

VETRO TIME

Bülach
Great place to work®

Skupina
Nákup sklárny
v Moldavsku

Fokus
Sklo je trendy



4	Zaujalo nás	Postaveno ze skla
6	Skupina	Vetropack kupuje sklárnu v Moldavsku
8	Fokus	Šťěstí ze skla, štěstí ve skle
15	Certifikace	Jsme šťastni, že pracujeme v Bülachu!
17	Skupinový management	Nový technický ředitel
18	Nový design	Rozmanitost ve skle
23	Střípky kultury	Vášeň pro sklo: „Ateliér Männerhaut“



Zmeškali jste vydání Vetrotime?
Předchozí čísla najdete pomocí
tohoto QR kódu.

Tiráž

Redakce a text

Sazba

Tisk

Corporate Communications
Vetropack Holding Ltd, Bülach
Arnold & Braun Grafik, Luzern
Tiskárna Šikovné ruce, s.r.o.

Fokus: Ve skleněné sportovní láhvi zobrazené na titulním obrázku je oživena normální voda z vodovodu. Do středu láhve byl vložen kód poskytující informace pro přenos informace do vody. Ergonomická sportovní láhev s vynikajícím úchopem se vyrábí v chorvatském závodě Vetropack v Hum na Sutli.



Vážení čtenáři,



všimli jste si, že běžec na obálce časopisu Vetrotime má všechny znaky mladého městského člověka určujícího trendy? V ruce nedbale drží smartphone, který si může při běhu připevnit na paži. Jeho sluchátka jsou bezdrátová. Jeho srdeční frekvence a počet kroků se zobrazují na fitness trackeru, což dnes dělá mnoho lidí. Ale tyto věci nejsou tím, co z někoho dělá moderního člověka, což je na první pohled zřejmé. Je to totiž skutečnost, že pije z barevné skleněné sportovní láhve! A sklo je „in“. Dokazují to nejen městští sportovci, ale dokazuje to také spousta dalších mladých mužů a žen, z nichž někteří jsou uvedeni v tomto vydání Vetrotime (strany 8 až 12). Ukrajinský umělec Volodymyr Mozheiko to shrnuje v kostce: „Sklo je další velká věc, protože je vyrobeno z přírodních materiálů, snadno se recykluje a neznečišťuje životní prostředí.“

Ve zprávách ze společnosti naleznete informaci, že naše centrála v Bülachu byla uznána jako Great place to work® (strana 15).

Jsem velmi potěšen, že nám byla udělena tato certifikace, a jsem přesvědčen, že všechny ostatní závody ji budou následovat. Určitě jste všichni v médiích četli, že jsme koupili novou sklárnu v Moldavsku. Více podrobností se dozvíte na straně 6.

Konec koronaviru je bohužel v nedohlednu. Od začátku koronavirové krize dodržuje celá skupina Vetropack, kdykoliv je to možné, pravidlo dvoumetrového sociálního distancování. To je důležité pro nás i naše zákazníky, dodavatele a zaměstnance. Proto jsme se rozhodli letos nezúčastnit BrauBeviale v Norimberku. Opravdu litujeme, že se nemůžeme setkat tváří v tvář, avšak koronavirus mění náš každodenní život a nutí nás porušovat uctívané tradice.

Existují však dvě tradice, které nikdy neporušíme – zajímavé informace v našem zákaznickém časopise a naše srdečné vánoční pozdravy.

Vážení čtenáři, přeji vám, vašim rodinám a přátelům pohodové sváteční období a dobrý začátek roku 2021. Zůstaňte zdraví!

S přátelským pozdravem

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding Ltd

Zaujalo nás



Propojení starého a nového

Most míru v Tbilisi

Most míru v hlavním městě Gruzie Tbilisi spojuje staré Tbilisi s Rike parkem, který se nachází nedaleko prezidentského paláce. 150 metrů dlouhý most pro pěší se táhne přes řeku Kura a od svého otevření v roce 2010 je významnou dominantou města.

Most navrhl italský architekt Michele De Lucchi. Konstrukce klenby vytvořená z oceli a skla připomíná mořského tvora a v noci je osvětlená interaktivním světelným displejem skládajícím se z tisíců LED světel. Osvětlení, které se spouští 90 minut před západem slunce a končí 90 minut po východu slunce, zahrnuje čtyři různé světelné programy zobrazující se na klenbě každou hodinu. Někdy se osvětlení na mostě rozsvítí ve vlnách putujících z jedné strany řeky na druhou.

Spletitý a zároveň vzdušný

Palmenhaus Schönbrunn

Skleník ve vídeňských zahradách zámku Schönbrunn byl uveden do provozu v roce 1880 císařem Františkem Josefem. Dvorní architekt Franz Xaver Segenschmid vytvořil pěkný kus práce: s délkou 111 metrů a celkovou rozlohou 2 500 m² byl skleník v době svého otevření největším na světě. Do vnější železné konstrukce je vloženo 45 000 skleněných tabulek, které jsou poskládány proti zakřiveným železným nosníkům jako kůže a dodávají budově vzdušný a zároveň složitý vzhled. Vysoký centrální pavilon a dva menší boční pavilony jsou propojeny tunelovými průchody a tvoří tři různá klimatická pásma – chladná část na severu, mírné pásmo v centrálním pavilonu a tropické klima v jižním pavilonu.



© Stefan Steinbauer, Pixabay

Palmenhaus Schönbrunn je posledním a největším skleníkem svého druhu v kontinentální Evropě a je domovem mnoha středomořských, tropických a subtropických rostlin.

Nad mraky

The Shard v londýnské čtvrti Southwark – se svou výškou 310 metrů – byl do začátku letošního roku nejvyšším mrakodrapem v Evropské unii. Slavný italský architekt Renzo Piano navrhl střep ve tvaru pyramidy jako vertikální město s napojením na stanici London Bridge. Jeho využití zahrnuje kancelářské prostory, hotel, stravovací podniky a luxusní apartmány.

Budova je pojmenována a modelována podle skleněného střepu. Název není náhodný, protože není neobvyklé, že se skleněná fasáda, která se objevuje v horní části budovy, prořezává hustými mraky nad ulicemi Londýna. Na fasádu bylo instalováno více než 11 000 skleněných tabulí o ploše 56 000 m². V budově je 44 výtahů, ale liška, která se během stavebních prací dostala až do 72. patra, vyšla po schodech.



Majestátní

Hudební sklad

Elbphilharmonie nacházející se v HafenCity patří již dlouho mezi nejoblíbenější hamburské památky. Švýcarští architekti Herzog a de Meuron zde vytvořili koncertní sál ze starého prázdného skladu kakaa a kávy. Komplex budov uprostřed řeky Labe stojí přibližně na 1 700 železobetonových pilířích, a kromě tří koncertních sálů v něm najdeme hotel, 45 bytů a náměstí s 360° panoramatickým výhledem na město.



Skleněný plášť dosahuje v nejvyšším bodě (tzv. Kaispitze) výšky 110 metrů a byl navržen jako jednoplášťová skleněná fasáda s uplatněním modulární konstrukční metody. Důležitým faktorem při jeho plánování byla možnost využít přirozeného větrání místností. Na ploše přibližně 21 800 metrů čtverečních bylo instalováno celkem 1 100 různých skleněných prvků. Jeden prvek váží až 1,2 tuny a musí odolat větru o rychlosti až 150 km/h nebo přívalem deště.

Vetropack kupuje sklárnu v Moldavsku



Díky bezkonkurenční zkušenosti společnosti Vetropack v regionu střední a východní Evropy je tento akt přirozenou volbou pro růst stávající moldavské sklárny. Strategií společnosti Vetropack bylo vždy integrovat své akvizice do širší skupiny Vetropack a přitom zachovat místní charakteristiky a identitu.

Nová sklárna Vetropack v Kišiněvě ročně produkuje přibližně 100 000 tun skleněných obalů pro potravinářský a nápojový průmysl, které se prodávají na rostoucím domácím i vývozním trhu. V současné době zaměstnává moldavská sklárna přibližně 450 zaměstnanců a v roce 2019 dosáhla obrátu přibližně 40 milionů euro.

Tato akvizice představuje další krok v rámci strategie expanze a růstu společnosti Vetropack a umožní trvalý a cenný příspěvek skupině Vetropack jako celku. Uzavření smlouvy je plánováno na listopad 2020 a podléhá souhlasu orgánů pro

hospodářskou soutěž. Strany zapojené do akvizice souhlasily, že nezveřejní kupní cenu.

Stav: 18. listopadu 2020

Společnost Vetropack podepsala akviziční smlouvu s moldavskou sklárnou.

Zakoupením moldavské sklárny v Kišiněvě skupina Vetropack pokračuje ve své expanzní strategii. Nový přírůstek do skupiny Vetropack, který se skládá ze dvou samostatných provozních jednotek (Glass Container Company a Glass Container Prim), posílí postavení společnosti Vetropack na trhu ve střední a východní Evropě.

**„S touto akvizicí pokračujeme
v expanzi v oblasti,
se kterou jsme velmi dobře
obeznámeni – v oblasti, kde máme
téměř tři desetiletí
sklářské zkušenosti,“**

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding Ltd

Prevence

Nedáme koronaviru šanci

Probíhající pandemie COVID-19 je obrovskou globální výzvou. Vetropack cítí odpovědnost vůči svým zákazníkům, dodavatelům a zaměstnancům.

Jako výrobce skleněných obalů pro potravinářský a nápojový průmysl je Vetropack důležitým prvkem systému. Zajištění dodávek široké veřejnosti a účast v dodavatelském řetězci je hlavní odpovědností a Vetropack učinil vše pro to, aby ji splnil.

Celoskupinový pracovní tým průběžně hodnotí měnící se okolnosti a určuje opatření, která je třeba přijmout, a která poté provádí místní krizové týmy. Už v únoru byly na minimum omezeny cestovní aktivity a zaměstnanci byli informováni o hygienických opatřeních. Součástí každodenní práce se staly videokonference.

Naše evropská síť osmi výrobních závodů na skleněné obaly Vetropack a jejich specializované týmy spolupracovaly s podporou našich dodavatelských partnerů na zajištění toho, aby náš výrobní proces zůstal nepřerušen a bezpečný, a poskytoval našim zákazníkům naše kvalitní výrobky.

Kdo je připraven není ohrožen

Nyní, když se uvolnily možnosti kontaktu, je důležitější než kdy jindy být ostražitý ohledně dalšího udržování sociálního distancování a dodržování hygienických pravidel. Od začátku krize s koronavirem celá skupina Vetropack dodržuje pravidlo dvoumetrového distancování, kdykoli je to možné. Přeloženo do řeči Vetropack – „dodržujeme odstup alespoň 20 lahví od sebe“. Koncem léta byla ve skupině zavedena odpovídající kampaň. Plakáty a spořiče obrazovky připomínají zaměstnancům na všech webech velký význam zachování společenského odstupu.

Nedáme koronaviru šanci, dodržujeme odstup nejméně 20 lahví*.

*minimálně 2 metry a více

vetropack 



Sklo je trendy



Láhve, sklenice na pití, zavařeniny: naši rodiče a prarodiče používali sklo a my ho používáme také. Tento materiál není rozhodně staromódní, ve skutečnosti je stále trendy!

Bez skla by se možná lidská historie mohla ubírat jiným směrem. Přírodní sklo se jako materiál používalo již velmi brzy. Mariánské sklo – Lapis specularis – drahý kámen tvořený čirými krystaly – byl Římany používán jako předchůdce okenního skla. Do této doby se však lidé už naučili, jak sami vyrábět a pracovat se sklem. Nejstarší skleněnou nádobou, kterou lze s jistotou datovat, je kalich vyrobený kolem roku 1 450 před Kristem. Od té doby je nemožné si představit každodenní život bez skla. Karafy, sklenice, láhve, šperky, nábytek, a dokonce i zbraně byly a nadále jsou vyráběny a používány ve všech možných tvarech a barvách. Protože udržitelnost je na denním pořádku, skleněné nádoby a sklo obecně zažívají skutečný návrat. Dnes je sklo nejen udržitelné a užitečné, ale také trendy.

Více než jenom trend

Není to však jen trend, ale skutečnost. Skleněné obaly mají ve srovnání s jinými obalovými materiály značné výhody. Skleněné obaly nemají vliv na vůni ani chuť a nijak neovlivňují obsah. Zachovávají přirozenou původní chuť produktu a vitamíny.

V letošním roce si společnost Friends of Glass a Evropská federace obalového skla (Feve) nechaly provést spotřebitelský průzkum, který se uskutečnil mezi více než 10 000 lidmi ve 13 evropských zemích. Studie odhalila, že lidé kupují více skla než kdy jindy, přičemž 90 % účastníků průzkumu uvedlo, že by sklo doporučili přátelům a rodině jako nejlepší obalový materiál, což je oproti roku 2016 nárůst o 11 %.

Tato zjištění lze připsat výjimečné recyklovatelnosti skla a rostoucímu povědomí spotřebitelů o potřebě péče o životní prostředí. Díky rozsáhlé síti místních recyklačních zařízení, výrobě recyklovaného skla a využívání přírodních surovin je sklo stoprocentně a nekonečně recyklovatelné v místním uzavřeném systému. Kvůli vysoké recyklovatelnosti dává 40 % všech účastníků průzkumu přednost sklu před jinými obalovými materiály.



Simon Berger: s kladivem na sklo

„Musí to vypadat skvěle a vyzařovat určitou sílu“, zní motto, kterým se řídí sklářský umělec Simon Berger z Niederönzu ve švýcarském Bernu. Kvalifikovaný tesař se specializuje na portréty, které zachytí na sklo, nikoli však štětcem, ale spíše kladivem! „Upřímně, nepamatuji si, jak jsem k té myšlence dospěl,“ říká 44letý muž. „Ale to v žádném případě nevadí. Jako umělec opravdu chci dělat něco, co ještě nebylo tisíckrát vidět.“ Trh s uměním je vysoce konkurenční a každý, kdo si chce dlouhodobě vybudovat jméno, potřebuje jedinečné prodejní kousky. Sklo je samozřejmě v umění mimořádně oblíbeným materiálem. Ale zničit ho, aby z něj něco vzniklo, je nejen mimořádné, ale má to i určitou poezii. „Nechci však tvrdit, že moje umění je založeno na hlubokých conceptech,“ říká Simon. „Opravdu mám rád svou práci a také chci, aby se moje práce líbila i ostatním lidem. A to se stane, jakmile si uvědomí, že nestojí před rozbitým oknem, ale před skleněným portrétem.“

Žádné střepy

Celý proces začíná portrétní fotografií, kterou umělec upraví na počítači tak, aby byla plně odhalena hra světla a stínu. „Pak se pokusím přenést tento obrázek na sklo,“ říká Simon. Aby se plátno při prvním zásahu nerozpadlo na tisíc kusů, používá Simon vrstvené bezpečnostní sklo, které je dostupné všude v obchodech. „Nebo téměř všude,“ směje se umělec, když nám říká o on-line kontaktu z Indie, který také chtěl vyzkoušet metodu kladiva, ale nebyl schopen získat žádné vrstvené bezpečnostní sklo. Náraz skutečně sklo oslabí, ale když je portrét zarámován a není vystaven nadměrnému namáhání, může být nakonec bez váhání zavěšen na jakoukoli zeď.

Svou roli hrají také nehody

Vytvoření každého uměleckého díla je dobrodružstvím, protože sklo ne vždy dělá to, co si umělec představuje. „Ke sklu jsem si vytvořil určitý vztah mezi láskou a nenávistí,“ směje se Simon. Vysvětluje však, že výzva co nejladšího začlenění nehod do díla je součástí fascinace jeho umělecké práce. Říká, že první zásah kladivem je nejtěžší. „Jakmile je rozbité sklo, mohu docela dobře ovládat účinek kladiva.“ I přes čtyři roky zkušeností však Simon není imunní vůči omylům. „Teď kazím jen každý druhý obrázek,“ přiznává Simon věčně. Doma má velkou sbírku neúspěšných pokusů. Zbytečných? Rozhodně ne! „V určitém okamžiku z nich vytvořím instalaci.“ Simon by také rád udělal skleněný portrét ve velkém měřítku. „V blízké budoucnosti přijmu takovou výzvu, čím větší umělecké dílo, tím větší wow efekt!“





Daniela Mišáková: pro oči a chuťové buňky

Slovenská fotografka Daniela Mišáková zachycuje cenné okamžiky v životě dětí a rodin. Sklo se stalo součástí jejího života před devíti lety, když se jí narodila první dcera. Od té doby upřednostňuje zdraví své rodiny, a to zahrnuje i výběr skleněných nádob pro balení a skladování. Doma si ukládá své oblíbené bylinné čaje a kávu do sklenic a oběd si vezme do práce ve skleněných nádobách. V práci se jí často ptají, proč přepravuje jídlo ve skleněných nádobách. „Jsou pro mé jídlo mnohem bezpečnější než ty plastové,“ vysvětluje fotografka. „A jsou mnohem estetičtější, nemluvě o tom, že na první pohled vidíte přesně, co je uvnitř. Skleněné nádoby nenarušují chuť a vůni jídla a jsou čisté a bezpečné.“



Volodymyr Mozheiko: sklo je budoucnost

Volodymyr Mozheiko je multitalentovaný tanečník, choreograf a režisér jazzového baletu v Kyjevě a tanečník významných ukrajinských umělců jako Tina Karol a „Dzidzio“. Celý den pije vodu. Jelikož se zajímá o životní prostředí, své nápoje kupuje pouze ve skleněných lahvích. Volodymyr věří, že po vědeckém a technologickém rozmachu je konečně čas na rozmach životního prostředí. Krokem k tomu je nahrazení umělých materiálů těmi přírodními, například sklem. Pro Volodymyra Mozheika není pochyb o tom, že sklo je další velká věc, protože je vyrobeno z přírodních materiálů, snadno se recykluje a neznečišťuje životní prostředí.



Ivan Vuković: běh se skleněnou lahví

Ivan Vuković (37) je manažerem rozvoje podnikání v chorvatské dceřiné společnosti mezinárodní strojírenské firmy. „Po náročném dni v práci si rád odpočinu při běhání,“ říká. „Snažím se běhat čtyřikrát až pětikrát týdně šest až osm kilometrů, bez ohledu na roční období nebo počasí.“ To mu pomáhá uvolnit se a vyrovnat se s výzvami moderního života. Když je v pohybu, pije pouze ze skleněných obalů. „Může to znít trendy, ale je to moje vědomé rozhodnutí,“ vysvětluje. „Vybírá si, co je zdravější pro mě a lepší pro životní prostředí.“ Jako odpovědná osoba říká, že je to pro něj neuvěřitelně důležité. „Pokud jde o lahve s vodou, vždy si vyberu sklo!“

**"Pokud jde
o lahve s vodou,
vždy si vyberu sklo!"**

Ivan Vuković,
Business Development Manager,
Chorvatsko



Raffaella Caso: udržitelnost přes internet

"Moje online dobrodružství začalo v roce 2010," vzpomíná Raffaella Caso. "Moje 18měsíční dcera si pochutnávala na bio jogurtu, který bylo v té době v Miláně těžké sehnat. Zjistila jsem, jak obtížné je žít udržitelně a rozhodla jsem se, že s tím chci něco udělat." Následujícího dne byl web BabyGreen na světě. Web se nyní stal referenčním bodem pro tisíce rodin, které se zajímají o udržitelnost. Raffaella Caso přísahá na skleněné nádoby, protože jsou praktické, zdravé a bezpečné. A prostřednictvím svých webových stránek zjistila, že tisíce matek myslí a jednají přesně stejným způsobem. Statistiky také ukazují, že v Evropě se za posledních několik let nakoupilo více skla než kdykoli předtím. "Samozřejmě je to do jisté míry jen trend," říká. "Ale pokud tento trend pomůže zvýšit povědomí, je to pro mě v pořádku!"



Kerstin Madner: sklo je bezpečné

Kerstin Madner, 41 let, je PR konzultantkou komunikační agentury ve Vídni. Realizuje projekty a pořádá akce v úzké spolupráci se svými klienty. Její univerzální profese jí poskytuje zajímavé pohledy do různých průmyslových odvětví. Potřebnou relaxaci

**"Zdravé stravování a chování
šetrné k životnímu
prostředí hrají
v našem každodenním
životě důležitou roli.
Nejraději konzumujeme jídlo
a pití balené ve skle."**

*Kerstin Madner,
PR konzultantka, Rakousko*

pro tuto náročnou práci získává Kerstin hlavně ve své rodině. „Nejraději trávím volný čas s naší šestiletou dcerou," říká. „Jsme aktivní rodina a užíváme si mnoho výletů do přírody. Jako matka přirozeně věnuji zvláštní pozornost zdraví a pohodě naší rodiny. Zdravé stravování a chování šetrné k životnímu prostředí hrají v našem každodenním životě důležitou roli. Nejraději konzumujeme jídlo a pití balené ve skle." Sklo jí poskytuje jistotu, že to, co jí její rodina, bylo zabaleno přirozeně, že se do obsahu neuvolňují žádné škodlivé látky a že chuť je chráněna a nezměněna. „A dokonce i poté, co jsem si pochutnala na jídle, mám čisté svědomí," říká Kerstin. „Sklo lze snadno recyklovat. Je dobře, že lze staré sklo znovu použít k výrobě nových lahví a sklenic."





Anička Fialová: každý malý krok se počítá

Anička Fialová z moravského Bzence oceňuje tradice ve svém regionu. A proto ví, jak důležité je předat dalším generacím to nejlepší, co bylo vytvořeno. S tím souvisí i naše zacházení se životním prostředím. „Stav, ve kterém necháme planetu dalším generacím, závisí na každém z nás,“ říká Anička. „Nemusíme být ekologickými aktivisty, někdy stačí i malé věci. Já třídím svůj odpad, a jak můžete vidět, piji vodu ze skleněné lahve.“ Jako učitelka může Anička v této oblasti také hodně udělat. Pokud se například děti v mateřské škole naučí, proč je důležité třídít odpad nebo používat skleněné nádoby, využijí tyto znalosti ve svém životě, a mohou dokonce ovlivnit své rodiče nebo prarodiče.



Rozhovor s Jane Muncke, výkonnou ředitelkou Fóra pro balení potravin

Existuje souvislost mezi obalem a zdravím?

Obaly uvolňují chemické látky do potravin. Různé materiály se však velmi liší, pokud jde o to, které látky migrují do potravin a v jakém množství migrují chemikálie. Sklo, keramika a nerezová ocel jsou anorganické materiály a chemická migrace je minimální. S výjimkou těsnění ve víčkách jsou to výhradně anorganické, přirozeně se vyskytující sloučeniny. Papír, plasty a kompozitní materiály (např. kartony na nápoje) jsou vyrobeny z organických sloučenin. V případě plastů to jsou hlavně syntetické chemické látky, které někdy migrují ve velmi vysokých množstvích, ale tiskařské barvy na papír migrují do potravin také. Odborníci se domnívají, že každodenní vystavení chemickým látkám je silně ovlivněno obalem potravin a jinými materiály přicházejícími do styku s potravinami. Některé z těchto chemických látek jsou zdraví škodlivé.

Kde mohou skleněné obaly bodovat oproti jiným obalům?

Pokud jde o zdraví, sklo je ve srovnání s jinými materiály dobrým řešením. Sklo je ztuhlá kapalina a póry jsou malé, takže jimi nemohou projít žádné chemikálie. Proto se sklo označuje také jako inertní. To znamená, že nedochází k interakci mezi sklem a látkami v něm zabalenými a žádné látky nemohou skrz sklo difundovat zvenčí. Díky této vlastnosti je velmi vhodné jako obal na potraviny.



Jane Muncke je držitelkou doktorského titulu v toxikologii životního prostředí a titul MSc ve vědě o životním prostředí na Švýcarském federálním technologickém institutu v Curychu (ETHZ). Od srpna 2012 je výkonnou ředitelkou a hlavní vědeckou ředitelkou na Food Packaging Foru.



Návrat

Heineken WOBO World Bottle – světová lahev

Pivní lahev, která by vedla druhý život jako cihla, byla nová myšlenka 60. let pro světovou láhev Heineken WOBO World Bottle. Tímto způsobem měl být minimalizován odpad a současně efektivně znovu použit hodnotný materiál. V loňském roce společnost Heineken převzala iniciativu a znovu si nechala vyrobit lahve WOBO. Vetropack Austria tuto výzvu přijal.

Původní designový koncept lahve Heineken WOBO World Bottle vytvořil Freddy Heineken v 60. letech. V té době bylo v ulicích Caribu velké množství odpadu, hodně z toho pivní lahve Heineken, a lidé žili v chudých chatrčích. Freddy Heineken chtěl vyřešit oba problémy jednou lahví, která měla vést druhý život jako cihla: WOBO.

Inovace se na trh nikdy nedostala, protože ploché strany lahví nevydržely vysoký tlak CO₂ u piva. To je realita zkoumání nových konceptů a kreativního myšlení, ale dnes koncept WOBO stále inspiruje designéry. Proto se společnost Heineken opět vrátila k „znovu vyrobení“ lahví a jejich použití k vytvoření dekorativních vzorů v barech, na stěnách, policích a mnoha dalších místech.

Jako partner pro tento speciální projekt byl vybrán Vetropack Austria. V závodě v Pöchlarnu byla Světová lahev WOBO vyráběna ve dvou velikostech – 300 ml a 500 ml – přesně jako původní lahve ze zeleného skla s podílem střeptů více než 60 procent. Design originálů byl doplněn logem Heineken a nápisem „WOBO World Bottle“ jako skleněným reliéfem. Klenuté dno bylo samostatnou výzvou, které bylo potřeba čelit při procesu navrhování. Dno muselo být navrženo tak, aby dokonale odpovídalo úzkému hrdlu, což umožnilo stabilně skládat lahve WOBO do sebe jako cihly.

Tyto lahve WOBO nemusí být určeny k lahvování a servírování piva Heineken, ale vypadají skvěle jako všestranné, kreativní designové prvky a nadále inspirují kreativní mysl ke zvýraznění designu baru.



Výroba světové lahve Heineken WOBO:



Září v tom nejlepším světle

V tanečním sále hotelu a restaurace Löwen v Hausen am Albis poblíž Curychu představují lahve na šampaňské potěšení v mnoha ohledech, včetně toho estetického.



Když vstoupíte do tanečního sálu v hotelu a restauraci Löwen v Hausen am Albis, kde dosahuje strop do výšky téměř pěti metrů, první věc, která vás zaujme, jsou čtyři gigantická svítidla visící ze stropu a osvětlující místnost příjemným světlem. Až na druhý pohled si uvědomíte, že se nejedná o běžné lustry, ale o nádherné designové kousky vyrobené z ocelových prstenců a lahví na šampaňské.

Unikátní spojení vlastností

Joelle Apter a Michael von Arx, mladý pár, který vede podnik Löwen, si dlouho pohrával s myšlenkou uvést hotelový taneční sál v barokním stylu do původního stavu a dát mu slavnostní lesk. Ohledně osvětlení se spojili s Martinem Nievergeltem ze sousední vesnice Uerzlikon. Použití skla jako základu pro svítidla bylo dáno od samého začátku, vysvětluje produktový designér. „Potenciál skla je obrovský díky jedinečné kombinaci vlastností, jako je průhlednost, lom, rozptyl, stabilita a užitečnost.“ Dále také podotýká, že u světla nefunguje nic lépe než sklo.

Sochařská vícerozměrnost

Martin Nievergelt nakonec přišel s nápadem vybavit sál čtyřmi jedinečnými kusy - moderními, majestátními, stejně velkými - tvořenými 60 lahvemi na šampaňské, které budou vyzařovat teplé světlo a budou umístěny mezi dvěma ocelovými prstenci. Šampaňské se skvěle hodí k této místnosti,

která je využívána především pro slavnostní příležitosti a kde je během celého roku otevřeno mnoho lahví šumivého vína. Lahve na šampaňské jsou však pro tvorbu Martina Nievergelta ideální také z estetického důvodu. Baňatý tvar a dlouhé hrdlo propůjčují svítidlům sochařskou vícerozměrnost.

Lahve na šampaňské jako sponzorský dar

Designér představil Joelle Apterové a Michaelu von Arxovi několik návrhů a tato dvojice si okamžitě uvědomila, že musí maximálně využít fantastický potenciál lustrů z lahví na šampaňské! Nievergelt se poté spojil se společností Müller + Krempel, které se tento nápad tak zalíbil, že nabídla 240 lahví na šampaňské jako sponzorský dar.

Okouzující představení skla

To, jak moc sklo navozuje dojem lehkosti, se ukázalo právě při realizaci lustrů. Martin Nievergelt popisuje: „Nejprve jsem na strop namontoval ocelové prstence bez lahví. Každý, kdo vstoupil do místnosti, se tvářil velmi skepticky ohledně hmotnosti oceli a přemýšlel, jestli to opravdu bude fungovat. Ano, fungovalo to. I když lahve ve skutečnosti zvětšily objem svítidel, najednou způsobily, že vše vypadalo lehce a hmatatelně. Světlo i sklo vyzařují lehkost a vzájemně ještě zvyšují tento efekt.“



Jedinečná atmosféra lustrů vyrobených z lahví na šampaňské se projeví až při použití tanečního sálu. Lahve rozptylují světlo a způsobují, že se nádobí na stolech nádherně třpytí.



Great Place to Work®

Tady pracujeme rádi!

Pracoviště Vetropack v Bülachu ve Švýcarsku bylo vyhodnoceno společností Great Place to Work® jako „skvělé místo pro práci“. Tato certifikace ukazuje vynikající místo pro práci a přítomnost týmového ducha. Společnost Vetropack je potěšena, že toto pracoviště splňuje náročná kritéria.

Ocenění od společnosti Great Place to Work® ukazuje, že mezi zaměstnanci a manažery existuje atmosféra důvěry a že zaměstnanci v této společnosti rádi pracují. Zaměstnanci různých věkových kategorií mají příležitost se osobnostně a profesně rozvíjet, vzájemně si důvěřují, podporují se a jsou hrdí na svoji práci. Spolupráce s kolegy je zábava! Společnost Vetropack získala certifikaci pro centrálu v Bülachu v kategorii 20 a více zaměstnanců.

Jak se z pracoviště stane skvělé místo pro práci?

Aby mohla být společnost certifikována jako „skvělé místo pro práci“, je třeba provést nejen speciálně strukturovaný anonymní průzkum u všech zaměstnanců, včetně manažerů (Trust-Index™), ale je také vyžadován průzkum u členů managementu (Kultur-Audit™). Otázky v průzkumu zaměstnanců (Trust Index™) jsou rozděleny do pěti kategorií: důvěryhodnost, respekt, spravedlnost, týmový duch a hrdost.

Kultur-Audit™ ukazuje jasný celkový obraz organizace, převládajících hodnot, procesů a kvality.

Certifikace je udělena společnostem, které v průzkumu zaměstnanců dosáhnou skóre alespoň 65 procent a splní minimální kritéria v průzkumu u členů managementu.

Společnost Great Place to Work® shromažďuje více než 20 let data k vyhodnocování atmosféry na pracovištích v organizacích. Přičemž základem vynikající atmosféry na pracovišti byla vždy důvěra. Hodnoceno je těchto šest faktorů: atmosféra na pracovišti založená na vzájemné důvěře, uznávané hodnoty, kvalita vedení, rozsah, v němž všichni zaměstnanci rozvíjejí svůj potenciál, výsledná inovační síla a přidaná hodnota.

Ocenění

Minerální voda Karpatska Dzherelna získala ukrajinskou cenu za balení

0,5 litrová lahev na minerální vodu Karpatska Dzherelna je vítězem „Ukrajinské hvězdy balení 2020“ a je nominována na světové ocenění. Lahev ve tvaru slzy vyrobil Vetropack Gostomel.

Lahev na minerální vodu fascinuje svou elegantní jednoduchostí. Rytina na povrchu zobrazuje horskou krajinu a vznášejícího se orla, čímž zdůrazňuje přírodní původ minerální vody. Lahev má příjemný i praktický design. Zesílené dno zaručuje stabilitu, zatímco 100% recyklovatelný materiál představuje respekt výrobce k životnímu prostředí.

Spolu s tímto oceněním získal ukrajinský závod společnosti Vetropack působivých 16 cen Ukrajinské hvězdy balení.



Vetropack Švýcarsko instaloval odstraňovač etiket



Výroba skla v St-Prex používá až 80 % střepů. To znamená, že se ročně roztaví až 100 000 tun použitého skla. Začátkem léta společnost Vetropack ve své sklárně v St-Prex zavedla systém odstraňování etiket, aby efektivněji zpracovávala použité sklo.

Použité sklo dodávané do závodu St-Prex obvykle obsahuje vysoký podíl etiket a jiných druhů povrstvení. Při optickém třídění používaném k oddělení skla od ostatního neskelného materiálu zvyšují etikety, které na střepích zůstanou, odpad. Díky nově instalovanému systému se však zbytky etiket nyní odstraní ve speciálním dopravníku třením střepů o sebe ještě před optickým tříděním. Odstraňovač etiket a stroje na optické třídění skla instalované v roce 2019 umožňují sklárně Vetropack v St-Prex zefektivnit způsob využití použitého skla - důležité zlepšení vzhledem k tomu, že použité sklo je tak cennou druhotnou surovinou.

Představenstvo

Nový ředitel pro divizi techniky a výroby na úrovni skupiny

Představenstvo společnosti Vetropack Holding Ltd jmenovalo s účinností od 1. ledna 2021 Dr. Guida Stebnera novým ředitelem pro divizi techniky a výroby na úrovni skupiny. Stane se také členem správní rady.

Dr. Guido Stebner, 54 let, vystudoval metalurgii na Clausthal Zellerfeld University of Technology v Německu. V roce 1997 dokončil s vyznamenáním disertační práci na téma „Design of coated rollers for casting steel according to the twin-roll process“ na RWTH Aachen University v Německu. Po ukončení studia ho jeho kariéra zavedla do ocelářského průmyslu. Zastával manažerské pozice ve výzkumu, výrobě a technice ve skupině ThyssenKrupp Group. Jeho práce ho zavedla do Německa, Francie, Itálie a Spojených států amerických.



V roce 2013, poté co finská ocelářská skupina Outokumpu převzala ocelářské operace společnosti ThyssenKrupp, se Stebner stal odpovědným za výrobu ve společnosti Outokumpu Stainless USA a byl povýšen na člena správní rady. V roce 2016 přešel do společnosti Swiss Steel AG, která je součástí švýcarské skupiny Schmolz + Bickenbach, kde vedl divizi výroby a techniky. V roce 2018 převzal vedení oddělení techniky společnosti Deutschen Edelstahlwerke, která je rovněž součástí skupiny Schmolz + Bickenbach Group, čím se stal hlavním provozním ředitelem.

Komunikace

Poprvé online

Toto léto to bylo poprvé, co byla Pololetní zpráva 2020 a zaměstnanecký časopis skupiny Vetropack zveřejněny výhradně online. Obě publikace tak sledovaly trend, který začal Integrovanou výroční zprávou v roce 2019, a jsou v souladu s aktivitami společnosti Vetropack na podporu digitalizace a udržitelného způsobu myšlení.

Zprostředkování online publikace nenabízí pouze novou zkušenost s digitálním prostředím pro zaměstnance - s přechodem na nově navrženou, integrovanou online výroční zprávu se skupina



Vetropack také rozloučila se svou dřívější tištěnou verzí, čímž ukazuje, že se společnost dívá do budoucnosti. Nová integrovaná výroční zpráva reaguje na měnící se potřeby cílových skupin a integraci informací. Časopis pro zaměstnance tak naplňuje snahu Vetropacku o digitalizaci.

Vyšší přehlednost a flexibilita

Oddělení skupinové komunikace v současné době připravuje interní komunikační plán, který se zaměřuje na současné a budoucí informační potřeby. Internet a sociální média formují naše očekávání. Je také důležité rychle a efektivně komunikovat, udržovat dialog, integrovat znalosti a přijímat i poskytovat zpětnou vazbu. S ohledem na to budou nová komunikační média v příštích několika měsících přezkoumána, nebo dokonce nově implementována.

Dalším nástrojem pro digitalizaci komunikace zaměstnanců ve společnosti Vetropack je aplikace pro zaměstnance Beekeeper. Cílem aplikace je učinit komunikaci ve společnosti stejně snadnou a efektivní jako v roji včel. Beekeeper znamená, že zaměstnanci mohou být zastiženi napříč pracovišti a odděleními v reálném čase. Beekeeper běží v současnosti v centrále v Bülachu jako pilotní projekt.



Šumivé

Oživení osvěžující tradice

Víno ředěné minerální vodou nebo sodou je jedním z nejoblíbenějších nápojů na uhašení žízně v horkém dni. Stejně uspokojuje je skleněná láhev o objemu 0,33 litru od společnosti Vetropack Austria, ve které se podává „Spritzer“ od rakouského vinařství Aigner.

Věděli jste, že „G’spritzte“ nebo „Spritzer“ byly vynalezeny v Rakousku? Víno smíchané s minerální vodou nebo sodou je obzvláště oblíbeným nápojem v létě, ať už jako aperitiv nebo jako lehký, smyslný společník lahodného jídla.

Vinařství Aigner v Gumpoldskirchenu je jedním z nejvýkonnějších a nejmodernějších vinařství v Rakousku. V létě 2020 uvedlo na trh osvěžující míchaný nápoj z bílého vína a minerální vody „Spritzer“. Dodává se ve skleněné láhvi o objemu 0,33 litru ze zeleného skla, která poskytuje obsahu potřebnou ochranu před světlem a zaručuje spotřebitelům svěžest i při delším skladování. Standardní láhev vyráběná společností Vetropack nabízí správný prostor pro sycený nápoj. Plní se až těsně pod okraj, aby byl obsah vystaven co nejmenšímu množství kyslíku. Tvar láhve bez ramen je také velmi praktický a znamená, že si Spritzer můžete vychutnat přímo z láhve.



Patentováno

Inovativní drážky a zářezy

Na vinici Terre De La Custodia se po staletí proměňovaly plody umbrijského terroiru ve vynikající víno. Růžové dodává společnost Vetropack Italia v jedinečné lahvi z bílého skla o objemu 750 ml.

Montefalco v italské oblasti Umbrie je od středověku známé svým vynikajícím vínem. První révu zde pěstovali františkánští mniši v klášterech.

Vinice Terre De La Custodia, pět kilometrů od Montefalca, se rovněž ohlíží za staletou tradicí. Cokoli, co tak dlouho přežije, musí být i nadále inovativní, což se dá jistě říci o Terre De La Custodia. Pro růžové víno Montefalco Sagrantino byla vyvinuta bílá skleněná lahev, výsledek dokonalé syntézy estetiky a funkčnosti. Poutavá drážka na přední straně láhve vede k vnitřní prohlubni, která shromažďuje zbytky vína a zabraňuje jejich pohybu, zatímco zadní zářez zajišťuje, že při nalévání neunikne ani kapka. Proč se do této speciální lahve nelije každé víno? Odpověď je jednoduchá: Terre De La Custodia si tuto speciální úpravu lahve nechala patentovat!



Magnificent

Jiskřivý vzhled

Cokoli vhodného pro královské chuťové buňky by také mělo královsky vypadat. Proto přední ukrajinský producent ovocného vína Mikado balí své nové šumivé víno Mikado Princess s nízkým obsahem alkoholu do nádherné lahve od společnosti Vetropack Gostomel.

Díky svým důstojně se svažujícím ramenům a dlouhému štíhlému krku má nová lahev o objemu 0,75 litru klasický elegantní tvar. Jeho majestátní dojem je umocněn povrchem skla. Když na lahev dopadne světlo, svítí díky gravírování křišťálu jako broušený rubín. Nový produkt společnosti Vetropack Gostomel je tedy dokonalým balíčkem šumivého nápoje prvotřídní kvality s jedinečnou příchutí ovoce a bobulí.

Poutavá souhra barev vytvořená kombinací lahve a nápoje je také téměř slavnostní. Jemně růžový třpyt šumivého vína odpovídá barvě třešňového květu tradičně zobrazovaného na etiketě renomované značky. Víno, lahev, etiketa a světlo jsou spojeny v jedinečné harmonii a zdůrazňují slavnostní povahu každé události, při které se podává Mikado Princess.



Elegantní

Z Trapani do světa

Světově proslulé sicilské červené víno Nero d'Avola Alibrianza se pěstuje v oblasti Trapani a je baleno do elegantních 750ml lahví ze skla barvy cuvée, které jsou vyrobené ve Vetropack Italia v Trezzano sul Naviglio u Milána.

Rodinný podnik Alibrianza byl založen v roce 1981 a původně se soustředil na obchodování s prémiovými víny pro mezinárodní klientelu. Brzy však zatoužili vyrábět vlastní víno. Alibrianza nejprve převzala vinici s velkou tradicí, Cascina Radice v Piemontu. Poté přibrala vinice na Sicílii, ostrově, kde se vinicím daří díky středomořskému podnebí, mnoha hodinám slunečního svitu a osvěžujícímu mořskému vánku.

Jednou z původních sicilských odrůd je plná Nero d'Avola. Pro každou Nero d'Avola, kterou Alibrianza pěstuje v regionu Trapani, vyrábí Vetropack Italia skleněnou lahev v barvě cuvée o objemu 750 ml. Svým robustním tělem s výraznými rameny bezpečně chrání toto plné ovocné víno. V roce 2019 získala Alibrianza zlatou medaili na China Wine & Spirits Awards.

Kultivovaný

Hořec v základu

Curyšský startup Gents připravil svému toniku bouřlivý vstup na špičkovou barovou scénu. Od letošního roku pro tento kultovní nápoj vyrábí estetické lahve z bílého skla o objemu 0,2 litru společnost Vetropack Austria v Pöchlarnu.

Tonik je jednou z nejoblíbenějších hořkých limonád. Je považován za nápoj na úrovni, takže není žádným překvapením, že se moderní mladí podnikatelé stále snaží vyrábět toniky ještě lepší. Je to cíl, který startup Gents z Curychu už nyní dosáhl. Recept na jejich tonik je založen na bylinách a znalostech kulinářského umění, které byly získávány v průběhu mnoha let. Používají se také švýcarské přísady jako je řepný cukr a hořec sklizený v pohoří Jura. Hořec je samozřejmě sklizený na zvláštní povolení. Po velkém žlutém hořci, Gentiana lutea, se také jmenuje celá společnost.

Lahve, ve kterých Gents nabízí své nápoje, vyrábí společnost Vetropack Austria v Pöchlarnu. Rovný krk a jemně zakřivená ramena ukazují produkty v lahvi z bílého skla o objemu 0,2 litru v tom nejlepším světle. Kromě klasického toniku nyní existuje mnoho dalších variant, například „Gents Swiss Roots Ginger“ nebo „Gents Swiss Craft Ginger“.



Nejnovější výrobky



Originál

Ideální společník

Řemeslné pivo zaznamenalo bezkonkurenční úspěch po celém světě. Vyrábí se hlavně malými pivovary ručně a s velkou péčí. Piva jako tato patří do elegantního a udržitelného skleněného obalu. Právě jako pivo Steinweg, pro které společnost Vetropack Gostomel vyrábí výjimečné lahve.

Steinweg je malý specializovaný pivovar na Ukrajině. Lahev na pivo Steinweg je vizuálním výrazem nápoje, pro který byla vytvořena. Originální a velmi jedinečná nám dává pocítit důvěrnou atmosféru malé továrny s vlivy steampunku. V neobvyklém designu je zachycen jak retro styl, tak progresivní způsob myšlení.

Pivovar si zvolil hnědé sklo pro 0,6 litrovou lahev, která poskytuje svému pěnivému lahodnému nápoji nejlepší ochranu před potenciálně škodlivým světlem. Šroubový uzávěr je obzvláště poutavý a uživatelsky přívětivý, takže je sklo ideálním společníkem na výlet. Díky této spolupráci společnosti Steinweg a Vetropack Gostomel prokázaly, že i něco tak každodenního a téměř dokonalého jako pivní lahev lze znovu pozoruhodně přetvořit.



Just right

Ovocná chuť ve skle

Rakouská značka YO nabízí sirupy nejvyšší kvality. Tři nové produkty jsou dokonale chráněny krásně tvarovanými bílými skleněnými lahvemi o objemu 0,5 litru, které jsou vyráběny v závodě společnosti Vetropack Austria v Pöchlarnu.

Sklo a příroda, to je dokonalá kombinace. Každý, kdo vyrábí nebo konzumuje ekologické produkty, kladе velký důraz na kvalitu, zdraví a ochranu životního prostředí. Sklo chrání obsah obzvláště dobře, protože ho nijak neovlivňuje a má neutrální chuť a vůni.

Společnost Eckes Granini Austria GmbH také souhlasí. Její značka YO je známá v celém Rakousku i mimo něj výrobou vysoce kvalitních ovocných sirupů. Nyní byla řada rozšířena o tři organické sirupy: malinový a citronový, rybíz a meduňka. Nové sirupy se dodávají ve skleněných lahvích o objemu 0,5 litru vyráběných společností Vetropack Austria v jejím závodě v Pöchlarnu, a to v osvědčeném designu lahví YO. Lahve z bílého skla padnou do ruky obzvláště pohodlně díky probrání pod rameno. V kombinaci se sklem zdůrazňuje štíhlý tvar prvotřídní kvalitu obsahu.



Na vlastní přání si můžete vyvíjet
a vytvářet perfektní skleněné obaly.
Barva a vzhled – volba je jen na vás.

Rakouská tradice

Ovocné šťávy Rauch: od malého podniku po globální značku

Franz Josef Rauch, vůbec první průkopník v odvětví ovocných šťáv, založil v roce 1919 v rakouském Vorarlbergu malý podnik na plnění lahví ovocnými šťávami, ze kterého se stala jedna z největších společností v Evropě. Originální společnost, která začínala podobně jako dnešní start-upy, funguje i po více než sto letech a stále vyrábí ty nejlepší džusy.



V roce 1919 svět formoval rozpad monarchie a hospodářská krize, která nastala po skončení první světové války. Útrapy byly obrovské. Mladý Franz Josef Rauch tuto situaci využil, jak nejlépe uměl, a založil si vlastní malý podnik na stáčení ovocných šťáv do lahví. Tento

podnik, který sloužil jako stáčírna ovocných šťáv pro místní farmáře, měl být pouze druhořadým zdrojem příjmů v náročných časech. Franz Josef Rauch, který byl přesvědčený, že lidé budou muset vždy jíst a pít, tímto položil základy úspěšného příběhu z Vorarlbergu. Z originálního start-upu vytvořil mezinárodní společnost na výrobu ovocných šťáv. Ve 20. letech 20. století byl jablečný mošt velmi populární a dokázal podnik udržet v chodu. O deset let později to byl jablečný džus bez alkoholu, který udával trend.

Významný podíl na úspěchu měly také dvě manželky zakladatele společnosti. Zajímavé je, že se obě jmenovaly stejně – Katharina. S první manželkou měl Franz Josef Rauch dvanáct dětí. Tři roky po její smrti se znovu oženil. Jeho druhá žena Katharina Seyfried se od té doby starala o velkou rodinu a podporovala svého manžela při naplňování jeho vize. Je také velmi pravděpodobné, že spoluvytvářela jednotlivé příchutě výrobků

Rauch. Není proto žádným překvapením, že Rauchovo organické trio Naturally Cloudy Apple, Red Currant a Apricot určené pro restaurace bylo u příležitosti výročí společnosti věnováno právě těmto dvěma ženám.

Tři generace, nespočetné výzev, úspěchů, významných událostí a později i nedostatků...přesto všechno je společnost Rauch stále jedním z předních výrobců ovocných džusů v Evropě a také rodinným podnikem. Společnost se řídí mottem: „Vážíme si starého a vítáme nové“ a snaží se tak naplnit své poslání průkopníka orientovaného na budoucnost, přičemž se snaží zachovat svou etablovanou kulturní značku.

V jubilejním roce 2019 byla uvedena ikonická výroční edice určená pro catering a restaurace a zároveň byla vytvořena značka Franz Josef Rauch. Kulturní zelené vratné lahve o objemu 0,9 litru s pákovým uzávěrem používala společnost Rauch k plnění ovocných šťáv určených pro trhy a pohostinství ve Vorarlbergu již ve 20. a 30. letech 20. století. Dnes je vyrábí společnost Vetropack Austria a jsou plněny v sídle společnosti v Rankweile ve Vorarlbergu, stejně jako bílé lahve Rauch o objemu 0,2 litru a lahve s dlouhým hrdlem o objemu 0,33 litru. Všechny mají barevné etikety, které originálnímu

designu dodávají retro vzhled a poskytují dokonalou ochranu přírodním ovocným džusům s osobitou chutí.





Männerhaut

Čtyři umělci, jedna vášeň: sklo

Studio „Atelier Männerhaut“ s volným vstupem bylo založeno v roce 1991 ve Frauenau v Německu. Na tomto místě tvoří sklářské umění a řemeslo plodnou symbiózu, ve které hraje sklo vždy hlavní roli.

Männerhaut? Před třiceti lety slogan časopisu „pánská kůže je také úplně přirozená“ inspiroval skupinu mužů v bavorském městě Frauenau, aby nazvali svoje studio „Männerhaut“ (pánská pokožka). Čtyři sklářské umělce, Roland Fischer, Jo G. Hruschka, Stefan Stangl a Alexander Wallner, nevázala během tří desetiletí pouze vášeň pro sklářské umění, ale i blízké přátelství. Tito nezávislí umělci a řemeslníci jsou vyučení skláři a řezači skla. Sklo je jejich profesí.

Staré se setkává s novým

Umělci navrhují a dokončují své práce v dílně ve Zwieselu. Díla těchto čtyř umělců nejsou tvořena pouze ve sklářských pecích, ale i dalším zpracováním surového skla vyrobeného ve sklárně, jako i z různých jiných druhů skla. Pomocí tradičních technik zpracování skla, jako je malování, řezání nebo gravírování skla, v kombinaci s moderními pracovními metodami, jako je tavení, řezání vodním paprskem anebo lepení, tvoří umělci osobitá umělecká díla. Je pro ně důležité, aby se v tomto procesu využilo co nejméně dalších dodatečných zdrojů, například energie. Jo G. Hruschka už několik let pracuje se všemi typy upcyklovaných nádob. Něco neobvyklého a kuriózního – jako miska

nebo socha – je vytvořeno z běžného každodenního skla. Tito čtyři umělci rádi poznávají možnosti tvořivého přetváření skla.

Tradice skla v Bavorském lese

„Skleněné město“ Zwiesel v Bavorském lese je od 15. století známé svým sklářským průmyslem, výrobou křišťálu a vysokou školou technického skla. Jednou z výrazných dominant města je nejvyšší světová pyramida vytvořená ze skleniček na víno, která měří víc než 8 metrů. Malá sousední vesnice Frauenau je známá svým muzeem skla a především skleněnými zahradami, které se mohou pochlubit mnoha díly „Ateliéru Männerhaut“.



**Kontakty****Švýcarsko**

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

Rakousko

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

Česká republika

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

Slovensko

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

**Chorvatsko, Slovinsko,
Bosna-Hercegovina,
Srbsko, Černá Hora,
Makedonie, Kosovo**

Telefon +385 49 326 326
prodaja@vetropack.com

Ukrajina

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

Itálie

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

Ostatní země západní Evropy

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

Ostatní země východní Evropy

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