

2 VETROTIME INHALT



Zum Titelbild. Ob zum Veredeln von Speisen oder pur im Glas zum Kochen – delikate Schaumweine sind ein Genuss und zaubern jedem ein Lächeln ins Gesicht. So auch den beiden Hauptpersonen auf dem Titelbild dieser Vetrotime. Die Bandbreite an Schaumweinen können Sie im Fokus-Artikel entdecken. Und vielleicht finden Sie dort auch ein perlendes Getränk, welches Sie noch nicht kannten.







Wer nicht neugierig ist, erfährt weniger oder «Wie ist der neue CEO?»

Herzlich willkommen, sehr geehrte Leserinnen und sehr geehrte Leser

Ohne Neugier wäre das Leben nur halb so spannend, und wir würden gerne so viel lernen. Kein Wunder sind Neugier und Lernen untrennbar miteinander verbunden. Wir möchten wissen, was in der Welt und in unserer Umgebung geschieht und was sich alles verändert.

Seit dem 1. Januar 2018 bin ich der neue CEO der Vetropack-Gruppe und ich kann mir sehr gut vorstellen, dass Sie ein bisschen neugierig sind, und mehr über mich erfahren möchten. Ich bin schon seit November 2010 als Leiter der Business Unit Schweiz/ Österreich für Vetropack tätig. In dieser Zeit habe ich die Gruppe sowie unsere Herausforderungen von Grund auf kennengelernt. Ich kenne unsere Stärken, habe klare Visionen und Ziele definiert. Dazu gehört unter anderem die noch bessere Ausnutzung unserer gruppenweiten Synergien. Denn Effizienzsteigerungen sind notwendig, um die von den Kunden so geschätzte Produktvielfalt zu bewältigen. Oder die Standardisierungen unserer IT-Systeme und Betriebsdaten, die sich elektronisch mit den Systemen unserer Kunden automatisiert verknüpfen könnten, um Produktionsplanung, Abrufe und Lagerbestände abzustimmen. Dies sind nur einige Beispiele aus diesem Bereich in denen Industrie 4.0 längst Realität geworden ist.

Mein Vorgänger, Claude R. Cornaz, und ich haben die «Flaschenübergabe» schon zelebriert. So wie es sich gehört, mit einer schönen blauen Flasche aus der eigenen Produktion (siehe Bild). Und deshalb zeigen wir zum ersten Mal in der Geschichte des Editorials nicht nur eine, sondern zwei Personen: den ehemaligen und den neuen CEO – Claude R. Cornaz (rechts), bis zum 20. April 2018 unser designierter Verwaltungsratspräsident, und ich selbst (links). Wir sind ein gutes Team, sind neugierig und freuen uns auf unsere veränderten Aufgaben.

Apropos Neugierde, unsere Vetrotime besitzt zwei neue, frische und attraktive Rubriken. Das «Glanzstück» ist eine regelmässige Hintergrundinformation über Glasprodukte, die gleichermassen unterhaltsam und kurios sind (Seiten 4 bis 5). Ferner erhält ab sofort jede Ausgabe ein Interview; unterschiedliche Persönlichkeiten stehen unseren Redaktoren Frag und Antwort. Ihnen allen gemeinsam ist die Liebe



zum Glas. Der Beginn macht Christian Roos, General Manager der Organisation International Partners in Glass Research, IPGR (Seiten 8 bis 9). Mehr verrate ich Ihnen aber noch nicht. Nur so viel, das Lesen und Schmökern der jungen Vetrotime lohnt sich – ich sage nur: Schaumwein und Zaubertricks.

Liebe Leserinnen und Leser, es war mir eine grosse Freude, Ihnen das erste Editorial zu schreiben und ich freue mich bereits auf das nächste. In diesem Sinne, viel Spass beim Lesen und bis bald!

Herzliche Grüsse

Johann Reiter

CEO Vetropack Holding AG

AUFGEFALLEN



Das Bild eines Hauses aus Glasflaschen beeindruckte den Ukrainer Volodymyr Sysa so sehr, dass er selbst eines baute. Jede freie Minute investierte er in sein Vorhaben, zeichnete Baupläne und sammelte fleissig Schaumweinflaschen. Die mit Mörtel gefüllten Flaschen schaffen ein Luftpolster, welches die Temperatur im malerischen Gebäude hält. Im Sommer ist es schön kühl, im Winter angenehm warm. Das Haus steht in einem Vorort von Zaporizhia, Ukraine.



kronleuchter Eleganz in Glas

Elegant strahlt der aus Kristallglas hergestellte Kronleuchter der tschechischen Firma Preciosa Lighting und veredelt jeden Raum. Kronleuchter setzen historische Säle ebenso in Szene wie puristisch gestaltete Innenräume. Jene aus Kristallglas kamen im 18. Jahrhundert in Mode. Ursprünglich waren sie mit richtigen Kerzen bestückt.





KUNST

Gegen den Strom

Der Extremkünstler Abraham Poincheval reiste 2017 in einer Glasflasche von der Region Marseille zum Rhone-Gletscher im Wallis, Schweiz. Denn dort entspringt die 812 km lange Rhone, die in der Nähe von Marseille ins Meer mündet. Die Flasche wurde an 9 Orten neben dem Fluss für jeweils einige Tage aufgestellt. In dieser Zeit lebte Poincheval in der Flasche autonom und kommunizierte mit Besuchern. In der Schweiz stellte er auf Einladung des Kunstmuseums Wallis das Projekt im Rahmen des Kunstfestivals TRIENNALE VALAIS I WALLIS 2017 vor.

GLASFEILE FÜR STARKE NÄGEL

Glasfeilen bestehen aus gehärtetem und mit Säure behandeltem Glas, das sich beim Feilen nicht verändert. Sie halten ein Leben lang, wenn man sie nicht fallen lässt. Zudem reissen Nägel, die mit Glasfeilen geschliffen werden, nicht mehr ein.



Buchempfehlung



«Besser leben ohne Plastik» zeigt, wie der Alltag ohne Plastik aussehen kann. Unterteilt ist das Buch in 7 Kapitel, u.a. mit Informationen zu Glas als Verpackungsmaterial. Die anschaulich gestalteten Seiten kombiniert mit Bildern und Illustrationen sind nicht nur interessant, sondern auch schön.



KRÄUTER IM GLAS

Kräuter veredeln Speisen. Ob dezent, herb oder scharf, für jeden Geschmack gibt es das perfekte Gewürz. Selber aus Samen gezogen oder bereits als Setzling gekauft, Kräuter im Glas schmecken köstlich und sehen adrett aus.

6 VETROTIME MARKT



Vetropack zeichnet sich durch ein vielfältiges Flaschensortiment für Schaumweine aus. Ob kleine oder grosse Inhaltsgrössen, ob mit der klassischen Sektmündung oder einem besonderen Verschluss – gut geschützt sind Schaumweine in Glasflaschen.

Lange Zeit gönnten sich die Menschen nur an feierlichen Anlässen ein Glas Schaumwein. Doch je länger je mehr gibt es dieses perlende Getränk auch als Aperitif oder als Begleitung zu vielen Gerichten. Das könnte damit zusammenhängen, dass alkoholfreier Schaumwein immer beliebter wird. Nichts desto trotz ist Silvester der Spitzenreiter aller Anlässe, gefolgt von Geburtstagsfeiern und Hochzeiten.

Vetropack bietet ihren Kunden ein vielfältiges Flaschensortiment für Schaumweine an. Die Inhaltsgrössen variieren von 0,2 oder 0,375 Liter bis hin zu 0,75 und 1,5 Liter. Die Schaumweinflaschen gibt es hauptsächlich in Grün, Weiss, Vetrogrün, Olive und Cuvée. Von einfachen Designs bis hin zu sehr eleganten Varianten ist für jeden Kunden der

gewünschte Glasbehälter vorhanden. Am häufigsten haben Schaumweinflaschen eine Sektmündung mit dem klassischen Korken. Es gibt aber auch Glasflaschen mit Bandmündung oder BVS sowie Sondermündungen.

Hochwertig und einzigartig

Ob Leichtglas oder im schwereren Modell – Schaumweine sind in Glasverpackungen perfekt geschützt. Denn Glas steht für unverfälschten Genuss, Hochwertigkeit und Einzigartigkeit. Hohe Produkt- und Lieferqualität gehören bei Vetropack ebenso zum Leistungsangebot wie die Entwicklung individueller Verpackungskonzepte – und die Leidenschaft für den Packstoff Glas. International anerkannte Normen und technische Lieferbedingungen für Schaumweinflaschen bilden in den Vetropack-Werken die grundlegende Voraussetzung für die Produktion. Mechanische, optische und elektronische Qualitätskontrollen garantieren einwandfreie Glasbehälter.

Die konische Vertiefung im Boden einer Schaumweinflasche hat einen besonderen Grund, denn die Glasflasche muss



dem bei der zweiten Gärung entstehenden Druck standhalten. Eine solche Vertiefung verbessert denn auch die Druckbeständigkeit der einzelnen Flaschen.

Kulinarisches mit Schaumwein

Am liebsten trinken Konsumenten den Schaumwein oder Sekt pur. Bei der Wahl des passenden Getränks sind Geschmack, Herkunft und Qualität entscheidend. Wie bei vielen Produkten im Lebensmittel- und Getränkebereich legen Konsumenten auch bei diesem Getränk Wert auf regionale Spezialitäten. Zudem sind sie bereit, für Qualität tiefer in den Geldbeutel zu greifen.

Beliebt ist Schaumwein zu geräucherten Speisen wie Lachs, Forelle, Saibling, Geflügel, Schinken oder der kalten Küche generell. Aber auch Fingerfood erhält mit einem Glas Sekt eine festlichere Note.

Schaumwein als Oberbegriff

Schaumwein ist der Oberbegriff aller weinhaltiger Getränke in

Flaschen, die wegen ihres Gehalts an Kohlenstoffdioxid unter Druck stehen. Als Champagner darf nur der Schaumwein aus der Region Champagne in Frankreich bezeichnet werden. Er unterliegt strengen Vorschriften und die Ernte erfolgt von Hand. Sein Name ist markenrechtlich geschützt. Im deutschsprachigen Raum heissen alle anderen Schaumweine Sekt. Dieser hat einen Alkoholgehalt von mindestens 10 Prozent. Wie der Champagner, ist auch der Crémant aus Frankreich. Spumante ist der italienische Name für Schaumweine. Weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt sind der Prosecco oder Asti Spumante, der aus gleichnamiger Stadt stammt.

Perlende Unterschiede

Schenkt man ein Glas Schaumwein ein, perlt dieser wunderbar. Doch zwischen den einzelnen Schaumweinen gibt es perlende Unterschiede. Die Perlung hängt von der Qualität der zweiten Gärung ab. Nach dieser wird der Sekt regelmässig geschüttelt und am Schluss die Hefe entfernt. Je tiefer die Temperatur und je länger die zweite Gärung dauert, desto feiner werden die Perlen.

VETROTIME



GLASFORSCHUNG

«Viele Ideen, die wir initiieren, werden von externen Firmen aufgegriffen»

Die Organisation International Partners in Glass Research (IPGR) hat das Ziel, durch Forschungs- und Entwicklungsprogramme die Wettbewerbsfähigkeit von Glas in der Verpackungsindustrie zu erhalten und zu steigern. Vetrotime sprach mit dem General Manager Christian Roos (CR) über die Forschungsschwerpunkte und aktuelle Projekte.

Seit über 30 Jahren ist die IPGR mit Forschungs- und Entwicklungsprogrammen im Bereich der Glastechnologie an der Spitze mit dabei. Was hat sich seit den Anfängen geändert?

CR: Der Forschungsfokus hat sich über die Jahre natürlich geändert. Am Anfang lag der Schwerpunkt auf festerem Glas. Heute liegt ein grosser Schwerpunkt auf der Prozessoptimierung und im Bereich der Öfen bezüglich der Energieund Emissionsreduktion. Darüber hinaus änderte sich die Mitgliederstruktur, eine gewisse Fluktuation ist hier natürlich. Und ich denke, IPGR ist in seiner Struktur straffer und zielorientierter geworden.

Aufgrund Ihrer Professur an der RWTH Universität in Aachen, Deutschland, haben Sie zusammen mit den anderen IPGR-Mitgliedern entschieden, den Hauptsitz von Bülach nach Aachen zu verlegen. Welche Vorteile für IPGR hat es, mit einer solchen starken Universität verbunden zu sein?

CR: Die Synergien durch andere Institute der Universität sind wirklich beeindruckend. Für nahezu alle Probleme gibt es Ansprechpartner und man kann Lösungsmöglichkeiten diskutieren. Das fängt bei chemischen, Grundlagen-fokussierten Problemen an und hört bei regeltechnischen, extrem anwendungsbezogenen Problemen auf. Auch die Möglichkeit über meinen Lehrstuhl direkte Glasforschung zu betreiben, ist für IPGR ein grosser Vorteil.

Können Sie diese Vorteile in der Praxis auch bereits miteinbeziehen?

CR: Ja, natürlich. Wir haben z.B. eine Kooperation mit zwei Partnerinstituten, die uns in der Entwicklung eines Algorithmus zur Messdatenauswertung unterstützen. Eine Masterandin von mir hat einen Reinigungsprozess für Vorformen entwickelt, der die bisherige Reinigungszeit halbiert. All das sind grosse Vorteile für die jeweiligen Projekte.

Ein grosser Forschungsschwerpunkt von IPGR ist die Reduktion von Energie und Emissionen bei der Glasproduktion. Wie gehen Sie dieses Thema an?

CR: Auf zweierlei Weise. Wir beschäftigen uns mit den kurzfristigen Einsparpotenzialen über optimierte Prozesse. Wir schauen aber auch sehr revolutionär in die Zukunft und untersuchen vollkommen neue Feuerungskonzepte für Glasöfen.

Mit welchen Projekten werden Sie sich in den kommenden Monaten beschäftigen?

CR: Massgeblich natürlich, wie oben erwähnt, die Energieund Emissionsreduktion. Aber auch die Optimierung des Formgebungsprozess. Hier haben wir gerade einen sehr erfolgreichen Produktionsnachweis laufen, der einen grossen Durchbruch im Bereich der Schmierung in IS-Maschinen bedeutet. IPGR hat neun Mitglieder, acht renommierte Produzenten von Verpackungsglas sowie den international tätigen Glasmaschinenhersteller und Technologiespezialisten Bucher Emhart Glass. Ist es da manchmal nicht schwierig, auf einen gemeinsamen Nenner zu kommen?

CR: Die Firmen gehen sehr professionell miteinander und mit IPGR um. Im Allgemeinen haben alle das gleiche Ziel; es gibt natürlich hin und wieder Diskussionen, aber die sind immer konstruktiv und führen auch zu einem allgemein akzeptierten Ziel.

Welche Vorteile hat IPGR aufgrund dieser geballten Ladung an hervorragendem Wissen?

CR: Technologische Vorreiterposition und Innovationsführung. Viele Ideen, die wir initiiert haben, wurden von externen Firmen aufgegriffen. So hat IPGR als erster das Ziel der 3GJ-Wanne verfolgt. Mittlerweile ist das ein Schlagwort für effiziente Wannen geworden und die Ansätze werden von vielen anderen ebenfalls verfolgt.

Sie arbeiten nun seit über 18 Jahren in der Glasindustrie. Was fasziniert Sie am Material Glas?

CR: Man lernt nie aus. Ich lerne jeden Tag etwas Neues, das ist sehr schön. Im Vergleich zu anderen Materialien hat Glas ein breiteres Anwendungsspektrum und Variationsmöglichkeiten als man annimmt. Es gibt noch viele Nischenbereiche zu erforschen.



Christian Roos, General Manager IPGR

Ausbildung: Studium der Mineralogie und Kristallographie, Universität Giessen und Universität Marburg, Promotion am Fraunhofer Institut für Silicatforschung

Beruflicher Werdegang: Forschung und Entwicklung in der Glasindustrie, von 1998 bis 2008 bei Schott AG Mainz als Projektmanager, seit 2009 Geschäftsführer von IPGR und seit 2016 Universitätsprofessor und Inhaber des Lehrstuhls für Werkstoff- und Prozesstechnik – Glas und Verbundwerkstoffe an der RWTH Aachen Universität

VETROTIME

AGROVINA

Vielfalt von Glasverpackungen

Alle zwei Jahre findet in der Westschweiz in Martigny die Agrovina statt. An der 4-tägigen Messe für Wein- und Obstbaufachleute präsentierten Vetropack Schweiz und das Schweizer Handelshaus der Vetropack-Gruppe, Müller + Krempel, die vielfältigen Glasverpackungen ihrer breiten Produktpaletten.



Besucher des Messestands von Vetropack Schweiz konnten sich von der breiten Produktpalette aus dem Standard-Sortiment sowie den individuell für Kunden kreierten Modellen überzeugen. Der Stand war bereits von Weitem eine Augenweide und ein Besuchermagnet: Auf einer überdimensional grossen Leinwand wurden Bilder aus der Produktion gezeigt. In einem Bereich der grossen Ausstellungsfläche fühlte man sich, als befinde man sich in einer Schmelzwanne. Denn der Boden ist mit jenen Schamottsteinen belegt, aus denen eine Schmelzwanne gebaut wird.

Wie auf einem Markt wähnten sich die Besucher bei Müller + Krempel. Vier Ausstellungstische mit unterschiedlichen Produktegruppen bilden das Zentrum. Die offene Anordnung des Stands führte zu konstant hohen Besucherzahlen und angeregtem Austausch.







BABYNAHRUNG

Für die Kleinsten nur das Beste

Weithalsgläser von Vetropack eignen sich perfekt für natürliche und nährende Produkte wie Babynahrung. Sie sind hygienisch, undurchlässig und geschmacksneutral. Vetropack Nemšová und Vetropack Moravia Glass produzieren für drei grosse Babyfood-Anbieter in Tschechien und der Slowakei die weissen Gläser.

Eine ausgewogene Ernährung für Säuglinge und Kleinkinder ist die Grundlage für eine gesunde Entwicklung bis ins Erwachsenenalter. Deshalb ist es wichtig, dass die Lebensmittel gut geschützt sind. Die Glasverpackung ist dafür prädestiniert. Sie bewahrt und schützt die puren Eigenschaften des Inhalts. Der undurchlässige Drehverschluss der Weithalsgläser garantiert eine einfache Handhabung: Er kann leicht geöffnet und wieder verschlossen werden. Die beiden Vetropack-Werke in Tschechien und der Slowakei produzieren verschiedene Standardmodelle für Babynahrung. Versehen sind die Gläser entweder mit Etiketten oder Sleeves, die durch schlichtes Design bestechen.

Thunfisch im Glas – sehr beliebt

In Tschechien gehören HAMÉ s.r.o. und LINEA NIVNICE, a.s. zu den zwei grossen Anbietern von Babynahrung. Immer beliebter werden neben purem Gemüsebrei GemüseFleisch-Mischungen. Bei HAMÉ ebenfalls gross im Trend ist die Variante mit Thunfisch. Auch zu Früchtemischungen im Glas greifen die Eltern sehr gerne wie beispielsweise Birne und Sanddorn oder Pfirsich und Holunderbeeren. Obschon die Eltern oft auf bekannte Nahrung setzen, sind sie bereit, neue Aromen der Hamanek-Babyfood-Linie zu testen.

Die HELLO-Produkte von LINEA NIVNICE, a.s. basieren auf Früchten, vor allem auf einheimischen. Seit Kurzem finden aber auch exotische Mischungen den Weg in die Supermarktregale in Tschechien und der Slowakei. Das tschechische Landwirtschaftsministerium hat die Produktelinie mit einem renommierten Qualitäts-Gütesiegel ausgezeichnet.

NOVOFRUCT s.r.o. ist in der Slowakei der einzige Hersteller von Babynahrung. Die Kinder-Linie OVKO hat schon viele Auszeichnungen gewonnen. Die mehrheitlich aus lokalen Lebensmittel bestehende Babynahrung wird in mehr als 20 Länder exportiert, beispielsweise Saudi-Arabien oder Turkmenistan. Ein grosser Bereich macht der mongolische Markt aus. Die drei von den Eltern meistgekauften Produkte sind Apfel ohne zusätzlichen Zucker, Apfel mit Pfirsich sowie Truthahn mit Gemüse und Reis.

Strenge Qualitätskontrollen

Babynahrung untersteht strengen Kontrollen um höchste Qualität für die Kleinsten zu gewährleisten. Auch sind nur wenige Zusatzstoffe in diesen halbfertigen Produkten erlaubt. Konservierungsstoffe, Süssstoffe und künstliche Farbstoffe dürfen laut den gesetzlichen Richtlinien gar nicht verwendet werden. VETROTIME NEUE DESIGNS

KUNDENMODELLE

Frisch und modern

Im slowakischen Vetropack-Werk werden neue Weissglasflaschen für den Spirituosenhersteller St. Nicolaus produziert. Sie basieren auf dem vorherigen Modell, haben aber eine neue Flaschenform und Gravuren.

Wie ein Produkt optisch aussieht und sich haptisch anfühlt, spielt für Konsumenten eine wichtige Rolle. Sich auch bei Standard-Spirituosen von der Konkurrenz abzuheben, ist eine zentrale Voraussetzung für den Erfolg. St. Nicolaus, der grösste Spirituosenhersteller der Slowakei, wollte deswegen neue Glasbehälter für die eigene Low-Cost-Linie. Vetropack Nemšová stellt die Flaschen mit den Inhaltsgrössen 0,5, 0,7 und 1 Liter her. Die slowakischen Glasspezialisten haben sie zusammen mit dem Kunden entwickelt. Erstere beiden Grössen werden durch das Enghals-Press-Blas-Verfahren produziert, letztere mit dem Blas-Blas-Verfahren. Das neue Modell «Klasik» ist schlanker, der taillierte Körper geht fliessend in den Hals über, auf welchem die Gravur 1867 steht. Dies ist das Gründungsjahr der Brennerei. Gleichzeitig mit dem veränderten Aussehen der Klasik-Flasche erhielten die Standardflaschen «Spiritus» ein neues Design.



ROYALC ROWN Cota Makes cray Centleman slow down, milk looking slim and did. 1905 COLUMN US GORGIA U.S.A. SOLUMEN US GOR

süss

Altbewährte Rezeptur

Für den tschechisch-slowakischen Getränkehersteller Kofola fertigt Vetropack Moravia Glass die neuen 0,25-Liter-Mehrwegflaschen der Marke Royal Crown Cola. Das Rezept des süssen Getränks auf Basis von Rohrzucker bewährt sich seit über 100 Jahren.

Mit dem neuen, kultig retro-gestalteten Design der Mehrwegflasche und dem historisch wirkenden Etikett weckt die Firma Kofola den Geist der Gründungszeit von Royal Crown Cola und seiner Herkunft aus Georgia im Süden der USA. Schon damals erfrischte das Süssgetränk an heissen Sommertagen den Gaumen. Royal Crown Cola gibt es als klassische Version mit Rohrzucker oder als Slim-Version mit 50 Prozent weniger Kalorien, bei welcher ein Teil des Zuckers mit den süssenden Blätter der Stevia-Pflanze ersetzt wird. Das Produkt ist in 0,25-Liter-Flaschen mit Kronkorken von Vetropack Moravia Glass erhältlich. Der Glasbehälter in Braun liegt gut in der Hand und zeichnet sich durch einen schlichten Flaschenkörper mit kurzem Halsbereich aus.

Das Grundrezept des Softgetränks Royal Crown Cola wurde 1905 vom amerikanischen Apotheker Claud A. Hatcher entwickelt.



SCHLUMBERGER NIGHT

Leuchtender Genuss

Der österreichische Sekthersteller Schlumberger bringt mit seinem neuen perlenden Getränk nicht nur Genuss sondern auch Licht in die Nacht der Bars und Clubs. Das österreichische Vetropack-Werk in Pöchlarn produziert die 0,75-Liter-Sektflasche für dieses schillernde Produkt.

Eine schwarze Flasche, gefüllt mit prickelndem Premiumsekt, so präsentiert sich die Neuentwicklung des österreichischen Wein- und Sektherstellers Schlumberger als Begleiter für besondere Momente. Der schwarz-matte Lack verleiht der eigentlichen Weissglasflasche die Farbe der Nacht. Bereits auf den ersten Blick strahlt die Etikette mit dem geschwungenen Schlumberger-Logo Eleganz aus. Nur ein Klick genügt – und die 0,75-Liter-Flasche erstrahlt spektakulär in einem knalligen Gelb bei der Sorte «Classic» oder auffälligem Pink bei «Rosé». Versteckt im tiefen Boden befindet sich ein Akku, dessen Aktivierung die Etikette mit Strom versorgt. Nicht nur die Veredelung selbst, sondern auch die elegante Sektflasche stellt Vetropack Austria im Werk in Pöchlarn her.

Schlumberger ist bekannt dafür, dass seine Schaumweine – sowohl der Inhalt als auch die Verpackung – nur aus einheimischen Produkten bestehen. Einzig der Naturkorken stammt aus dem Ausland, da es in Österreich keine Korkeichen gibt.

BROTAUFSTRICH

Ein Knuspererlebnis

Ob zum Frühstück oder als leckerer Snack zwischendurch – der Ovomaltine Crunchy Cream Brotaufstrich mundet immer. Das österreichische Vetropack-Werk in Pöchlarn fertigt die Weithalsgläser für dieses Knuspererlebnis mit dem typischen Ovomaltine-Geschmack.

Im 390-Milliliter-Glas von Vetropack Austria ist der Ovomaltine Crunchy Cream Brotaufstrich gut verpackt. Der weisse Einweg-Glasbehälter ist aus dem Standardsortiment und mit einem Twist-Off-Verschluss versehen. Eine beinahe flächendeckende Etikette in leuchtenden Orange-Tönen umhüllt das Weithalsglas.

Ovomaltine wurde vor über 110 Jahren in der Schweiz vom Apotheker Dr. Albert Wander als stärkendes Aufbauprodukt entwickelt. Das Getränk, das man sowohl kalt als auch warm geniessen kann, ist mittlerweile weltweit bekannt und beliebt. Und längst gibt es in den Supermärkten viele unterschiedliche Ovomaltine-Produkte. So auch der Crunchy Cream Brotaufstrich mit seinen knusprigen Ovomaltine-Stückchen. Nicht nur als Brotaufstrich schmeckt er köstlich, er veredelt mit seinem Geschmack von Malz und Kakao genauso Crêpes oder andere süsse Nachspeisen.



VETROTIME NEUE DESIGNS

WALDNOTE

Regional verankert

Tirola Kola, eine Marke der österreichischen Privatquelle Gruber, wurde erfolgreich in der heimischen Gastronomie, Hotellerie und im Lebensmittelhandel etabliert. Vetropack Austria stellt die weissen Glasflaschen für diese regionale Erfrischung her.

Markante Weissglasflaschen schützen die Limonade Tirola Kola aus dem Tiroler Unterland. Die Mehrwegflaschen mit dem auffälligen Schulterbereich produziert Vetropack Austria. Erhältlich ist Tirola Kola in 0,33- sowie 1-Liter-Flaschen. Der Drehverschluss aus Aluminium ist ein MCA-Gewinde. Das Getränk wird mit Gebirgsquellwasser abgefüllt und mit Fichtennadelextrakt, Zirbenaroma und der exotischen Kolanuss verfeinert.

Hinter den Marken der Privatquelle Gruber steht ein ausgeprägter Nachhaltigkeitsgedanke mit 100 Prozent Bedacht und Verantwortung der Umwelt gegenüber. Neben natürlichem Mineralwasser und Limonaden füllt das Tiroler Familienunternehmen auch Fruchtsaftgetränke, Getränkesirupe und Energy-Drinks ab.





URSPRÜNGLICH

Herb bitteres Aroma

Der Jarovska-Walnuss-Likör hat ein neues Erscheinungsbild. Vetropack Gostomel stellt die 0,5-Liter-Spirituosenflasche her. Wer bittere Spirituosen bevorzugt, wird auch diese lieben.

Gegensätzlicher könnten Inhalt und Design des Jarovska nicht sein. Während der Walnuss-Bitter ein kräftiges Aroma hat, ist die Grünglasflasche des ukrainischen Vetropack-Werks schlicht gehalten. Neben dem Logo und dem Namen der Spirituose ist der Schriftzug «to je dobre» (das ist gut) eingraviert. Das Grün der Flasche wurde in der Etikette wieder aufgenommen. Eine Pilfer-Proof-Mündung rundet das Gesamtbild der 0,5-Liter-Langhalsflasche ab.

Jarovska wird von der Firma «LLC Nationales Wodka-Unternehmen» hergestellt. Die Walnüsse wachsen in den ukrainischen Karpaten und geben der 35-prozentigen Spirituose das bittere und zugleich herbe Aroma.

CHERNIGIVSKE LAGER

Premium Bier im Portfolio

Milder Geschmack mit angenehm bitterer Note zeichnet das Chernigivske-Lagerbier aus. Das ukrainische Vetropack-Werk in Gostomel stellt die 0,5-Liter-Mehrwegflaschen her.

Die Braunglasflasche von Vetropack Gostomel mit markanten Schultern ist die schützende Hülle für das Chernigivske-Lagerbier aus der Ukraine. Auf der Vorderseite des 0,5-Liter-Glasbehälters ist neben dem Namen ein Emblem in Hopfenform eingraviert. Die untere Hälfte ist jene des Hopfens, die obere eines Braukessels. In Gold und Rot glänzt die Etikette und der Kronkorken.

Bernsteinfarben ist das Lagerbier, welches ein ausgewogenes Aroma mit angenehmer Bitterkeit hat. Das Geheimnis des Geschmacks liegt in der speziellen Produktionstechnologie: Die Zutaten werden während 10 Tagen fermentiert und anschliessend fünf Tage kalt stabilisiert. Letzteres verleiht dem Getränk einen milden Geschmack.





SCHWERELOS

Hefezellen aus dem Simulator

Die Brauerei Luzern AG füllt ihre neuste, limitierte Bierkreation in Vetropack-Glasflaschen. Das Besondere am Bier ist, dass die Hefezellen in einem speziellen Simulator in schwerelosem Zustand gezüchtet wurden.

Von der Glasverpackung her scheint das Luzerner Space Bier aus der Schweiz wie viele andere Bierflaschen. Diese Tatsache ist der Standardflasche in Braun zu verdanken. Der 0,33-Liter-Glasbehälter mit Kronkorken stellt Vetropack Austria in Kremsmünster her.

Inhaltlich hebt sich das Bier aber von allen anderen ab – wortwörtlich. Entwickelt wurde es von Wissenschaftlern des Instituts für Medizintechnik der Hochschule Luzern. Sie züchteten Hefezellen in der Schwerelosigkeit. Nicht im Weltall, sondern in einem speziellen Simulator. Die Brauerei Luzern AG stellte aus den Hefezellen den besonderen Gerstensaft her. Die Hefe wandelt den Zucker in Alkohol und Kohlensäure viel langsamer um, die Gärung dauert gut doppelt so lange und das Bier ist nach der Lagerung trüber als gewohnt. Geschmacklich steht es aber den anderen Bieren ohne schwebende Hefe in nichts nach.

VETROTIME NEUE DESIGNS

VETROPACK-WEIN

Mehr als Standard

Bei der Bepflanzung eines Rebbergs der Weinkellerei Puklavec in Slowenien halfen drei Vetropack-Mitarbeitende neben weiteren Personen mit. Der fruchtige Wein ist in der 0,75-Liter-Glasflasche des kroatischen Vetropack-Werks gut geschützt.

Vetropack Straža liefert dem Familienunternehmen Puklavec seit langem Glasflaschen für die fruchtigen Weine. Die Standardflasche in Cuvée mit Schraubverschluss hat Platz für 0,75 Liter des kostbaren Weins aus der slowenischen Untersteiermark.

Der Šipon 2016-Wein ist sozusagen der firmeneigene Vetropack-Wein. Vor drei Jahren beschloss die Familie Puklavec einen Weinberg komplett mit neuen Reben zu bepflanzen. Geschäftspartner, Lokalpolitiker, die Weinkönigin und weitere berühmte Persönlichkeiten wurden zum Pflanzen von 31'000 Furmint-Rebstöcken – eine alte Weissweinsorte – eingeladen. So auch die Vetropack-Mitarbeitenden Josipa Tepeš, Sachbearbeiterin Verkauf, Goran Vurnek, Sales Representative, und Darko Šlogar, Leiter Sales & Marketing. Jeder, der beim Pflanzen der Reben dabei war, hat einen Anteil in personalisierten Flaschen erhalten. Die erste Weinlese war bereits 2016, präsentiert wurde er jedoch erst nach der Weinlese 2017. Der Vetropack-Wein ist erfrischend und hat eine dezente Note von grünen Äpfeln und Bananen. «Ihr Wein ist etwas Besonderes und hat einen starken Charakter», sagte Mitja Herga, Direktor der Weinkellerei und Chef-Önologe bei der Präsentation.



VETROCRAFT

Brauereien zu Gast im Glaswerk



Vetropack Straža hat im vergangenen Dezember Craft-Bierbrauer aus Slowenien und Kroatien eingeladen. Sie lernten die verschiedenen Glasfarben sowie das vielfältige Bierflaschensortiment von Vetropack kennen.

Das kroatische Vetropack-Werk zeigte den rund 50 Bierbrauern die Besonderheiten der Herstellung von Bierflaschen. Gleichzeitig lernten die teilnehmenden Mitarbeitenden die Ideen und Bedürfnisse bezüglich der Abfüllung und Vermarktung von Craft-Bier kennen. Nach der Begrüssung des Geschäftsführers von Vetropack Straža, Tihomir Premužak und dem Marketing- und Verkaufsleiter Darko Šlogar, stellte Robert Zdolc vom Technischen Kundendienst die Besonderheiten von Glasverpackungen vor. Er thematisierte die Aufgaben von Verpackungen und Glasfarben und präsentierte das kroatische Bierflaschensortiment.





Passend zur Veranstaltung fand das Mittagessen im «Punkt Beer House» statt, welches sich zwischen Hum na Sutli und Zagreb befindet. Als Geschenk erhielten die Teilnehmenden ein VetroCraft-Bier, abgefüllt in einer oliven 0,75-Liter-Sektflasche.

Leidenschaft und Handwerk beim Bier zeichnen sich durch besondere Biersorten aus, die heute unter dem Namen Craft-Bier bekannt sind. Jedes Bier hat einen einzigartigen Charakter. Diese Philosophie lebt auch Vetropack, denn auch die Produktion von Glasflaschen verbindet Leidenschaft, Handwerk und Einzigartigkeit.





Freewa ist ein kroatisches Projekt zur Erhaltung von Trinkwasserquellen. Auf einer mobilen App sehen Benutzer die nächste Quelle. Für das Projekt entwickelte das kroatische Vetropack-Glaswerk eine weisse Glasflasche, auf welcher «Danke» in verschiedenen Sprachen steht.

Als Goran Ladišić, Leiter Verkauf, Distribution und Marketing von Freewa, vor einigen Jahren in Dubrovnik, Kroatien, sah, wie Touristen aus einem schönen Brunnen Trinkwasser in Plastikflaschen abfüllten, kam er auf die Idee, eine Glasflasche produzieren zu lassen, die sich auch als Souvenir eignet. «Die Wasserflasche sollte sich von anderen abheben, denn auf dem Markt gibt es bereits ein breites Sortiment», sagt Ladišić. Die neue Glasflasche wird von Vetropack Straža hergestellt. Der Name des Projekts setzt sich aus «Free» und «Water» zusammen.

Wasser-App

Zusätzlich zur Glasflasche und den Etuis aus 100 Prozent recycelten PET-Flaschen entwickelte das Projektteam eine kostenlose App. Darin sehen die Interessierten die nächstgelegene Trinkwasserquelle – sowohl natürliche als auch öffentliche Quellen wie Wasserbrunnen. Jeder Benutzer hat zudem die Möglichkeit, sich anzumelden und neue oder verschmutzte Quellen zu melden. «In Kroatien gibt es überall so viele wunderbare Quellen. Wir möchten, dass alle wissen, dass sie aus diesen Trinkwasser schöpfen können und nicht in PET-Flaschen abgefülltes Wasser kaufen müssen.

Dank Freewa ist das gesunde Wasser nicht nur kostenlos, sondern auch in Glas verpackt. Das reduziert die negativen Auswirkungen der Plastikverpackungen auf die Umwelt.»

Weltweit vernetzt

Das 2017 gegründete Projekt stösst bei den Benutzern auf grossen Anklang. Mehr als 2000 Quellen weltweit wurden bereits eingetragen. Darunter sind Trinkwasserquellen von mehr als 100 Städten auf der ganzen Welt – von Amerika, Australien, Neuseeland, Europa bis hin zu Japan. «Am meisten überraschten uns die wundervollen Quellen in Kroatien, die wir gar nicht kannten», sagt Ladišić

Im vergangenen Jahr erhielt Freewa zwei Auszeichnungen. Die Central European Startup Awards zeichnete das Projekt als «Best Social Impact Startup» Kroatiens aus. Und am Bled Water Festival in Slowenien wurden sie als bestes Mikrounternehmen im Bereich sorgsamer Wasserbewirtschaftung der Region prämiert.

Weitere Informationen finden Sie unter https://freewa.org/.

JEDE IDEE ZÄHLT

Kleine Dinge mit grosser Wirkung

Im vergangenen Jahr lancierte das tschechische Vetropack-Werk in Kyjov das Sponsoring-Projekt «Kleine Dinge um uns herum». Zahlreiche Organisationen sowie einzelne Personen reichten Ideen zur Verbesserung oder Umgestaltung der Umgebung ein.

Oft sind es die scheinbar kleinen Dinge, die Grosses bewirken. Diese Idee nahm Vetropack Moravia Glass auf und initiierte ein Sponsoring-Projekt unter dem Namen «Kleine Dinge um uns herum». Die Teilnehmenden reichten 23 Vorschläge ein, einer vielversprechender als der andere. Anschliessend konnten alle Mitarbeitenden des tschechischen Glaswerks für die zehn besten Projekte abstimmen. Eine kleinere Jury, ebenfalls bestehend aus Mitarbeitenden des Glaswerks, wählte fünf Gewinner-Projekte aus, die mit je 10'000 Tschechische Kronen (rund 391 Euro) belohnt wurden. Die tollen Vorschläge machten es der Jury nicht leicht, eine finale Wahl zu treffen: «Wir beurteilten die Kreativität und wie sich die Realisierung und anschliessende Nutzung auf die Tätigkeiten und Gemeinschaft auswirken werden», sagt Karolina Bystřická, Assistentin Sales & Marketing Vetropack Moravia Glass.

Die fünf Sieger-Projekte sind: Sanierung der Brunnen in Žleb, einem Stadtteil von Bohuslavice (Böhmen); Aufstellen von 13 Schaukeln an verschiedenen Orten rund um Kyjov; die Pfadfinder Podchřibáci unterstützen Kinder dabei, eine Beziehung zur Region aufzubauen; Aktivitäten für Kinder mit Autismus; der Waldkindergarten Petrklíč in Bzenec bei Kyjov erhält eine Pergola.

Realisierung dank Unterstützung

Viele Projekte hätten ohne die finanzielle Unterstützung nicht oder nur in einem viel kleineren Ausmass umgesetzt werden können. So wurden beispielsweise die Brunnen in Žleb nicht nur komplett erneuert, sondern es sind zusätzlich noch ein gedeckter Unterstand mit Sitzgelegenheiten sowie eine neue Fussgängerbrücke über den Stadtbach geplant. Die finanzielle Unterstützung schätzen die Beteiligten sehr. «Dank Vetropack Moravia Glass konnten wir das Holz für die Pergola kaufen. Unsere Kinder sind darunter sowohl vor Regen als auch vor der strahlenden Sonne geschützt. An sechs Nachmittagen haben Helfer aus dem Kindergarten die Balken miteinander verbunden und die Pergola fertiggestellt», sagt Barbora Blažíčková vom Waldkindergarten in Bzenec. «Wir fertigten die Schaukeln und stellen sie nun an einem schönen Ort auf dem Land auf. Die Schaukeln werden die Erwachsenen bestimmt genauso mögen wie die Kinder. Und wir hoffen natürlich, dass sie oft genutzt werden», sagt Tomáš Kolařík, der das Schaukel-Projekt einreichte.

Alle Projekte zeigen, dass den Menschen ihre Umgebung wichtig ist und sie gerne helfen, diese noch lebenswerter zu gestalten.







KOCHABEND

Gesund, nachhaltig, gesellig

Friends of Glass veranstaltete im November in Wien, Österreich, einen Kochabend für Bloggerinnen und Blogger. Zahlreiche Interessierte folgten der Einladung und lernten, wieso Glas die gesündeste Verpackung für Lebensmittel und Getränke ist.

«gesund – Genuss – gemeinsam – Glas» war das Motto des Friends-of-Glass-Kochabends, der im Wiener Kochsalon Wrenkh für Food-Blogger stattfand. Andrea Petrasch, Leiterin Marketing Vetropack Austria, und Harald Hauke, Geschäftsführer Austria Glas Recycling, begrüssten die zahlreichen Teilnehmenden. Gemeinsam mit dem Leiter der Wiener Kochschule, Karl Wrenkh, kochten sie ein Menü aus in Glas verpackten Produkten.

Neben Kochtricks und -tipps lernten die Bloggerinnen und Blogger Wissenswertes über Glas als gesunde Verpackung, den Nachhaltigkeitsaspekt des Recyclings sowie über die optimale Aufbewahrung von Lebensmitteln. Denn es ist nicht nur wichtig, auf den Inhalt der Speisen und Getränke zu achten, auch die Verpackung spielt eine wesentliche Rolle. Glasverpackungen sind wie Tresore, die ihren wertvollen Inhalt schützen und langfristig halten. Nichts gelangt aus dem Glas ins Produkt, nichts dringt von aussen durchs Glas ins Produkt, nichts entweicht nach aussen. Aromen, Vitamine und Frischegrad hochwertiger Getränke und Nahrungsmittel bleiben über lange Zeit hinweg unverfälscht erhalten.

Die Veranstaltung war ein grosser Erfolg und die Food-Blogger hatten sichtlich Spass am Ausprobieren der kreativen Rezepte. In ihren Blog-Beiträgen schwärmen sie davon. «Es war ein toller, gelungener Abend mit vielen, schönen Eindrücken», schreibt die Bloggerin von «mitliebeundbiss», der das Eierschwammerl-Ragout besonders mundete. Für viele Bloggerinnen und Blogger spielte Glas auch vor dem Anlass bereits eine zentrale Rolle im Alltag. Viele richten Speisen schön drapiert im Glas an, nehmen sie im Glas unterwegs mit oder kochen mit Produkten aus Glasverpackungen. Wieso sie in Glas verpackte Produkte verwendet, begründet Lisa von «Wo ist der Tellerrand» folgendermassen: «Weil ich Glas ganz einfach abwaschen und wiederverwenden kann.» Ebenfalls schon lange Fan von Glas ist Petra von «Home of Happy»: «Ich zähle mich von ganzen Herzen zu Friends of Glass.»



DESIGNOBJEKT GLAS

Vetropack-Gläser im Mittelpunkt

Die Studierenden der «die Graphische» in Wien, Österreich, erstellten aus Gurkengläser von Vetropack Austria Design- und Kunstobjekte. Sie zaubern einem ein Lächeln ins Gesicht, erstaunen, machen sprachlos oder regen die eigene Kreativität an.

Weithalsgläser von Vetropack sind die perfekt schützende Hülle für viele köstliche Getränke- und Lebensmittel. Aber nicht nur. Sie sind auch Designobjekte; jedes einzelne ein Unikat. Vetropack Austria stellte der Graphischen, einer renommierten Wiener Ausbildungsstätte für visuelle Kommunikation und Medientechnik, Gläser zur Verfügung. Im Rahmen des Moduls «Werbung» mussten die Studierenden mit den Weithalsgläsern drei unterschiedliche Verpackungsdesigns erarbeiten. Eine Variante als Gurkenglas für den Handel, eine als Designprodukt nach Wahl und eine für ein Kunstobjekt nach eigener Idee und zweckentfremdet.

Die Arbeiten der Studierenden zeigen eine grosse Vielfalt an Kreativität und Ideen. Für den Lebensmittelhandel stechen die originellen Etiketten hervor. Dass Glas den wertvollen Inhalt sorgfältig schützt, zeigt die Zweckentfremdung als Schaukasten für edle Finger- oder Ohrringe. Eine andere originelle Idee ist das «Konserven-Teeglas». In den Schraubverschluss wurde ein Loch gestanzt, um das Teesieb platzie-

ren zu können. Nach dem gleichen Prinzip funktioniert der Seifenspender mit Pumpmechanismus oder die verpackte Glühbirne. Nur noch einen Bruchteil des Glases zeigt ein gläserner Ring, den man beispielsweise als Dekoration aufhängen kann. Auch für eine Sanduhr sehen die Weithalsgläser adrett aus. Dass der Fantasie keine Grenzen gesetzt waren, zeigen alle eingereichten Beiträge!

Medienschule «die Graphische»

Wer sich für den Bereich Medien interessiert, findet bei der Graphischen ein vielfältiges Angebot an Ausbildungslehrgängen: Printmedien, Druck- und Medientechnik, Fotografie und audiovisuelle Medien, Grafik und Kommunikationsdesign, Multimedia oder PR und Öffentlichkeitsarbeit stehen beispielsweise zur Auswahl. Die verschiedenen Abteilungen bieten zudem die Möglichkeit der Zusammenarbeit, was sich insbesondere bei den praxisorientierten Abschlussarbeiten zeigt, die meistens im Team entstehen.









MAGISCH

Verzaubert von der Zauberwelt

Leidenschaft und Beruf miteinander zu verbinden, gelang Andrea-Katja Blondeau. Die Schweizer Zauberkünstlerin lehrt ihr Publikum, Zauber im Alltag zu erleben. Vetropack-Weithalsgläser helfen ihr dabei.

Die Schweizer Zauberkünstlerin Andrea-Katja Blondeau hat das Lehrbuch «Hokus Pokus Fidibus – Zaubern im Unterricht mit Kindern von 4 bis 8 Jahren» geschrieben. Dieses Buch wird von einem Zauberkoffer, gefüllt mit Weithalsgläsern von Vetropack, ergänzt. Blondeau verwendet bewusst unterschiedliche Materialien, die sowohl nachhaltig als auch lokal sind.

Unterrichten mit Zaubertricks bietet sie unter anderem Schulen in Winterthur, Schweiz, an. «Die Nachfrage ist schweizweit sehr gross», sagt Blondeau. Besonders der Zaubertrick mit den Gläsern hat es den Kindern der 1. Klasse von Sandra Frigg und Barbara Schmid des Schulhauses Erlen angetan. Die Zauberin hält ein geschlossenes





Glas, das bis zur Hälfte mit Wasser gefüllt ist, in den Händen. «Werft mir etwas Rotes auf die Bühne», ruft sie und die Schüler machen sofort mit. Mit dem Glas fängt sie die Farbe auf und das Wasser wird mit jedem Gegenstand röter. Eine Schülerin war am Schluss der Zauberstunde so begeistert, dass sie ihr Glas schon am Mittag nach Hause nahm, um den Trick gleich zeigen zu können.

Faszination Zauberwelt

Die Faszination der Zauberwelt begleitet Blondeau seit ihrer Kindheit. Sie hat ihren Vater, auch Zauberkünstler, oft bei Auftritten begleitet. Und ihr erstes Taschengeld hat die gelernte Kindergärtnerin natürlich auch mit Zaubern verdient. «Es freut mich, wenn ich mit kleinen Tricks wie beispielsweise mit Ringen die Freude im Herz des Publikums entfachen kann», sagt Blondeau.

Mit feinem Humor, faszinierenden Tricks, visuellen Effekten und gekonnter Interaktion mit dem Publikum holt Andrea-Katja Blondeau auch jene ab, die zuvor der Zauberei skeptisch gegenüber standen.









Kontaktadressen Verkauf

Schweiz

Telefon +41 44 863 34 34 Fax +41 44 863 34 45 marketing.ch@vetropack.com

Österreich

Telefon +43 2757 7541 Fax +43 2757 7541 202 marketing.at@vetropack.com

Tschechien

Telefon +420 518 733 111 Fax +420 518 612 519 marketing.cz@vetropack.com

Slowakei

Telefon +421 32 6557 111 Fax +421 32 6589 901 marketing.sk@vetropack.com

Kroatien, Slowenien, Bosnien Herzegowina, Serbien, Montenegro, Mazedonien, Kosovo

Telefon +385 49 326 326 Fax +385 49 341 154 prodaja@vetropack.com

Ukraine

Telefon +380 4439 241 00 Fax +380 4597 311 35 sales.ua@vetropack.com

Italien

Telefon +39 02 458771 Fax +39 02 45877714 sales.it@vetropack.com

Übrige Länder Westeuropa

Telefon +43 7583 5361 Fax +43 7583 5361 225 export.west-europe@vetropack.com

Übrige Länder Osteuropa

Telefon +420 518 733 341 Fax +420 518 612 519 export.cz@vetropack.com

