije čekićem prenijeti na staklo", kaže Simon Berger. Kako se "platno" ne bi raspalo na tisuću komadića pri prvom udarcu, Berger koristi laminirano sigurnosno staklo, koje je dostupno u trgovinama – svugdje. "Odnosno gotovo svugdje", nasmiješio se umjetnik i prisjetio svojega internetskog poznanika iz Indije koji je također želio isprobati "čekić-metodu", ali nije uspio nabaviti laminirano sigurnosno staklo. "Udarci doduše oslabljuju staklo, ali ako je portret uokviren i nije pretjerano opterećen, može se bez imalo straha objesiti na bilo koji zid."

Slučajnost je važna

Stvaranje svakog umjetničkog djela prava je pustolovina – jer staklo se ne ponaša uvijek onako kako to zamisli umjetnik. "Razvio sam određeni osjećaj ljubavi i mržnje prema staklu", kaže Simon Berger i nasmije se. Ali kontrolirati slučajnost u granicama mogućeg jedan je od izazova koji njegovo umjetničko stvaranje čine fascinantnim. Prvi udarac čekićem je najteži. "Jednom kad staklo pukne, mogu prilično dobro kontrolirati djelovanje čekića." Iako se sada već može podičiti četverogodišnjim iskustvom, još uvijek nije pošteđen "pogrešnih udaraca". "Sad mi tek svaka druga slika pođe po zlu", priznaje Berger. Kaže da kod kuće ima veliku kolekciju neuspjelih pokušaja. Škart? Nikako! "Jednog ću dana od toga napraviti instalaciju." Simonu Bergeru također bi veliki izazov bio portret na staklu golemih dimenzija. "Tome ću se posvetiti u bliskoj budućnosti, jer što je veće umjetničko djelo, to je promatrač više očaran!"





Daniela Mišáková: čuvar okusa i mirisa

Slovačka fotografkinja Daniela Mišáková ovjekovječuje dragocjene trenutke u životu djece i obitelji. Staklo je postalo dio njezinog života prije devet godina, rođenjem njene prve kćeri. Od tada joj je zdravlje obitelji prioritet, a to podrazumijeva pakiranje i čuvanje hrane i pića u staklenim posudama. Kod kuće ona svoje omiljene biljne čajeve i omiljenu kavu čuva u staklenkama, a ručak na posao nosi u staklenim posudama. Kolege je često pitaju zašto hranu nosi u staklenim posudama, na što im ona odgovori: "Jer su za moje obroke mnogo sigurnije od plastičnih posuda. Ugodnije su oku i na prvi pogled možete jasno vidjeti što se nalazi u posudi. Staklene posude čuvaju izvorni okus i miris naše hrane, čiste su i sigurne."



Vladimir Mozheiko: staklo je budućnost

Vladimir Mozheiko je multitalent: plesač, koreograf i direktor jazz-baleta u Kijevu, kao i plesač u pratnji istaknutih ukrajinskih umjetnika kao što su Tina Karol i Dzidzio. Tijekom dana popije dosta vode. Budući da vodi računa o okolišu, piće kupuje samo u staklenim bocama. Vladimir vjeruje da je nakon znanstvenog i tehnološkog procvata napokon došlo vrijeme za okolišni procvat. Korak u tom smjeru postigao bi se zamjenom plastičnih materijala prirodnim – na primjer staklom. Za Vladimira Mozheika nema sumnje: "Staklo je 'sljedeća velika stvar' jer se sastoji od prirodnih elemenata, lako se reciklira i ne opterećuje okoliš."



Ivan Vuković: staklo je uvijek prvi odabir

Ivan Vuković (37), voditelj je razvoja poslovanja u hrvatskoj podružnici jedne međunarodne inženjerske kompanije. "Nakon napornog radnog dana najradije trčim kako bih se opustio", kaže. "Trudim se trčati četiri do pet puta tjedno, najmanje šest do osam kilometara, bez obzira na godišnje doba i vremenske uvjete." To je njegov način relaksacije i nošenja s izazovima modernog života. Tijekom trčanja, ali i svih drugih aktivnosti, Ivan pije tekućinu isključivo iz staklene ambalaže. "To možda zvuči trendovski, ali to je moja svjesna odluka. Biram ono što je za mene zdravije i što je bolje za okoliš." Kao odgovornoj osobi to mu je jednostavno važno. "Kad su u pitanju boce za vodu, uvijek biram staklo!"

"Kad su u pitanju boce za vodu, uvijek biram staklo."

Ivan Vuković,
voditelj razvoja poslovanja,
Hrvatska



Raffaella Caso: online poticanje održivog življenja

"Moja internetska pustolovina započela je 2010. godine", prisjeća se Raffaella Caso. "Gledala sam svoju 18-mjesečnu djevojčicu kako uživa u organskom jogurtu koji je u to vrijeme u Milanu bilo teško pronaći. Tada sam shvatila koliko je teško živjeti održivije i da želim nešto poduzeti kako bih to postigla." Već sljedećeg dana pokrenut je BabyGreen, internetska stranica koja je postala referentna točka za tisuće obitelji koje zanima održivost. Raffaella Caso vjerna je staklenim posudama jer su praktične, zdrave i sigurne. A zahvaljujući njenoj internetskoj stranici, zna da tisuće majki razmišljaju i djeluju na isti način. I statistika pokazuje da se u Europi posljednjih godina prodalo više stakla nego ikad prije. "Naravno, to je do određene mjere samo trend", kaže ona. "Ali ako ovaj trend pridonosi podizanju svijesti, onda ga pozdravljam."



Kerstin Madner: zdravlje na prvome mjestu

Kerstin Madner (41) konzultantica je za odnose s javnošću u jednoj bečkoj PR agenciji. Realizira projekte i organizira događanja u uskoj suradnji sa svojim klijentima. Zahvaljujući svom poslu, upoznaje različite industrije. Mjesto za opuštanje koje joj

je potrebno kako bi mogla obavljati tako zahtjevan posao, Kerstin Madner pronalazi prije svega u krugu obitelji. "Slobodno vrijeme najradije provodim s našom šestogodišnjom kćeri", kaže ona. "Mi smo aktivna obitelj i često idemo na izlete u prirodu. Kao majka posebnu pozornost pridajem zdravlju naše obitelji. Zdrava prehrana i okolišno odgovorno ponašanje imaju važnu ulogu u našem svakodnevnom životu. Stoga radije biramo hranu i piće u staklenoj ambalaži." Staklo joj

"U našem svakodnevnom životu zdrava prehrana i okolišno odgovorno ponašanje imaju važnu ulogu. Preferiramo hranu i piće u staklenoj ambalaži."

*Kerstin Madner,
konzultantica za odnose s javnošću,
Austrija*

daje sigurnost da su namirnice zaštićene prirodnom ambalažom, da se u sadržaj ne ispuštaju štetne tvari i da okus ostaje netaknut. "Osim toga, nakon konzumacije hrane ili pića, imam čistu savjest", kaže Kerstin Madner. "Staklo se može izvrsno reciklirati i od rabljenog stakla mogu se uvijek iznova proizvoditi nove boce i staklenke."





Anička Fialová: važan je svaki mali korak

Anička Fialová iz Bzenca u Moravskoj cijeni tradiciju svog kraja i zna koliko je važno prenijeti tu tradiciju na buduće generacije. I naše ponašanje prema okolišu povezano je s time. "Stanje u kojem ćemo planet ostaviti sljedećoj generaciji ovisi o svakome od nas", kaže Anička Fialová. "Ne moramo biti aktivisti za zaštitu okoliša, ponekad su dovoljne male stvari. Ja razvrstavam otpad i, kao što vidite, pijem vodu iz staklene boce." Kao učiteljica, Anička i na svom radnom mjestu može učiniti mnogo. Ako djeca u vrtićima nauče zašto je važno sortirati otpad ili koristiti staklenu ambalažu, to će znanje kasnije primijeniti u praksi – a možda će čak utjecati na svoje roditelje, bake i djedove.



Razgovor: Jane Muncke, direktorica, Food Packaging Forum

Postoji li veza između ambalaže i zdravlja?

Ambalaža oslobađa kemijske tvari u hranu. Međutim, različiti materijali uvelike se razlikuju po tome koje tvari otpuštaju u hranu i u kojim količinama iz njih u hranu migriraju kemikalije. Staklo, keramika i nehrđajući čelik anorganski su materijali, tako da je kemijska migracija minimalna. To su isključivo anorganski spojevi koji postoje u prirodi – osim brtvi na poklopcu. Papir, plastika i kompozitni materijali (npr. kartoni za piće) sastoje se od organskih spojeva. U slučaju plastike to su pretežno sintetičke umjetne kemikalije od kojih neke migriraju u vrlo velikim količinama. No isto tako, u hranu prelaze i tinte s papira (tisak na papiru). Stručnjaci pretpostavljaju da na kemijsko zagađenje u svakodnevnom životu snažno utječu ambalaža hrane i drugi materijali koji dolaze u kontakt s hranom. Neke od tih kemikalija štetne su za zdravlje.

Koja je prednost stakla u odnosu na druge ambalažne materijale?

Što se tiče zdravlja, staklo je u usporedbi s ostalim materijalima dobro rješenje. Struktura stakla je skrućena tekućina, a pore su male pa kemikalije ne mogu proći. Zbog toga se staklo naziva inertnim, što znači da između stakla i sadržaja koje ono štiti nema interakcije. Osim toga, niti jedna tvar izvana ne može difuzno prodrijeti kroz staklo. Zbog tog je svojstva staklo vrlo prikladan ambalažni materijal za hranu.



Jane Muncke doktorirala je toksikologiju okoliša na Švicarskom saveznom institutu za tehnologiju u Zürichu (ETHZ) i magistra je znanosti o okolišu. Od kolovoza 2012. Jane Muncke direktorica je i znanstvena voditeljica Food Packaging Forum.



Ponovno aktualna

Heineken WOBO World Bottle

Pivska boca koja nakon konzumacije nastavlja svoj život kao građevni element bila je izvorna ideja iz 1960-ih za Heineken WOBO World Bottle. Namjera je bila svesti otpad na najmanju moguću mjeru, a dragocjeni materijal učinkovito ponovo iskoristiti. Prošle je godine Heineken pokrenuo inicijativu za ponovnu proizvodnju boca WOBO. Vetropack Austrija prihvatila je izazov.

Izvorna ideja za dizajn Heineken WOBO World Bottle potekla je od Freddyja Heinekena 1960-ih godina. Na Karibima je tada na ulicama bilo puno smeća, između ostalog i mnogo boca piva Heineken, a ljudi su živjeli u straćarama. Freddy Heineken želio je oba problema riješiti na način da pivsku bocu iskoristi kao građevni element. I tako je rođena WOBO boca.

Ova se inovacija nikada nije probila na tržište, jer ravne strane boca nisu mogle podnijeti visoki pritisak CO₂ iz piva. To je stvarnost s kojom se suočite kada istražujete nove koncepte i razmišljate izvan okvira, ali WOBO koncept i danas nadahnjuje dizajnere. Zbog toga je Heineken odlučio ponovno ih proizvoditi i koristiti za uređenje barova, na zidovima, policama i drugdje.

Kao partner za ovaj poseban projekt odabrana je Vetropack Austrija. U staklani u Pöchlarnu WOBO boca proizvedena je u dvjema veličinama – od 3 decilitra i pola litre, točno po uzoru na original, i od zelenog stakla koje se proizvodi s udjelom rabljenog stakla većim od 60 posto. Dizajn originala dopunjen je gravurom Heinekenova logotipa i natpisom "WOBO World Bottle". Udubine na dnu boce predstavljale su poseban izazov pri konstruiranju, jer su morale biti dizajnirane na način da vrat boce savršeno sjedne u udubinu kako bi se WOBO boce mogle slagati poput cigli.

WOBO boce nisu namijenjene punjenju i posluživanju Heineken piva, ali ostavljaju odličan dojam kao svestrani, kreativni elementi dizajna i nadahnjuju kreativne umove da dizajniranje barova podignu na novu razinu.



Proizvodnja Heineken WOBO boce:



Pod raskošnim svjetlom

U svečanoj dvorani hotela Löwen u mjestu Hausen am Albis nedaleko od Züricha, boce za pjenušac simboliziraju brojne vrste užitka – između ostalog, i onaj estetski.



Kad uđete u svečanu dvoranu hotela i restorana Löwen u Hausenu am Albisu, prvo što primijetite je strop visok pet metara i četiri golemo lustera koji svojim svjetlom stvaraju ugodnu atmosferu. Tek na drugi pogled shvatite da to nisu obična rasvjetna tijela, već veličanstveni dizajnerski predmeti izrađeni od čeličnih prstenova i boca za pjenušac.

Jedinstvena kombinacija svojstava

Joelle Apter i Michael von Arx, mladi supružnici koji vode hotel Löwen, dugo su se bavili mišlju da svečanoj baroknoj dvorani hotela vrate izvorni karakter i svečani sjaj. Za rasvjetu su kontaktirali Martina Nievergelta, iz obližnjeg Uerzlikona. Ovaj dizajner proizvoda kaže da je odmah znao da rasvjeta treba biti staklena: "Potencijal stakla je ogroman – zahvaljujući jedinstvenoj kombinaciji svojstava poput prozirnosti, loma svjetlosti, difuzije, stabilnosti i vrijednosti." Osim toga, svjetlost je medij s kojim se staklo najbolje stapa.

Višedimenzionalnost

I na kraju se Martin Nievergelt u uređenju svečane dvorane odlučio za četiri unikata koji istodobno izgledaju i moderno i veličanstveno: između dva čelična prstena postavljeno je šezdeset boca za pjenušac iz kojih isijava toplo svjetlo. A

pjenušac savršeno pristaje dvorani koja se uglavnom koristi za svečane prigode i u kojoj se tijekom cijele godine otvaraju boce toga pjenušavog pića. Ali i u pogledu estetike, boce za pjenušac idealne su za kreacije Martina Nievergelta: zahvaljujući trbušastom obliku i dugom vratu, stvaraju dojam višedimenzionalnosti lusteru.

Sponzorirane boce za pjenušac

Dizajner je Joelle Apter i Michaelu von Arxu izložio više prijedloga. No supružnicima je odmah bilo jasno da treba iskoristiti golemi potencijal lusteru napravljenih od boca za pjenušac! Martin Nievergelt kontaktirao je s tvrtkom Müller + Krempel koja se toliko oduševila idejom da je odmah izrazila spremnost sponzorirati 240 boca za pjenušac.

Fascinantna igra stakla

Koliko staklo pojačava dojam lakoće, postalo je očito tijekom rada na rasvjetnim tijelima. Martin Nievergelt otkriva: "Prvo sam na strop montirao samo dvostruke nosače, bez boca. Svatko tko bi ušao u prostoriju nepovjerljivo bi se pitao hoće li to ispasti dobro." Da, ispalo je dobro. Iako su boce doista povećale volumen svjetiljki, upravo su zbog njih djelovale lagano i opipljivo. "Svjetlost i staklo zrače lakoćom – i jedno drugom povećavaju efekt."



Poseban efekt lusteru napravljenih od boca za pjenušac vidi se tek tijekom boravka u svečanoj dvorani. Staklo raspršuje svjetlost i daje uistinu poseban sjaj priboru za jelo složenom na stolovima.



Great Place to Work®

U Bülachu se radi s veseljem!

Vetropack Bülach u Švicarskoj prepoznat je kao Great Place to Work®. Ovaj certifikat označava odlično mjesto za rad s razvijenom kulturom povjerenja. Vetropacku je iznimno drago da ova lokacija ispunjava zahtjevne kriterije.

Nagrada The Great Place to Work® pokazuje da postoji povjerenje između zaposlenika i menadžera i da zaposlenici vole raditi u toj kompaniji. Zaposlenici svih generacija imaju mogućnost osobnog i stručnog razvoja, vjeruju jedni drugima, međusobno se podržavaju i ponosni su na svoj posao. Zabavno je raditi zajedno s kolegama! Vetropack je dobio certifikat za Bülach u kategoriji tvrtki s više od 20 zaposlenika.

Kako se stječe certifikat Great Place to Work®?

Za dobivanje certifikata Great Place to Work®, potrebno je provesti posebno osmišljeno i anonimno anketiranje svih zaposlenika, uključujući rukovoditelje, na temelju kojeg se dobiva indeks povjerenja zaposlenika (Trust-Index™). S druge strane, provodi se i audit organizacijske kulture namijenjen samo rukovoditeljima (Kultur-Audit™). Pitanja u istraživanju indeksa povjerenja zaposlenika podijeljena su u pet kategorija: kredibilitet, poštovanje, pravednost, timski duh i ponos.

Audit organizacijske kulture pokazuje jasnu cjelokupnu sliku organizacije, dominantnu kulturu, procese i kvalitetu.

Certifikat se dodjeljuje onima koji postignu najmanje 65 posto u istraživanju indeksa povjerenja zaposlenika i zadovolje minimalni kriterij na analizi koju provode rukovoditelji za audit organizacijske kulture.

Great Place to Work® već 20 godina prikuplja podatke dobivene mjerenjima radne kulture u organizacijama. Povjerenje je oduvijek bilo temelj izvrsne radne kulture. U obzir se uzima šest čimbenika: kultura na radnome mjestu utemeljena na uzajamnom povjerenju, usađene vrijednosti, kvaliteta vođenja, razvoj potencijala svih zaposlenika i s time povezana inovativnost te stvaranje vrijednosti.

Nagrada

Boca za mineralnu vodu Karpatska Dzherelna osvojila ukrajinsku nagradu za ambalažu

Boca mineralne vode Karpatska Dzherelna od pola litre osvojila je ukrajinsku nagradu za ambalažu Ukrainian Packing Star 2020 i nominirana je za međunarodnu nagradu. Bocu u obliku kapi za ovu mineralnu vodu proizvodi Vetropack Gostomel.

Ova boca za mineralnu vodu impresionira svojom elegantnom jednostavnošću. Gravura prikazuje planinski krajolik i orla raširenih krila, čime se naglašava prirodno podrijetlo mineralne vode. Boca je atraktivnog dizajna i vrlo praktična: zadebljano dno jamči stabilnost, a materijal koji se može u cijelosti reciklirati potvrda je ekološke osviještenosti proizvođača.

Vetropack Gostomel dosad je osvojio ukupno 16 nagrada za ambalažu Ukrainian Packing Star.



Vetropack Švicarska instalirala uređaj za uklanjanje etiketa



Proizvodnja staklene ambalaže u St-Prexu temelji se na korištenju više od 80 posto rabljenog stakla. To znači da se svake godine u tvornici rastali 100.000 tona starog stakla. Vetropack je početkom ljeta u svojoj tvornici stakla u St-Prexu instalirao sustav za uklanjanje etiketa, s ciljem učinkovitije obrade nabavljenoga starog stakla.

Rabljeno staklo koje se dostavlja u tvornicu St-Prex obično sadrži visok udio etiketa i premaza. Dosada su optički uređaji takav stakleni krš automatski eliminirali kao "nestaklo". Zahvaljujući novom postrojenju, sada se ostaci etiketa i premaza uklanjaju trenjem tijekom prolaska kroz transporter. Uređaj za uklanjanje etiketa i stroj za sortiranje stakla instaliran 2019. omogućili su Vetropackovoj tvornici stakla u St-Prexu poboljšanje obrade rabljenog stakla.

Poslovodstvo Vetropack grupe

Novi tehnički direktor za sektore proizvodnje i tehnike na razini Grupe

Uprava Vetropack Holdinga AG izabrala je novoga tehničkog direktora za sektore proizvodnje i tehnike na razini grupe (CTO) – dr. Guida Stebnera, koji počinje s radom 1. siječnja 2021. On će ujedno biti i član posloводства Grupe.

Dr. Guido Stebner (54) završio je studij metalurgije na Tehničkom sveučilištu Clausthal Zellerfeld u Njemačkoj. Godine 1997. doktorirao je na njemačkom sveučilištu RWTH Aachen, obranivši temu "Konstrukcija premazanih valjaka za lijevanje čelika postupkom s dva valjka" s najvišom ocjenom. Nakon završetka studija profesionalna karijera odvela ga je u industriju čelika. U današnjoj ThyssenKrupp grupi vodio je područje istraživanja, proizvodnje i tehnologije. Njegovo područje rada sve se više širilo, što ga je odvelo u Njemačku, Francusku, Italiju i Sjedinjene Američke Države.



Nakon što je finska grupa čeličana u Outokumpu preuzela tvornicu čelika Thyssen-Krupp, Stebner je 2013. postao odgovorna osoba za proizvodnju u Outokumpu Stainless USA te je unaprijeđen u člana posloводства. Godine 2016. prešao je u Swiss Steel AG, članicu grupe Schmolz und Bickenbach (CH) u kojoj je bio na čelu sektora proizvodnje i tehnologije. Od 2018. godine kao operativni direktor vodi tehnološki odjel tvrtke Deutsche Edelstahlwerke, koja također pripada grupi Schmolz und Bickenbach.

Komunikacija

Online first

Polugodišnje izvješće za 2020. godinu i časopis za zaposlenike Vetropack grupe ovog su ljeta prvi put objavljeni samo na internetu, čime se nastavlja praksa koja je započeta s Integriranim godišnjim izvješćem za 2019. To je još jedna u nizu naših aktivnosti u području digitalizacije i potvrda našeg promišljanja o održivosti.

Objava publikacija na internetu omogućuje novo digitalno iskustvo ciljanoj skupini tvrtke. Osim toga, prelaskom na novo koncipirano online godišnje izvješće, Vetropack grupa odustala



je od prijašnjeg pristupa "Print first" i tako dokazala da je orijentirana na budućnost. Istim smjerom krenuo je i časopis za zaposlenike i time postao dio Vetropackovih aktivnosti u području digitalizacije.

Povećana transparentnost i fleksibilnost

Odjel za korporativne komunikacije trenutno razvija internu komunikacijsku strategiju stavljajući fokus na trenutne i buduće potrebe za informacijama. Također je važno komunicirati brzo i učinkovito, biti u kontaktu, umrežavati znanje i primati i davati povratne informacije. Zbog toga će se sljedećih mjeseci revidirati novi komunikacijski mediji ili čak iznova implementirati.

Još jedan važan alat za digitalizaciju komunikacije je aplikacija za zaposlenike Beekeeper. Cilj ove aplikacije jest postići jednostavnu i učinkovitu komunikaciju unutar Grupe – onakvu kakva je u roju pčela (beekeeper je engleski izraz za pčelara). Aplikacija Beekeeper omogućuje komunikaciju sa zaposlenicima u stvarnom vremenu, i to na različitim lokacijama i u različitim odjelima. Trenutno je u testnoj fazi na lokaciji u Bülachu.



Resko

Novo lansiranje osvježavajuće tradicije

Vino s malo gazirane vode ili sode jedno je od najpopularnijih pića za utaživanje žeđi tijekom toplog vremena. A staklena boca od 330 mililitara koju proizvodi Vetropack Austrija i u kojoj austrijska vinarija Aigner nudi svoj "špricer" uistinu je prekrasna.

Jeste li znali da je špricer potekao iz Austrije? Vino pomiješano s gaziranom vodom ili sodom posebno je popularno ljeti, bilo kao aperitiv ili lagana pratnja ukusnom obroku.

Vinarija Aigner iz Gumpoldskirchena jedna je od najproduktivnijih i najmodernijih vinarija u Austriji. U ljeto 2020. lansirala je posebno osvježavajuće piće od bijelog vina i gazirane vode: špricer. Prodaje se u zelenoj staklenoj boci od 330 mililitara koja sadržaju pruža potrebnu zaštitu od svjetlosti, a potrošačima jamči svježinu čak i nakon duljeg skladištenja. Ova boca iz standardnog asortimana puni se skoro do vrha kako bi sadržaj bio što manje izložen kisiku. Zahvaljujući obliku bez ramena, špricer se može pijuckati izravno iz boce.



Patent

Inovativna udubljenja i urezi

U vinariji Terre De La Custodia bobice umbrijskog terroira već se stoljećima pretvaraju u izvanredno vino. Rosé vino iz ove vinarije puni se u jedinstvenu bocu od bijelog stakla proizvedenoj u Vetropack Italiji.

Montefalco u talijanskoj regiji Umbrija poznat je po izvrsnom vinu još od srednjeg vijeka. Prvu lozu ovdje su obrađivali franjevci u klastru samostana.

Stoljetnom tradicijom može se podičiti i vinarija Terre De La Custodia, smještena pet kilometara izvan Montefalca. A svatko tko uspije toliko opstati, mora uvijek biti inovativan. A inovativnosti u vinariji Terre De La Custodia ne manjka: za rosé vino Montefalco Sagrantino osmišljena je boca od bijelog stakla koja je savršen spoj estetike i funkcionalnosti. Uočljivo udubljenje na prednjoj strani boce vodi prema unutarnjem ispupčenju koje skuplja talog vina i sprječava njegovo pomicanje. S druge strane, stražnji urez jamči da pri ulijevanju talog ne dopiye u čašu. Pa zašto se onda svako vino ne bi punilo u ovako praktičnu bocu? Zato što ju je vinarija Terre De La Custodia patentirala!



Raskošno

Sjajan dizajn

Kraljevski okus zaslužuje kraljevski dizajn. Stoga Mikado, vodeći ukrajinski proizvođač voćnih vina, puni svoj novi, niskoalkoholni pjenušac Princess u veličanstvenu bocu koju proizvodi Vetropack Gostomel.

Nova boca od 7,5 decilitara, čvrstih kosih ramena i iznimno dugog vrata, odiše klasičnom elegancijom. Površina stakla višestruko pojačava njen veličanstveni dojam: zahvaljujući kristalnoj gravuri i ovisno o kutu upada svjetlosti, boca se sjaji poput izbrušenog rubina. Zbog svega toga, ovaj je novi proizvod staklane u Gostomelu savršena ambalaža za visokokvalitetno pjenušavo piće jedinstvenog voćnog i bobičastog okusa.

Jednako je svečana i igra boja kojom kombinacija boce i pića privlači poglede: nježno ružičasti odsjaj pjenušca slaže se s cvijetom trešnje koji je tradicionalno prikazan na etiketi ovog renomiranog brenda. Vino, boca, etiketa i svjetlost stvaraju jedinstveni sklad ove nove i uspješne kreacije – i naglašavaju posebnost svake prigode u kojoj se poslužuje Mikado Princess.



Plemenito

Iz Trapanija u svijet

Sicilijsko crno vino Nero d'Avola svjetski je poznato. Bobice za ovo vino stižu iz regije Trapani – a plemenite kapljice pune se u otmjene staklene boce cuveë boje od 7,5 decilitara koje proizvodi Vetropack Italija u mjestu Trezzano sul Naviglio kod Milana.

Obiteljska tvrtka Alibrianza, osnovana 1981. godine, u početku je bila usredotočena na trgovinu visokokvalitetnim vinima za međunarodnu klijentelu. Ubrzo se, međutim, pojavila želja da i sami krenu u proizvodnju vina. Prvo je Alibrianza preuzela tradicionalnu vinariju Cascina Radice u Pijemontu, a zatim i vinograde na Siciliji – otoku na kojem vinova loza posebno dobro uspijeva zahvaljujući mediteranskoj klimi, velikom broju sunčanih sati i osvježavajućem morskom povjetarcu.

Izražajna Nero d'Avola jedna je od autohtonih sicilijskih sorti grožđa koju Alibrianza uzgaja u regiji Trapani. Plemenite kapljice ove sorte pune se u staklenu bocu u cuvée boji od 7,5 decilitara koju proizvodi Vetropack Italija. Zahvaljujući izraženim ramenima i robusnom tijelu, boca odlično predstavlja ovo voćno vino punog tijela. Alibrianza je 2019. nagrađena zlatnom medaljom na natjecanju China Wine & Spirits Awards.

Profinjeno

Encijanu u čast

Ciriški startup Gents svojim je tonikom osvojio profinjenu barsku scenu. Lijepe boce od bijelog stakla zapremnine 2 decilitra, u koje se puni ovo kulno piće, od ove godine proizvodi Vetropack Austrija u Pöchlarnu.

Tonik je jedno od najpopularnijih gorkih gaziranih pića. Budući da slovi kao piće sa stilom, ne čudi što mladi poduzetnici koji prate trendove stalno pokušavaju osmisлити još bolju recepturu. Startup Gents iz Züricha u tome je uspio. Njegov recept temelji se na znanju o kulinarstvu i bilju koje je prikupljano godinama. Koriste se i tipično švicarski sastojci poput šećera od repe i encijana koji se na planini Jura bere uz posebnu dozvolu. Uostalom, ovaj je start-up i nazvan po žutom encijanu – Gentiana Lutea.

Bijele boce od 2 decilitra u kojima Gents nudi svoja pića proizvodi Vetropack Austrija u Pöchlarnu. Dizajn boce ravnog vrata i nježno zakrivljenih ramena predstavlja gin u najboljem mogućem svjetlu. Osim klasičnog tonika, Gents sada nudi i mnoge druge varijante kao što su Gents Swiss Roots Ginger ili Gents Swiss Craft Ginger.



Pregled novih razvoja



Originalno

Idealna pratnja

Zanatsko pivo započelo je svoj pobjednički pohod na svijet kakav dosad nije zapamćen. Budući da se uglavnom proizvodi ručno u zanatskim pivovarama, prikladno je i za punjenje u plemenito i održivo staklo. Tako, primjerice, neobične boce za pivo Steinweg proizvodi Vetropack Gostomel.

Steinweg je mala, predana pivovara u Ukrajini. Boca za pivo Steinweg vizualni je izraz pića za koji je osmišljena: originalna je, individualna i prenosi dašak atmosfere zanatske pivovare. U neobičnom dizajnu manifestiraju se retro trendovi i futurizam.

Pivari su za bocu od 6 decilitara odabrali smeđe staklo jer ono njihovom pjenastom užitku nudi najbolju zaštitu od potencijalno štetnog svjetla. Posebno upečatljiv i jednostavan za uporabu je navojni čep zbog kojeg je boca idealna za izlete. Steinweg i Vetropack Gostomel tom su suradnjom dokazali da i nešto svakodnevno i naizgled obično poput pive boce može biti spektakularno osmišljeno.



Kako i priliči!

Voćni okus u staklu

Austrijski brend sirupa YO sinonim je za najvišu kvalitetu. Tri nove kreacije savršeno su zaštićene u lijepo oblikovanim bocama od bijelog stakla zapremnine 0,5 l koje se proizvode u staklani u Pöchlarnu.

Stakleno i organsko – savršena su kombinacija. Jer svatko tko proizvodi ili konzumira organske proizvode, veliku pozornost pridaje i kvaliteti, zdravlju i zaštiti okoliša. Staklo posebno dobro štiti proizvod jer ne stvara s njim nikakve spojeve te je bez okusa i mirisa.

Tog je mišljenja i proizvođač Eckes Granini Austria GmbH. Njegov brend YO sinonim je za visokokvalitetne voćne sirupe i izvan Austrije. Linija sirupa sada je proširena trima organskim kreacijama: malina-limun, ribiz i matičnjak. Novi okusi nude se u staklenim bocama od pola litre koje Vetropack Austrija proizvodi u staklani u Pöchlarnu u provjerenom i testiranom dizajnu YO boca. Zbog udubljenja ispod ramena, ove boce od bijelog stakla posebno dobro leže u ruci. Elegantan oblik u kombinaciji sa staklom naglašava vrhunsku kvalitetu sadržaja.



Prema Vašoj želji razvit ćemo i proizvesti originalne, savršeno oblikovane staklene boce, u raznim bojama i s raznim doradama. Izbor je na Vama!

Austrijska tradicija

Voćni sokovi Rauch: od pogona za uslužnu proizvodnju voćnog mošta do svjetske kompanije

Franz Josef Rauch, pionir u proizvodnji voćnih sokova, pokrenuo je 1919. u Vorarlbergu u Austriji mali pogon za proizvodnju voćnog mošta koji je s vremenom prerastao u najveću kompaniju za proizvodnju voćnih sokova. Ta, u početku start-up tvrtka nakon više od sto godina povijesti i dalje proizvodi najbolje sokove.



Godina 1919. obilježena je padom monarhije i gospodarskom krizom nakon završetka Prvog svjetskog rata. Neimaština je bila velika. Mladi Franz Josef Rauch odlučio je izvući najbolje iz te situacije te je pokrenuo mali pogon za uslužnu proizvodnju voćnog mošta.

U njemu su i seljaci iz okolice mogli praviti svoja pića, tako da im je on postao važan oslonac u tim teškim vremenima. "Ljudi uvijek moraju jesti i piti", bio je uvjeren Franz Josef Rauch i tako postavio temelje za priču o uspjehu u Vorarlbergu u kojoj je jedan mali start-up postao međunarodna kompanija za proizvodnju voćnih sokova. Slatki mošt, koji je bio posebno popularan dvadesetih godina prošlog stoljeća oživio je posao. Deset godina kasnije na tržištu je postao omiljen i bezalkoholni sok od jabuke.

Za te su uspjehe uvelike bile zaslužne dvije supruge osnivača tvrtke koje su obje imale isto ime. Franz Josef Rauch imao je dvanaestero djece s prvom Katharinom. Tri godine nakon njezine smrti, Franz Josef ponovo se oženio. Od tada se Katharina Seyfried brinula za veliku obitelj i pomagala suprugu da ostvari svoju viziju. Pokojom sugestijom zasigurno je utje-

cala i na okus sokova Rauch. Stoga ne čudi što je u jubilarnoj godini Rauchov organski trio za ugostiteljstvo: jabuka (prirodno mutni sok), crni ribiz i marelica, bio posvećen tim dvjema snažnim ženama.

Tri generacije kasnije, nakon brojnih izazova, uspjeha, uspona i padova Rauch je jedan od vodećih proizvođača voćnih sokova u Europi, ali je još uvijek obiteljska tvrtka. "Poštujemo staro i pozdravljamo novo", moto je kompanije. Time se Rauch želi dokazati kao pokretač trendova orijentiran na budućnost, a istodobno njegovati postojani kulturni brend.

U jubilarnoj 2019. godini lansirano je kulturno jubilarno izdanje sokova za ugostiteljstvo. Poznate zelene povratne boce od 9 decilitara s preklopim čepom već su se 1920-ih i 1930-ih u Rauchu koristile za punjenje vlastitih sokova i njihovo plasiranje u voralberškim gostionicama. Te boce, kao i one od bijelog stakla i 2 decilitra za ugostiteljstvo te boce dugog vrata od 330 mililitara proizvodi Vetropack Austrija, a pune se u Rankweil u Voralbergu, sjedištu kompanije. Sve su ukrašene šarenim etiketama koje originalnom dizajnu daju moderan retro izgled i jamče savršenu zaštitu prirodnih voćnih sokova jedinstvenog okusa.





Männerhaut

Četiri umjetnika, jedna strast – staklo

Atelje Muška koža (Atelier Männerhaut) osnovan je 1991. godine u njemačkom gradu Frauenau. Umjetnost na staklu i rukotvorine u ovom su ateljeu plodna simbioza. Staklo im je uvijek u fokusu.

Muška koža? Slogan časopisa "i muška koža je sasvim prirodna" nadahnuo je prije 30 godina jednu mušku družinu iz bavarskog Frauenaua da svoj studio nazove Muška koža. Već tri desetljeća četvoricu umjetnika koji se bave staklom – Rolanda Fischera, Joa G. Hruschku, Stefana Stangla i Alexandra Wallnera – ne veže samo ljubav prema umjetnosti na staklu, već i duboko prijateljstvo. Slobodni umjetnici i obrtnici školovani su za izradu i rezanje stakla. Staklo je, dakle, njihova struka.

Susret starog i novog

Četvorica umjetnika svoje radove osmišljavaju i stvaraju u radionici u Zwieselu, ali ne u staklarskoj peći već daljnjom obradom sirovog i drugih vrsta stakla. Koristeći tradicionalne tehnike obrade stakla poput oslikavanja, brušenja ili graviranja, u kombinaciji s modernim postupcima poput fuzije stakla, rezanja vodenim mlazom ili lijepljenja, umjetnici stvaraju neobična umjetnička djela od stakla. Pri izradi svojih djela, ovi umjetnici teže što manjoj potrošnji dodatnih resursa, poput energije. Na primjer, Jo G. Hruschka već se nekoliko godina bavi "preobrazbom" staklenih posuda u nove uporabljive predmete (upcycling). Od svakodnevnih staklenih predmeta on stvara nešto neobično,

zanimljivo, poput posuda ili skulpture. Ovu četvoricu umjetnika pokreće želja za stvaranjem nove svrhe stakla.

Tradiciija staklarstva u Bavarskoj šumi

Zwiesel u Bavarskoj šumi još je od 15. stoljeća poznat po staklarskoj industriji, manufakturi kristala i staklarskoj školi. Zaštitni znak grada je piramida od kaleža visoka 8 metara, ujedno najveća piramida te vrste u svijetu. Obližnji gradić Frauenau poznat je po muzeju stakla, a još više po staklenim vrtovima u kojima su izložena i brojna djela iz ateljea Muška koža.



**Kontakt adrese
prodaja****Švicarska**

Telefon +41 44 863 34 34
marketing.ch@vetropack.com

Austrija

Telefon +43 2757 7541
marketing.at@vetropack.com

Češka Republika

Telefon +420 518 733 111
marketing.cz@vetropack.com

Slovačka

Telefon +421 32 6557 111
marketing.sk@vetropack.com

**Hrvatska, Slovenija,
Bosna i Hercegovina,
Srbija, Crna Gora,
Sjeverna Makedonija, Kosovo**

Telefon +385 49 326 326
prodaja@vetropack.com

Ukrajina

Telefon +380 4439 241 00
sales.ua@vetropack.com

Italija

Telefon +39 02 458771
sales.it@vetropack.com

Ostale zemlje zap. Europe

Telefon +43 7583 5361
export.west-europe@vetropack.com

Ostale zemlje ist. Europe

Telefon +420 518 733 341
export.cz@vetropack.com