

VETRO TIME

MARKT
Lokale Brauereien

AKTUELL
Milchprodukte im
Glas

KUNDENSERVICE
Gruppenweites hohes Niveau in
der Aus- und Weiterbildung

04 AUFGEFALLEN	Weihnachten
06 AKTUELL	Gewichtsreduzierte Glasflasche für Milch
08 WEITERBILDUNG	Nachwuchs fördern, Fachkräfte ausbilden
09 MARKT	Bierbrauen aus Leidenschaft
18 NEUE DESIGNS	Gläserne Vielfalt
24 KUNDEN	Edle Tropfen in stilvollen Flaschen
26 KULTURSPLITTER	Ausstellungen und kecke Bar-Dekoration

Impressum

Redaktion und Text:
Corporate Communication
Vetropack Holding AG, Bülach

Gestaltung: Arnold & Braun
Grafik Design, Luzern

Druck: Kalt Medien AG, Zug

Papier: LuxoArt Silk
ungeriest, holzfrei, beidseitig
gestrichen, halbmatt

Diese Vetrotime-Ausgabe
wurde klimaneutral gedruckt auf
FSC-zertifiziertem Papier.

PERFORMANCE
myclimate
neutral
Drucksache

No. 01-18-970918 – www.myclimate.org
© myclimate – The Climate Protection Partnership

Die direkte Verbindung mit Vetrotime: die neuen QR-Codes.

Haben Sie eine Vetrotime-
Ausgabe verpasst? Mit
folgendem QR-Code können Sie
frühere Ausgaben abrufen:



Zum Titelbild. Frisch gebranntes Bier ist Genuss pur! Über das Lieblingsbier lässt sich diskutieren, aber nicht über die Vielfalt des Gerstensafts. Die Aromen-Kombinationen sind kreativ, wild und manchmal auch gewagt. Schon nach dem ersten Schluck möchte man sich gleich den nächsten gönnen. Kein Wunder, denn in Glasflaschen behalten die Biere ihren ursprünglichen Geschmack. Und zudem sind die Gravuren, Siebdrucke oder Etiketten eine Augenfreude und ihre Formen Handschmeichler.



Liebe Leserinnen, liebe Leser

Wenn ich die fast noch druckfrische Vetrotime durchblättere, fallen mir vor allem drei spannende Themen ins Auge. Sie wissen ja, die selektive Wahrnehmung ist individuell. Selbst wenn wir alle dasselbe sehen, jeder von uns sieht etwas Anderes, jedem von uns fällt etwas Anderes auf.

Mein Augenmerk in dieser Ausgabe lag zuerst auf dem Thema Bier. Nicht nur, weil bereits die Titelseite indirekt auf die BrauBeviale vom 13. bis 15. November einstimmt, sondern wegen der Leidenschaft, mit der alle Brauer Qualität, Innovation und Freude verbinden. Es ist wie ein Bekenntnis: «Das, was wir tun, tun wir aus ganzem Herzen!»

Das «innere Feuer» der Vetropack-Mitarbeitenden lodert für die Qualität. Das sagen wir nicht nur, sondern wir beweisen es auch. Wir wollen die Qualitätsführerschaft und deshalb haben wir den Anspruch, «Leadership in Quality» zu verinnerlichen, als Haltung in allem was wir tun und denken. Deshalb fördern wir den Nachwuchs und unsere Mitarbeitenden mit dem Ziel, umfassende Vetropack-Qualität zu erreichen. Aus diesem Grund haben wir erstmals einen gruppenweiten Leiter HRM Ausbildung und Weiterbildung ernannt. Mit Nuno Cunha haben wir einen ausgewiesenen HR-Management-Experten gewinnen können. Dank seiner Erfahrung werden wir uns gemeinsam noch mehr als Team und Sparringpartner entwickeln. Vielleicht erstaunt es Sie, dass ich Ihnen dies erzähle. Ganz einfach deshalb, denn je besser wir werden, umso mehr können wir für Sie tun. «Leadership in Quality» und Aus- und Weiterbildung als lebenslanges Lernen, ist ein Garant von Kundenservice – von der Produktion bis zur Buchhaltung, vom Verkauf bis zur Technik, vom Kundendienst bis zum Empfang.



Übrigens, ist es Ihnen aufgefallen, wie weihnachtliche Kopien unserer Flaschen und Konservengläser an Christbäumen hängen? Mir war das gar nicht bewusst. Und als ich die Doppelseite «Aufgefallen», Seiten 4-5, sah, musste ich herzlich lachen. In Zukunft werde ich ganz genau schauen, wenn ich eine Tanne sehe. Und ich hoffe, es geht Ihnen ähnlich.

Liebe Leserinnen und Leser, in diesem Sinne wünsche ich Ihnen bereits jetzt schon einen guten Rutsch ins 2019!

Herzliche Grüsse

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding AG



AUFGEFALLEN

Aus Glas gibt es fast alles und nicht nur gläserne Kugeln verschönern den Weihnachtsbaum. Ein Blick auf den Christbaumschmuck zeigt, dass Vieles an Vetropack erinnert, was auf den Weihnachtsbäumen «wächst»: Bier- und Sektflaschen, Konservengläser, in welchen Gemüse und Obst haltbargemacht wird oder die bekannte Milchkanne, die als Milchflasche wieder ein Revival feiert. Zugegeben, Wolfgang Amadeus Mozart haben wir noch nie produziert, aber die bauchige Flasche des beliebten Mozart-Likörs stammt von uns.







ERFOLGSGESCHICHTE

Gewichtsreduzierte Glasflasche für Milch

Glas erlebt ein grosses Revival. Studien zeigen, dass immer mehr Österreicherinnen und Österreicher den Wunsch nach mehr Glasverpackungen hegen. Österreichs grösstes Milchverarbeitungs- und -vertriebsunternehmen, Berglandmilch eGen, kommt dem Ruf der Konsumentinnen und Konsumenten nach. Vetropack Austria liefert die entsprechenden Glasverpackungen.

«Wir haben angenommen, dass Konsumentinnen und Konsumenten allmählich eine Alternative zu Karton- und Plastikverpackungen wünschen und dass diese Alternative Glas ist. Der aktuelle Trend gibt der Annahme recht», erklärt Josef Braunhofer, Geschäftsführer von Berglandmilch, die Wiedereinführung von Milch und Joghurt in Glas. Seit dem Frühjahr 2018 bietet das Unternehmen, unter dessen Dach sich auch Marken wie Schärdinger, Stainzer, Tirol Milch und Lattella befinden, Milch in 1-Liter-Weissglasflaschen sowie Joghurt im 450 Gramm Inhalt fassenden Joghurtglas an. «Wir wollen den Kundinnen und Kunden die Entscheidung überlassen, welche Verpackung sie bevorzugen», sagt Braunhofer.

Zusammenarbeit mit Vetropack Austria

Vetropack Austria produziert die Glasverpackungen am oberösterreichischen Standort in Kremsmünster. «Im Rahmen einer Marktanalyse suchten wir nach einer idealen Flaschenform, die zu uns und unseren Produkten passt, uns am Markt von anderen unterscheidet und die sich – Stichwort Kindheitserinnerungen – weitestgehend mit den bekannten Flaschenformen von früher deckt. Zusammen mit Vetropack entwickelten wir das neue Design.» Neben der Qualität sei auch der Standort ausschlaggebend gewesen.

«Wir wollten auf jeden Fall die Flaschen in Österreich produzieren lassen. Nicht nur wegen den kurzen Transport-

wegen, sondern auch, weil die Sammelquote für Altglas in Österreich bei gut 90 Prozent liegt. Und schliesslich ist es uns als regionaler Produzent auch wichtig, dass alles an unseren Produkten aus Österreich stammt.»

Bei der Produktion von Glasverpackungen gilt es, individuelle Kundenwünsche und technische Herausforderungen aufeinander abzustimmen. Die langjährige Erfahrung von den Glasspezialisten erwies sich als besonders wertvoll: «In den ersten Besprechungen mussten wir uns vorrangig auf das Design der neuen Flaschen konzentrieren. Hier war Vetropack eine sehr grosse Hilfe», sagt Braunhofer.

Erster Testlauf

Im April 2018 waren die ersten Glasflaschen – unter der Marke Schärdinger «Berghof» – in den Supermarktregalen erhältlich. Die Nachfrage war von Beginn an da. Und kurze Zeit später kamen schon die ersten Vorhaben für weitere Verbesserungen: «Nach vier Monaten konnten wir gemeinsam mit Vetropack das Gewicht unserer Milchflasche auf 420 Gramm reduzieren», freut sich Braunhofer. Denn weniger Gewicht bedeutet weniger Energie bei der Produktion der Flaschen und damit eine Reduktion der CO₂-Emissionen. Auch in der Logistik wirken sich Gewichtsoptimierungen positiv aus. «Unser Wunschziel liegt bei 405 Gramm – vielleicht schaffen wir sogar unter 400 Gramm.»

Weiterentwicklung

Die Vetropack-Gruppe nutzt für die Optimierung eines Glasbehälters unter anderem die sogenannte «Finite-Elemente-Methode», um den optimalen Mittelweg zwischen Ästhetik und Effizienz zu finden. Mit dieser Methode berechnen Glasdesigner, in welchen Bereichen die Belastung für die jeweiligen Flaschen und Gläser besonders hoch ist und wo sie eher gering ausfällt. Dabei werden die Glaskörper nicht als Ganzes analysiert, sondern in einzelne Teilkörper «zerlegt». Deren Strukturverhalten lässt sich leichter beschreiben als jenes des gesamten Körpers. Folglich kann Vetropack mit dieser Methode stark belastete Stellen des Glasbehälters identifizieren, sie verstärken oder verändern. Bei wenig belasteten Stellen wird der Glasverbrauch verringert. Auf Basis der «Finite-Elemente-Methode» kann Vetropack für das Auge kaum merkbare Änderungen an den Flaschen vornehmen und somit noch effizienter und ressourcenschonender produzieren.

Die Testabfüllungen mit der 405 Gramm leichten Milchflasche laufen bereits. Dafür wurden die Gussformen für die Flaschenproduktion angepasst. Die optimierte Milchflasche hat nun zudem einen höheren Randvollinhalt. Auch beim Joghurtglas arbeiten die Spezialisten schon an einer gewichtsoptimierten Variante.

Einweg versus Mehrweg

Berglandmilch setzt bei seinen neuen Verpackungen auf Einweg-Glasflaschen. Braunshofer sagt dazu: «Die Meinung, dass Mehrwegflaschen die einzige Lösung auf alle Umweltfragen sind, betrachten wir kritisch. Die Studien, die dazu existieren, sind bereits einige Jahre alt. Seitdem hat sich viel verändert. Sowohl der Transport als auch die Reinigung von Glasflaschen verlaufen heutzutage mit völlig anderen Mitteln.» Um klare und aussagekräftige Daten zum Thema Einweg versus Mehrweg zu erhalten, plant Berglandmilch, die diesbezüglichen Studien zu erneuern.

Ob sich der Einsatz von Mehrwegflaschen für Berglandmilch aus Umweltsicht lohnt, liegt für Braunshofer auch am Flascheninhalt: «Es ist weniger aufwändig, Wasser- oder Bierflaschen sauber zu machen. Milchprodukte hingegen sind bereits aufgrund ihrer Konsistenz anders. Fettreste und Trockenmasse, die beim Verdampfen entstehen, sind beispielsweise nur zwei Kriterien, die beim Reinigen von Mehrweg-Milchglasflaschen berücksichtigt werden müssen.»

Auch Vetropack Austria wird sich an der Studie beteiligen und Berglandmilch mit konkreten Daten und aktuellen

Zahlen versorgen. Das hat der Glasverpackungsproduzent auch bislang getan und damit die Öffentlichkeitsarbeit der Berglandmilch eGen entsprechend unterstützt. «Wie schon zu Beginn unserer Zusammenarbeit vertrauen wir auch in diesem Bereich auf Vetropack und dass die Spezialisten die effizienteste Lösung finden.»



Glas – ein europäischer Trend

Der Trend Richtung Glas ist übrigens kein rein österreichisches Phänomen: Eine europaweite Studie des Europäischen Dachverbands der Behälterglasindustrie FEVE zeigt, dass besonders jüngere Europäerinnen und Europäer das Verpackungsmaterial schätzen: 3 von 4 Befragten ziehen Glas anderen Materialien vor. Die Begründung für dieses Ergebnis liefert die Studie gleich mit: Für die Befragten ist Glas das sicherste und umweltschonendste Verpackungsmaterial. Zwischen Glasverpackungen und ihrem Inhalt gibt es keinerlei Migration. Glas schützt das abgefüllte Produkt wie ein Tresor.



KUNDENSERVICE

Nachwuchs fördern, Fachkräfte ausbilden

Gut ausgebildete und motivierte Mitarbeitende sowie eine moderne Produktion sind wichtige Grundpfeile der Kundenzufriedenheit. Deshalb wurde vor rund einem Jahr das gruppenweite Trainingszentrum in Pöchlarn, Österreich, eröffnet und im September Nuno Cunha als gruppenweiter Leiter HR, Ausbildung und Personalentwicklung ernannt.

Die industrielle Glasproduktion erfordert umfassende technische Kenntnisse, die in der Regel nur mit viel Praxiserfahrung zu erwerben sind. Und die Anforderungen an die Spezialisten steigen stetig, zumal sich die Technologie ebenfalls verändert. Es ist wichtig, am Ball zu bleiben und den neusten Stand der Technik zu kennen und zu beherrschen. Um zu den Besten zu gehören, muss man auch auf gut ausgebildete Mitarbeitende in allen Tätigkeitsfeldern zählen können. Deshalb versteht Vetropack Aus- und Weiterbildung auch als wichtigen Kundenservice. Und hat sich mit dem Slogan «Leadership in Quality» zum Ziel gesetzt, eine Vorreiterrolle in der Qualität zu erreichen. Qualität widerspiegelt sich bei Vetropack in allen Tätigkeitsbereichen – von der Produktion bis zur Buchhaltung, vom Verkauf bis zur Technik, vom Kundendienst bis zum Empfang.

Um mit der modernsten Produktion mithalten zu können, finden seit rund einem Jahr im gruppenweiten Trainingszentrum in Pöchlarn Kurse für Produktionsmitarbeitende statt. Fast zeitgleich mit dem Startschuss für das Trainingszentrum hat Vetropack den Lehrberuf «Glasverfahrenstechniker, Glasverfahrenstechnikerin» ins Leben gerufen. In diesem September

starteten die ersten 9 Glasverfahrenstechniker/innen in Pöchlarn ihre Lehre (siehe Info-Kasten). Die beiden Beispiele zeigen, Vetropack fördert den Nachwuchs und bildet Fachkräfte stetig weiter.

*«Wer aufhört,
besser zu
werden, hört auf,
gut zu sein.»*

Dieses Zitat der österreichischen Schriftstellerin Marie von Ebner-Eschenbach passt hervorragend zur Unternehmensphilosophie der Vetropack-Gruppe.

In diesem Herbst trat Nuno Cunha als gruppenweiter Leiter HR, Ausbildung und Personalentwicklung in die Vetropack-Gruppe ein. «Mein Ziel ist, dass wir gruppenweit ein gemeinsames, hohes Niveau in der Aus- und Weiterbildung erreichen», sagt Cunha. «Davon profitieren wir alle: die Mitarbeitenden, die Kunden und das Unternehmen. Denn wir alle müssen uns ständig weiterentwickeln, um den sich ständig ändernden Herausforderungen erfolgreich gewachsen zu sein.»

Moderner Lehrberuf mit Perspektive

Der Lehrberuf Glasverfahrenstechniker/in setzt sich mit allen technologischen Bereichen der Glasproduktion auseinander – von Maschinenbau- und Automatisierungstechnik über die Zusammensetzung von Glas und Glaschmelze bis hin zum fertigen Glasbehälter. Nach der Ausbildungsdauer von dreieinhalb Jahren überwachen, steuern und verfeinern Glasverfahrenstechniker/innen die Produktionsabläufe. Mit dem neuen Film über den Lehrberuf erhalten Sie einen detaillierten Einblick in die faszinierende Welt der Glasproduktion.



LOKALE BRAUEREIEN

Bierbrauen aus Leidenschaft

Die lokale Bierbrau-Szene boomt, weil sie dem Markt neue Impulse gibt. Alteingesessene Brauereien und Jungunternehmer entwickeln mit grosser Leidenschaft und Kreativität neue Produkte. Denn Bier-Geniesser sind auf den Geschmack gekommen und freuen sich über die lokalen Spezialitäten. Da braut sich etwas zusammen, dachte sich Vetrotime und besuchte sieben lokale Brauereien mit frischen Ideen. Sie stammen aus der Schweiz, aus Österreich, Tschechien, Kroatien, Italien, der Slowakei und der Ukraine.



Qualität, Innovation und Spass

In Florida kamen die Gründer des Schweizer Simmentaler Biers, Björn Thoma, Tristan Mathys und David Ziörjen, auf den Geschmack von Craft Bieren. Die Simmentaler Braumanufaktur zählt sieben Mitarbeitende. Im Standardsortiment sind zwei Lagerbiere sowie zwei Ales. Weitere Biersorten variieren je nach Saison. Im letzten Braujahr produzierte die Brauerei etwa 100'000 Liter Bier.

«Es gibt viele gute Biere», meint Thoma. «Bier ist Geschmackssache. Trotzdem gibt es Grundlegendes bezüglich Qualität. Es sollte keine Fehlnoten oder -aromen haben, welche während des Brauprozesses oder der Lagerung entstehen können. Ausserdem ist es schön, wenn der Bierstil beim Trinken erkennbar ist.» Für den besonderen Geschmack der Simmentaler Biere sorgt das Quellwasser aus zwei regionalen Quellen. Das Lieblingsbier variiert bei Björn Thoma je nach Wetter und Stimmung. Im Sommer dürfte es ein süffiges Lagerbier sein, im Winter ein etwas schwereres Pale Ale.



Für Vetropack hat sich die Brauerei vor drei Jahren an der Getränkemesse BrauBeviale vor allem wegen Vratislav Prevor, Verkaufsleiter Wein und Spirituosen, Vetropack Schweiz, entschieden, wie Thoma betont. «Am Tisch neben uns war eine der grössten Brauereien der Welt. Es ging um mehrere Millionen Flaschen. Wir hingegen verhandelten um 1 Palette Flaschen pro Lieferung! Man nahm sich Zeit für uns. Diese Einstellung ist wichtig für den langfristigen Unternehmenserfolg.» Die Simmentaler Brauerei füllt ihr Bier ausschliesslich in Glasflaschen. Jedes Gebinde habe Vor- und Nachteile. In der Schweiz sei aber der Kundenwunsch nach Flaschenbier grösser.



David Ziörjen (technischer Leiter), Björn Thoma (Finanzen und Verkauf) und Tristan Mathys (Einkäufer, Produktions- und Marketingleiter)

«Wir möchten der Ukraine eine abwechslungsreiche Bierkultur näherbringen»

Ganz allgemein, an was erkennt man ein gutes Bier?

Mikulín Vasyľ: Gutes Bier wird von einem leidenschaftlichen und sachkundigen Brauer aus hochwertigen Zutaten gebraut. Geschmäcker und Vorlieben sind verschieden, aber die Qualität muss stimmen.

Wie sind Sie auf die Idee gekommen, eine Brauerei zu eröffnen?

Es ist fast immer das Gleiche. Bierliebhaber finden die gewünschten Getränke nicht. Also beginnen sie selber zu brauen. Wir wollten der Ukraine eine abwechslungsreiche Bierkultur näherbringen. Gemeinsam mit unseren Freunden und Fans möchten wir das riesige Universum des Biers erkunden.

Wie viele Sorten und wie viele Hektoliter brauen Sie?

Unser Sortiment besteht aus 10 bis 14 Bieren, je nach Saison. Zudem haben wir mehr als 100 einmalige Spezialbiere, in welchen sich unsere Experimentierfreude widerspiegelt. Die Menge variiert von Bier zu Bier.

Wenn Sie Ihr Bier mit nur drei Begriffen beschreiben dürften, welche würden Sie nennen?

Qualität, Experimentieren und Spass.

Was ist Ihre Lieblingssorte und warum?

Ich persönlich mag wilde Biere mit Mischgärung. Sie sind so vielseitig und komplex. Aber jeder gut gebraute Bierstil ist ein Genuss.

Was lieben Sie an Bier generell?

Die Vielfalt! Bier ist ein Getränk für jede Gelegenheit, Saison und Stimmung. Es kann sauer, süß oder bitter sein, wie das Leben selber, aber es ist immer ein Genuss.

Was lieben Sie an Ihrem Beruf besonders?

Es ist ein grosses Vergnügen, gleichgesinnte, aufregende und kreative Menschen zu treffen und die gemeinsame Leidenschaft und Ideen mit ihnen zu teilen.

Warum haben Sie sich für Vetropack als Lieferantin entschieden?

Wir wählen unsere Partner nach dem gleichen Prinzip aus, wie wir unsere Biere brauen: Qualität ist das oberste Gebot.

Warum bevorzugen Sie Glasflaschen?

Jede Verpackung hat ihre Vor- und Nachteile. Bier in Glas-

flaschen ist am weitesten verbreitet. Unsere erste Verpackungslinie eignet sich zudem am besten für Glasflaschen.

Was halten Sie von PET-Flaschen oder Dosen für Bier?

Auch hier hat jede Verpackung praktische Eigenschaften. Dosen sind leicht und schützen Bier vor Licht. Glas ist konventioneller. PET ist für eine zeitlich begrenzte Lagerung von Fassbier geeignet.



Mikulin Vasyl, Gründer der Varvar-Brauerei



Haltbar, harmonisch und bitter

Die slowakische IKKONA-Brauerei produziert ihre Biere nicht nur in der eigenen kleinen Brauerei in Rožňava im Osten der Slowakei, sondern auch in anderen auf Craft Biere spezialisierten Brauereien. Sofern diese Kapazitäten und die geeignete Brautechnologie für den gewünschten Bierstil haben. Rund 1500 Hektoliter Bier braut IKKONA jährlich, zurzeit in vier unterschiedlich grossen Brauereien. «Die Mehrheit unserer Biere stellen wir in der Slowakei her, manche Spezialitätenbiere auch in der Tschechischen Republik und in Belgien», sagt der Gründer Ladislav Kovács. Über das ganze Jahr verteilt, entstehen etwa 15 verschiedene Biersorten.

«Der Wettbewerb unter den kleinen Bierbauern ist gross. Wir fokussieren uns auf qualitativ hochwertige Biere zu angemessenen Preisen. Ebenfalls legen wir grossen Wert auf die Vielfalt untergäriger Biere, also der Lagerbiere. Eine weitere Priorität ist die Abfüllung von Bier in leichte Einweg-Glasflaschen mit prägnanten Etiketten», sagt Kovács. Sein Lieblingsbier ist HEAVEN'S DOOR, ein Belgisches Starkbier. Es enthält neben sechs Sorten Spezialmalz und vier Sorten Hopfen auch Wacholder und Salbei. «Das Bier ist immer ein tolles Gourmet-Erlebnis», schwärmt er.

Ladislav Kovács ist Bierbrauer aus Leidenschaft. Er liebt besonders die Kreativität, wenn ein neues Bier entsteht. Von

einem gut gekühlten und ausgewogenen Bier habe man nie genug, betont er.

Mit Vetropack Nemšová arbeitete Kovács schon vor der Gründung von IKKONA 2014 zusammen. «Für uns ist es wichtig, dass die bevorzugten 0,3-Liter-Flaschen in der Slowakei hergestellt werden. Qualität und Preis stimmen und die Kommunikation mit Vetropack ist hervorragend.»

Für Bier sei Glas die beste Verpackung, früher, heute und in Zukunft. Zumal alle besseren Restaurants weltweit Wein, Bier und Mineralwasser ausschliesslich in Glasflaschen den Gästen offerieren. «Der Glasbehälter bildet eine undurchlässige Barriere zwischen dem Getränk und der Umgebungsluft, sodass die Qualität garantiert ist.»



Inhaber Ladislav Kovács in seiner Brauerei





«Bier schmeckt am besten aus Glasverpackungen»

Was zeichnet ein gutes Bier aus?

Jiří Michalovič: Der Wunsch, gleich nochmals eines trinken zu wollen.

Wie kam es, dass Sie eine Brauerei eröffneten?

Ich bin schon lange im Bereich von Essen und Bier tätig. Eine Zeit lang hatte ich eine Kneipe und begann, zuhause selber Bier zu brauen. Bis dies in einer kommerziellen Brauerei mündete.

Wie gross ist Ihre Brauerei?

Obwohl unsere 25 Braubehälter bis zu 40'000 Liter Bier fassen, sind wir mit rund 15 Mitarbeitenden immer noch eine Kleinbrauerei, wohl eine mittlere Kleinbrauerei.

Wie viele Sorten und wie viele Hektoliter brauen Sie?

Wir brauen etwa 50 Sorten Bier. Ein grosser Teil davon ist das ganze Jahr über erhältlich und es gibt immer wieder Spezialeditionen. In diesem Jahr brauen wir insgesamt rund 5000 Hektoliter.

In was unterscheiden sich Ihre Biere von anderen?

Unser Bier ist ausgezeichnet!

Wenn Sie Ihr Bier mit nur drei Begriffen beschreiben dürften, welche würden Sie nennen?

Ich brauche nur drei Buchstaben: YUM.

Was ist Ihre Lieblingsorte und warum?

11 Mazák extra bitter. Wenn Sie dieses Bier trinken, spüren Sie die angenehme Bitterkeit auf der Zunge und möchten diese am liebsten nie mehr missen.

Was lieben Sie an Bier generell?

Wahrscheinlich den Alkohol. Sonst müsste ich in einem Softgetränke-Unternehmen arbeiten.

Was lieben Sie an Ihrem Beruf besonders?

Bier.

Welches sind Ihre neusten Errungenschaften?

In diesem Jahr gewannen wir mehrere Bierpreise in Tschechien und im Ausland. Aber als eine der grössten Errungen-

schaften dieses Jahres betrachte ich unser Bier «Sommer-tag» mit einer leichten und erfrischenden Zitrusnote.

Warum haben Sie sich für Vetropack als Lieferantin entschieden?

Wir bevorzugen die Zusammenarbeit mit lokalen Lieferanten. Und Kyjov ist ganz in der Nähe von uns.

Warum bevorzugen Sie Glasflaschen?

Bier schmeckt am besten aus Glas, ob in Flaschen oder ab dem Zapfhahn. Immer mehr unserer Kunden bevorzugen Glasflaschen. Deshalb ist unser Bier so erhältlich.

Was halten Sie von PET-Flaschen oder Dosen für Bier?

Leider sind diese Verpackungen immer noch erwünscht, denn nicht alle Kunden wollen Glasflaschen. Glücklicherweise sind diese Tendenzen aber rückläufig und der Trend zu Craft Bier in Glas nimmt immer mehr zu.



Brauer Miroslav Dobeš und Martin Vaculík, Inhaber Jiří Michalovič und Hausmeister Jakub Kondeš

AHA-Erlebnis, Qualität und Ehrlichkeit

Die Biere der österreichischen Brauerei Schloss Eggenberg zeichnen sich durch ihren regionalen Geschmack aus, der auch international sehr gut ankommt, wie der Braumeister Thomas Lugmayr betont. Das Unternehmen braut rund 20 verschiedene Sorten Bier und gehört zu den mittelgrossen Brauereien in Österreich. An seinem Beruf als Brauer schätzt Lugmayr, dass er ein tolles Produkt herstellen darf. «Die Herstellung hat immer noch einen Hauch von Mystik»,



ergänzt er. Diese Mystik widerspiegle sich auch in der Sortenvielfalt, erlaubt sei, was schmeckt. Schlechte Biere gebe es keine mehr. Thomas Lugmayrs Lieblingsbier zurzeit ist das Sommerfrisch, ein erfrischendes Bier mit hopfiger Zitrusnote und geringem Alkoholgehalt.

Neue Biersorten auch mit aussergewöhnlichen Geschmacksrichtungen zu kreieren, das liebt Lugmayr. Er ist Feuer und Flamme für seinen Beruf und Bier als Getränk: «Bier ist seit tausenden von Jahren ein rein natürliches Getränk und ein ehrliches Lebensmittel. Geniesst man es in Massen, ist es auch gesund», schmunzelt er.



Braumeister Thomas Lugmayr in seiner Brauerei Schloss Eggenberg

«Bier bringt mich immer wieder zum Staunen»

Ganz allgemein, an was erkennt man ein gutes Bier?

Andrej Čapka: Wie in den meisten Berufen bilden Leidenschaft und die Fähigkeit, neue Herausforderungen zu hinterfragen, eine gute Grundlage. Aber am Ende braucht man einen qualitativen Prozess sowie gute Zutaten, um diesen konstant zu halten.

Wie kamen Sie dazu, eine Brauerei zu eröffnen?

Als Pionier der lokalen Hobbybrauer-Szene entwickelte sich mein Unternehmergepotenzial während eines Jahrzehnts. Das Ergebnis war Zmajka, die erste kroatische Craft-Brauerei.

Wie gross ist Ihre Brauerei?

Das aktuelle jährliche Produktionspotenzial beträgt etwa 10'000 Hektoliter und 10 verschiedene Sorten. Es hängt stark von der Sorte und Verpackung ab und ist aufgrund der bisherigen Vorarbeiten (Sudhaus, Verpackungsanlage, neue Anlage) leicht um weitere 30 Prozent ausbaubar.

In was unterscheiden sich Ihre Biere von anderen?

Unsere Biere sind präzise und konstant mit einer klaren Braumeister-Handschrift.

Die Partnerschaft mit Vetropack Austria ist sehr erfolgreich. Die Brauerei setzt auf hohe Qualität, genauso wie Vetropack. «Und wir wollen zu unseren Lieferanten ein gutes, persönliches Verhältnis.» Glasverpackungen bestehen wie Bier schon lange. «In seiner Beschaffenheit für Lebensmittel ist Glas konkurrenzlos gut.» PET-Flaschen oder Dosen für Bier machen in gewissen Regionen oder Situationen einen Sinn. Generell sei aber eine Mehrwegglasflasche in vielen Belangen schlichtweg unschlagbar.



Wenn Sie Ihr Bier mit nur drei Begriffen beschreiben dürften, welche würden Sie nennen?

Präzise, ausgewogen und konstant.

Was ist Ihre Lieblingsorte und warum?

Ich habe kein Lieblingsbier. Aber ich rechne es den Brauereien wie Sierra Nevada, Brewdog oder Russian River Brewing Company hoch an, warum ich Bier so sehr bewundere.

Was lieben Sie an Bier generell?

Die Fähigkeit, dass es mich immer wieder zum Staunen bringt.

Was lieben Sie an Ihrem Beruf besonders?

Die Möglichkeit erhalten zu haben, ein Hobby in ein erfolgreiches Unternehmen zu verwandeln, das heute mehr als zehn Mitarbeitende beschäftigt.

Welches sind Ihre neusten Errungenschaften?

Wir erhielten kürzlich die Auszeichnung «Ratebeer Award» als beste Craft-Brauerei Kroatiens und für unser im Fass gereiftes Russian Imperial Stout als bestes Bier Kroatiens. Dieses Bier war mein Lieblingsbier als ich noch zuhause braute und einer der Gründe, wieso ich eine Brauerei eröffnete.

Warum haben Sie sich für Vetropack als Lieferantin entschieden?

Vetropack ist ein zuverlässiger Partner, der damals mit mir als frischer Unternehmer bereit zu einer Kooperation war. Vor allem überzeugt mich Vetropack wegen der Leidenschaft für ihre Produkte, die sich in jedem einzelnen Geschäftsbereich widerspiegelt.

Warum bevorzugen Sie Glasflaschen?

Weil sie die Bierqualität über einen langen Zeitraum hervorragend gewährleisten können. Darüber hinaus sind Glasflaschen anderen Verpackungen ökologisch überlegen und 100 Prozent recycelbar.

Was halten Sie von PET-Flaschen oder Dosen für Bier?

PET-Flaschen sind in Bezug auf die Bierqualität, die Umwelt und das Nutzungsverhalten der Konsumenten schlechter. Bierdosen haben eine Mindesthaltbarkeit auch wenn sie leer sind und die Kundenwahrnehmung ist nicht die gleiche wie bei Glas.



Das Team der kroatischen Brauerei Zmajška.

Raues, pures Craft-Bier

Aus Liebe und Verbundenheit zu ihrer Stadt Gualdo Tadino in Italien, gründete Matteo Minelli zusammen mit seiner Frau die Flea-Brauerei. Die Stadt ist bekannt für viele umliegende

Quellen mit hervorragendem Wasser. Zum Bier «Birra Flea» inspiriert hat sie die mittelalterliche Festung Rocca Flea am höchsten Punkt der Stadt. Die Namen der einzelnen Biere gehen ebenfalls auf mittelalterliche Charaktere, Protagonisten und Mythen der Stadtgeschichte zurück.

In der Flea-Brauerei laufen zurzeit Vergrößerungsarbeiten auf Hochtouren. Erweitert werden die Produktion selber, das Lager sowie die Büros. Zudem wird künftig ein Qualitätslabor einen zentralen Platz erhalten. «Wir möchten die Produktion steigern, Maschinen der aktuellsten Technik haben, noch umweltfreundlicher Brauen sowie mehr Mitarbeitende einstellen», sagt Matteo Minelli. Ebenfalls sollen Bierliebhaber vor Ort das Bier entdecken und probieren können. Zu den Standardbieren zählen deren 10 wie beispielsweise ein helles, ein Weissbier, ein Starkbier oder ein Gluten freies. In der Weihnachtszeit brauen sie eines mit den Aromen von Zimt und Kardamom. Jährlich produziert die Flea-Brauerei rund 12'000 Hektoliter Bier.

«Unser Bier zeichnet sich durch qualitativ hochwertige Rohstoffe aus. Es sind dies unter anderem reinstes Quellwasser sowie Gerstenmalz aus einem umbrischen Familienbetrieb»,

sagt Minelli. Qualität und professionelle Arbeitsweise waren zudem auch entscheidend bei der Wahl für Vetro-pack als Lieferantin. «Glasflaschen schützen unsere delikaten Biere perfekt, indem sie den ursprünglichen Geschmack gewährleisten. Für unser Bier ist es auch unerlässlich, dass es in der Flasche weiter gären kann.»



Die italienische Flea-Brauerei liegt in Umbrien, umgeben von vielen Quellen mit hervorragendem Wasser.



«ERÖFFNUNGSBIER»

Willkommen in Puidoux

Die Westschweizer Brauerei Docteur Gab's hat diesen Sommer neue Räumlichkeiten bezogen. Eigens dafür wurde das «Pou Pou Puidoux»-Bier kreiert, welches in cuvée-farbigen Glasflaschen von Vetropack Schweiz abgefüllt ist.

17 Jahre nach der Gründung der Schweizer Brauerei Docteur Gab's war es diesen Sommer Zeit für eine Veränderung. So wurden in den Hallen von La Claise-aux-Moines in Savigny die Zelte abgebrochen und im rund 7 Kilometer entfernten Puidoux wieder aufgestellt. Denn Docteur Gab's ist so erfolgreich unterwegs, dass es am ehemaligen Ort zu eng wurde. «Mit den neuen Installationen haben wir mehr Platz, um unsere Produktion weiter auszubauen», sagt Reto Engler, der für die Produktion und Kommunikation verantwortlich ist.

Für die Eröffnung am 30. Juni 2018 kreierten die Brauer ein Eröffnungsbier, welches nur an diesem Tag erhältlich war – und zwar in Flaschen des Schweizer Vetropack-Werks. Docteur Gab's-Liebhaber kommen aber jederzeit in den Genuss des vielfältigen Biersortiments in 0,33-Liter-Glasflaschen von Vetropack Schweiz.



WÜRZIG

Intensives Aroma gut bewahrt

Vetropack Austria produziert im niederösterreichischen Werk in Pöchlarn die 0,25-Liter-Weissglasflasche für die Sojasauce von Aiko.

Die gewichtsoptimierte Weissglasflasche für das Produkt «Salsa de Soja» mit flach abgeschrägten Schultern und kleinem Durchmesser liegt gut in der Hand. Vetropack Austria stellt die Leichtglasflasche für die Marke Aiko im Enghals-Press-Blas-Verfahren her. Abgefüllt wird die Sojasauce ebenfalls in Österreich von der Mautner Markhof Feinkost GmbH.

Das renommierte Feinkost-Unternehmen produziert zudem Klassiker wie Estragon-Senf oder Kren-Spezialitäten (Meerrettich) sowie verschiedene Spezialessige. Seit 170 Jahren ist es in der österreichischen Genusswelt zu finden.



Sie suchen eine Glasverpackung für Lebensmittel oder Getränke? In unserem online-Katalog finden Sie über 900 Artikel. Öffnen Sie einfach diesen QR-Code!

FEIERLICH

Als Aperitif oder zum Essen

Vetropack Italia fertigt die cuvée-farbigen Glasflaschen für den Schaumwein «Ribolla Gialla Extra Brut» von Tenimenti Civa. Die 0,75-Liter-Flaschen mit abgerundeten Schultern und langem Hals verleihen jedem Fest einen Hauch von Eleganz mit ihrem neuen, strahlenden Look. Über der weissen Papieretikette sind die Buchstaben T und C eingraviert. Sie stehen für Tenimenti Civa, dem Produzenten dieses edlen Getränks.

Ribolla Gialla ist eine alte Rebsorte, die im Weinbaugebiet Friuli Venezia Giulia wächst. Tenimenti Civa keltert in Bellazoa di Pivoletto, an den östlichen Friuli-Hügeln, aus dieser Traube trockene Weine sowie Schaumweine. Der neuste ist ein strohgelber Wein mit zartem Duft von Zitrone, Salbei und Walderdbeeren.

Der angenehm erfrischende Wein mundet am besten bei einer Temperatur von 8°C als Aperitif oder während des Essens. Als Schaumwein passt er zu Fisch, Gemüse oder einer Scheibe getoastetem Brot mit Butter und Regenbogenforelle.



PORTUGIESISCHES BIER

Hopfige Erfrischung

Das österreichische Glaswerk in Kremsmünster produziert die brauen Glasflaschen für das portugiesische Bier Sagres. Klare, schlichte Linien zeichnen das Design aus.

Die 0,33-Liter-Glasflasche des portugiesischen Biers Sagres erhielt eine neue Gravur im Schulterbereich. Es ist das unverkennbare Logo in Schild-Form. Vetropack Austria stellt die Langhals-Flasche mit Kronenkork im Werk in Kremsmünster her. Der braune Glasbehälter hat einen geraden, schmalen Körper und liegt gut in den Händen.

Sagres ist eine der zwei grossen Biermarken Portugals und gehört zum niederländischen Heineken-Konzern. Der Gerstensaft ist nach dem portugiesischen Ort Sagres benannt, wird aber in der Nähe von Lissabon gebraut. Das Sagres Branca ist ein Pilsnerbier und zeichnet sich durch eine angenehme Bitterkeit aus. Ob als flüssige Begleitung eines Strandausflugs oder in den eigenen vier Wänden, die goldene Farbe macht sich überall gut.

**WÜRZIG**

Kleine Köstlichkeit

Aus 100 Prozent natürlichen Rohstoffen entsteht der unverkennbare Appenzeller Alpenbitter-Likör. Das schweizerische Vetropack-Werk stellt die grünen Glasflaschen für diese würzige Spirituose her.

Die 0,1-Liter-Grünflasche hat es in sich: 42 verschiedene Kräuter und Gewürze und ein Alkoholgehalt von 29 Prozent enthält der Appenzeller Alpenbitter-Likör. Vetropack Schweiz fertigt die handlichen Flaschen in St-Prex. Der lange, leicht taillierte Hals geht fließend in den runden Schulterbereich über und verleiht der Glasflasche das unverkennbare Design. Über der in der Mitte klebenden Etikette mit der gebirgigen Appenzeller Landschaft umschliesst die Gravur «Charakter», «Stil» und «Persönlichkeit» die Flasche mit Pilfer Proof-Mündung.

1902 experimentierte der Schweizer Emil Ebnetter mit Heilkräutern seiner Heimat – der Beginn der Erfolgsgeschichte des würzigen Likörs. Unter anderem Enzianwurzel, Wacholder, Anis und Pfefferminzblätter sind Bestandteile der Spirituose. Das Rezept dafür hütet das Familienunternehmen wie eine Schatztruhe.

KULTURERBE

Gebranntes aus Wacholderbeeren

Borovička ist ein untrennbarer Bestandteil des slowakischen Kulturerbes, die auf Wacholderbeeren basiert. Die Firma OLD HEROLD, s.r.o. ist seit über 90 Jahren dem Originalrezept verpflichtet und treu geblieben, was von Feinschmeckern sehr geschätzt wird. Das slowakische Vetropack-Werk in Nemšová stellt die Weissglasflaschen für dieses Produkt her.

Der kurze Hals der Weissglasflasche für den Wacholderschnaps Borovička mündet über die ausgeprägten Schultern fließend in den geraden Körper über. Vetropack Nemšová produziert die 1-Liter-Flaschen für die von Old Herold s.r.o. hergestellte Spirituose, die nach traditionellem Rezept gebrannt wird.

Das Geheimnis von Koniferum borovička, im Volksmund auch «Koniferka» genannt, verbirgt sich hinter dem traditionellen Rezept mit natürlichen Zutaten sowie «leichtem» Alkoholgehalt. Als Grundlage für den erfrischenden Geschmack dient ein hochwertiges Destillat aus dem zweistufigen Destillationsprozess von fermentierter Maische aus dem Fruchtfleisch der Wacholderbeeren.

«Koniferka» gehört zu den beliebtesten Marken von Borovička in der Slowakei. Die Slowaken empfangen ihre Freunde mit fast 40 Millionen kleinen Schnapsgläsern pro Jahr. Aus diesem Grund hat OLD HEROLD sein Angebot des Koniferum borovička in einer 1-Liter-Flasche des Lider-Modells erweitert.





FEMINIM

Süßer Schaumwein

Vetropack Gostomel stellt die neuen Glasflaschen in Cuvée für den süßen Schaumwein Ukrainske her. Elegant und grazil reihen sie sich zwischen den Schaumweinflaschen in den Supermarktregalen ein.

Die 1992 vom ukrainischen Schaumwein-Unternehmen Stolichny lancierte Ukrainske-Schaumwein-Linie wurde speziell für Frauen kreiert. Ein exklusives Erscheinungsbild zeigt auch die cuvée-farbige Sektflasche des ukrainischen Vetropack-Werks in Gostomel. Die 0,75-Liter-Flasche mit Sektmündung strahlt Eleganz und Grazilität aus. Unterstrichen wird dies mit dem ebenfalls eleganten Etikett in Blau und Gold.

«Ukrainske» gibt es als weissen oder pinken Schaumwein in den vier Varianten halbtrocken weiss, halbsüss weiss, süss weiss sowie pink süss. Unter dem Slogan «Verführerisch wie die Natur» wird der Wein von Stolichny angepriesen. Tradition und Moderne spiegeln sich sowohl im Getränk als auch im Flaschendesign wider.

MINERALIENREICH

Modernes Design für kostbares Wasser

Das in Glasflaschen des slowakischen Vetropack-Werks abgefüllte Fatra-Mineralwasser stammt aus der bergreichsten Region der Slowakei. Das Wasser widerspiegelt sich im einzigartigen Flaschendesign, das an einen Kristall erinnert.

Kostbar aufbewahrt wie ein Kristall ist das slowakische Fatra-Mineralwasser in der neuen Glasverpackung von Vetropack Nemšová. Entworfen hat das moderne Design der 0,25-Liter-Grünglasflaschen der tschechische Designer Jan Čapek, der dafür den «Grand Czech design»-Award erhalten hat. Die Oberfläche weist die Silhouetten unzähliger Kristalle auf, in der Mitte glänzt eingraviert der Schriftzug mit dem Namen des Mineralwassers.

Das für Hotels, Gastronomie und Cafés entwickelte Mineralwasser stammt aus der Quelle des Gebiets Turiec. Dieses liegt im Nordwesten und ist unter anderem von den Naturschutzgebieten Kleine Fatra und Grosse Fatra umgeben. Beide Naturschutzgebiete gaben dem mineralienreichen Wassers seinen Namen.



**SCHLICHT**

Natürliches Teegetränk

Kaluko natürlich ist ein rotes Teegetränk aus Früchte-, Schwarz- und Pfefferminztee. Das österreichische Vetropack-Werk in Pöchlarn produziert die weisse 0,25-Liter-Glasflasche für dieses vegane Getränk.

Reduziert auf das Wesentliche, ist das Design der neuen Weissglasflasche von Vetropack Austria für das österreichische Kaluko-Teegetränk. Genauso klar und puristisch wirkt der Siebdruck: schnörkelloser Name mit kecker, gerader Linie. Nichts hindert den Blick auf den roten Durstlöscher aus der Langhalsflasche mit Twist-Off-Verschluss.

Vor einigen Jahren begannen zwei junge Vorarlberger, Eistee selber herzustellen. In ihren eigenen fünf Wiener Lokalen wurde das Getränk schnell ein Topseller. Das Getränk auch im grossen Stil zu vertreiben, lag daher auf der Hand. Unterstützung erhält das Start-up vom ebenfalls in Vorarlberg beheimateten Familienunternehmen Rauch Fruchtsäfte bei der Abfüllung und dem Vertrieb.

Eine Mischung aus Früchte-, Schwarz- und Pfefferminztee, Fruchtsaftextrakten, Ingwer und Minze geben dem Eistee den natürlichen Geschmack. Kaluko kommt ohne jegliche Zusatzstoffe aus und ist im ausgewählten Einzelhandel und in zahlreichen Gastronomie-Betrieben erhältlich.

süß

Kleine Flasche, grosses Vergnügen

Das kroatische Vetropack-Werk in Hum na Sutli fertigt die 0,25-Liter-Weissglasflaschen für den neuen Eistee von San Benedetto. Erhältlich ist dieser mit den Aromen Zitrone oder Pfirsich.

Seit 1975 produziert Vetropack Straža Glasflaschen für den italienischen Getränkehersteller San Benedetto. Zum neusten Schmuckstück zählt die 0,25-Liter-Flasche in Weiss für den Eistee «Indian Black Tea». Die im Blas-Blas-Verfahren hergestellte Flasche ist mit einem Kronenkork versehen und hat sowohl einen kurzen Hals als auch einen kurzen Schulterbereich. Der zylindrische Flaschenkörper ist mit einem edlen Shrink-Sleeve in Gold und Orange überzogen. Eistee-Liebhaber haben die Wahl zwischen indischem Schwarztee mit Zitronen- oder Pfirsich-Geschmack.

In der Nähe von Venedig, Italien, eröffnete San Benedetto 1956 die erste Abfüllanlage für Mineralwasser der Quellen San Benedetto und Guizza. Mittlerweile hat sich der einstige Lokalproduzent zu einem internationalen Unternehmen entwickelt, das weltweit in über 100 Ländern präsent ist.





HOMMAGE

Aromenvielfalt

Das kroatische Vetropack-Werk in Hum na Sutli produziert die weissen Glasflaschen für das legendäre Cockta-Getränk. In den neuen Gebinden sticht es in den Supermärkten der Balkan-Region noch mehr hervor.

Das Cockta-Softgetränk zählt zu den beliebtesten Softgetränken der Balkan-Region. Es gehört untrennbar zum Lifestyle dazu. Nun erhielt der Durstlöscher von der Agentur Pointbleu aus Barcelona, Spanien, ein neues Design. Die 0,275-Liter-Flasche von Vetropack Straža mit Schraubverschluss weist eine ungewöhnliche Etikettenfläche auf. Sie erfordert von der Produktion eine optisch hochpräzise Positionierung. Die schlanke Silhouette der weissen Glasflasche wird durch einen Halsausschnitt in Form ähnlich einer Hagebutte vergrößert, dessen Geschmack ebenfalls im Getränk enthalten ist. Die Oberfläche des Körpers ist ausser dem langen Halsbereich fein strukturiert.

Seit 1953 besticht Cockta mit seinem unwiderstehlichen Geschmack von Karamell, Hagebutte und 11 verschiedenen Kräutern. In der Glasflasche wird diese Aromenvielfalt zudem gut geschützt.

EDEL

Perfekt geschützt

Eines ist klar: Edeldosen gehören ins Glas. Im rundum erneuerten 205-Milliliter-Weithalsglas von Vetropack Austria für die Grossauer Edeldosen sind sie nicht nur perfekt geschützt, sondern auch optisch ein Hingucker.

Das österreichische Vetropack-Werk in Pöchlarn sorgt für einen gelungenen Auftritt der Pesto-Variationen der Grossauer Edeldosen aus Österreich. Inhalt und Verpackung harmonieren, das Logo ist als Relief auf der Vorderseite des Glases eingebettet. Das Papieretikett mit dem Firmennamen, welches Deckel und Glas verbindet, dient als Verschlussicherung. Im Weithalsglas mit Twist-Off-Verschluss wird das ölhaltige Produkt hervorragend aufbewahrt und der Geschmack bleibt zu 100 Prozent im Pesto. Das Naturetikett ist mit einer Naturfaser-Schnur um den Hals des 205-Milliliter-Glases angebracht. Seit Mai sind die Pestos im neuen Look im Handel und auf Märkten erhältlich.

Der Ursprung der Grossauer Edeldosen aus dem Kamptal liegt in den Weingärten des Familienweinguts, in welchem der Inhaber Stefan Grossauer vor rund 14 Jahren mit dem Gemüseanbau begonnen hat. Mit Pestos in vielen Variationen von verrückt bis klassisch, regional, saisonal und international bietet Grossauer Edeldosen ein qualitativ hochstehendes Sortiment an.



Auf Wunsch entwickeln und produzieren wir Ihre individuellen, formvollendeten Glasverpackungen: farbig und veredelt – Sie haben die Wahl.



STAATSKELLEREI ZÜRICH

Edle Tropfen in stilvollen Flaschen

Die Staatskellerei Zürich, Schweiz, gehört zu den renommierten Weinproduzenten des Kantons Zürich. Den Grundstein legte der Schweizer Dichter und Weinliebhaber 1862 in seiner Funktion als Staatsschreiber. Fast das komplette Sortiment wurde kürzlich auf Glasflaschen des Schweizer Vetropack-Werks umgestellt.



Von Weinen aus einer Rebsorte über exklusive Cuvées bis hin zu Port- oder Schaumweinen – Kellermeister Fabio Montalbano (links) und Geschäftsführer Christoph Schwegler kelterten mit ihrem Team köstliche Tropfen.

Rund 100 Winzer aus dem Kanton Zürich liefern ihre Trauben an die Staatskellerei Zürich, die daraus in Rheinau – nahe des Vetropack Holding-Sitzes – edle Tropfen keltert. Jährlich verarbeitet die Staatskellerei 300 Tonnen Trauben, was je nach Jahrgang rund 450'000 Flaschen Wein ergibt. Dieser Wein ist in Glasflaschen von Vetropack Schweiz erhältlich. Kürzlich stellte die Staatskellerei fast das gesamte Sortiment von Rot-, Rosé-, Weiss- und Spezialitätenweinen auf Vetropack-Flaschen um. Die 0,75-Liter-Standardflaschen gibt es in Cuvée (Vetropack Schweiz) und Weiss (Vetropack Austria).

Die Papieretiketten oder die bedruckte Variante – dekorierter Siebdruck von Kurt Mayer Verpackungsglas GmbH in

Österreich – sind mit dem Namen des Weins sowie dem Logo versehen. Das schlichte Design harmonisiert mit dem ebenfalls stilvollen Flaschendesign.

Damals und heute

Der Ursprung der Staatskellerei Zürich, die eingebettet in der idyllischen Rheinlandschaft liegt, geht auf das Jahr



1862 zurück. Gottfried Keller, Schweizer Dichter, Staats-schreiber und Weinliebhaber, sorgte dafür, dass der Klosterkeller Rheinau nach der Auflösung der Benediktinerabtei in die Obhut der kantonalen Verwaltung gelangte. Mit seiner Unterschrift besiegelte er die Zusammenlegung des Klosterkellers mit dem Zürcher Spitalamtskeller. Die Staatskellerei Zürich hatte damals die Aufgabe, die kantonalen Spitäler

und Anstalten mit Wein zu beliefern. Mittlerweile gehört der Betrieb seit 1997 zur Mövenpick Wein AG.

Gekonnt vereint die Staatskellerei Zürich unter der Leitung des Kellermeisters Fabio Montalbano Tradition und moderne Weinbauproduktion. Sie zählt heute zu den grössten Weinproduzenten der Deutschschweiz. Die zahlreichen Spezialitäten gelangen meist nur in kleinen Mengen auf den Markt und erfreuen sich wachsender Beliebtheit.

PRIX VETROPACK

Ein Hoch auf alte Weinreben

Den diesjährigen Prix Vetropack erhielt der Weisswein «Chasselas Vieille Vigne» vom waadtländischen Weingut «Les Propriétés de la ville de Payerne». Der edle Tropfen überzeugte durch sein ausgewogenes Aroma.



Das Motto «Je älter desto» besser trifft auf den Schweizer Wein «Chasselas Vieille Vigne» perfekt zu. Jedoch nur, wenn man diesen Spruch, der oftmals im Zusammenhang mit Weinverkostungen verwendet wird, auf die Rebstöcke bezieht. Denn diese sind 40 Jahre alt und gedeihen an den Weinhängen des Genfersees im Waadtland. An der diesjährigen Internationalen Weinprämierung Zürich, Schweiz, erhielt der Chasselas den Prix Vetropack. Die Auszeichnung verleiht die Vetropack AG jährlich im Rahmen dieser Prämierung, und zwar an den Produzenten des besten Schweizer Weiss- oder

Rotweins aus einer Hauptrebsorte. Das Team des Weinguts «Les Propriétés de la ville de Payerne» kann nun zusammen mit den Spezialisten der Vetropack AG eine Weinflasche nach den persönlichen Wünschen gestalten.

Vor 25 Jahren fand die erste Internationale Weinprämierung Zürich statt. Das Interesse und damit auch die Anzahl eingereicherter Weine stieg mit jedem Jahr weiter an. Neben dem Prix Vetropack wurde dieses Jahr bei den Sonderpreisen auch ein Jubiläumspreis verliehen.

KULTURSPPLITTER



Dekoration über Hotelbar

Köstliche Getränke aus wertvollen Glasflaschen gönnt sich so mancher an der Hotelbar. Aber nicht nur gefüllt sind die gläsernen Geschmackstresore eine Augenweide. Über dieser Hotelbar wurden unzählige Glasflaschen in Grün und Braun zu einem Kunstwerk nebeneinander platziert. Die Flaschen liegen auf einer Glasscheibe, die optisch wie ein Spiegel wirkt. Erst beim genauen Hinsehen erkennt der aufmerksame Beobachter, dass auch auf der unteren Seite nochmals Flaschen befestigt sind. Das moderne Design der Glaserei Zand, Österreich, fügt sich geschmeidig in die eher rustikale Umgebung aus Holz ein. Ein gelungenes Beispiel, wie Moderne und Tradition harmonieren.

MARITIM

Von Wellen geformt

Wasser ist beruhigend und bedrohlich zugleich. Diese beiden Eigenschaften des lebenswichtigen Elements faszinieren Menschen schon lange. So auch den neuseeländischen Künstler Ben Young, der an der Küste der Nordinsel lebt. Seit über 15 Jahren stellt Young, der sich das Handwerk selber beibrachte, Kunstwerke aus Glas her. In ihnen widerspiegelt sich Wasser nicht nur, sondern ist das zentrale Element. Der Neuseeländer bearbeitet Flachglas von Hand und legt danach Schicht für Schicht aufeinander. Dadurch bilden die einzelnen Scheiben ein Wellenmuster. «Ich liebe es, die zweidimensionalen Formen in dreidimensionale Kreationen zu verwandeln», sagt der Künstler, der neben namhaften Glaskünstlern seine Werke international sowie in Australien ausstellen konnte. Young's Arbeiten kombinieren verschiedene Materialien und Glas. «Gerne arbeite ich mit Beton als grundlegendes Baumaterial, welches physisch und visuell ein starker Kontrast zum Glas ist. Die beiden Welten zu vereinen, fasziniert mich immer wieder von Neuem.»





© Porthemka glass museum

AUSSTELLUNG

Glas ist nicht nur ein hervorragendes Verpackungsmaterial für Lebensmittel und Getränke, sondern auch in der Kunstszene ein Begriff. Die amerikanische Künstlerin Karen LaMonte hat einen Bachelor-Abschluss der bekannten Rhode Island School of Design, USA, im Bereich Glas. Ihre eleganten, gläsernen Kleider waren bis am 4. November 2018 im Porthemka-Glasmuseum in Prag, Tschechien, ausgestellt. In der nordböhmischen Stadt Železný Brod, die auch als Glasmacherstadt bekannt ist, lernte LaMonte aus erster Hand die Kunst des Glasmachens. Die Gegend gefiel ihr so gut, dass sie mittlerweile dort lebt.

ENGLANDS GLASPRODUKTION

Das National Glass Centre im Nordosten Englands gehört zur Universität Sunderland. In verschiedenen Ausstellungen und Workshops kann man viel Wissenswertes über zeitgenössisches Glas erfahren und auch selber Glas herstellen. 1998 wurde das 3250 Quadratmeter grosse Gebäude offiziell von Prinz Charles von England eröffnet. Mit der von den Schmelzöfen abgegebenen Wärme wird das Gebäude gleichzeitig beheizt.



© National Glass Centre



© National Glass Centre

Sunderland, früher weltweit das grösste Zentrum des Schiffbaus, hat eine lange Tradition von Glasproduktion. Das Zentrum befindet sich in der Nähe des ehemaligen Klosters Monkwearmouth-Jarrow. Dort stellten etwa im Jahr 682 im Auftrag des Benediktinermönchs Benedict Biscop französische Glasmacher die gläsernen Fenster her. Im 18. Jahrhundert schaffte die industrielle Glasproduktion den Durchbruch. Die Lage war ideal, denn es gab grosse Mengen an billiger Kohle und hochwertigem importierten Sand aus der Ostsee. Die Glasindustrie hätte ohne die anderen Industrien in der Region nicht existiert und auf deren Grundlage entwickelt, ist sich Stuart Miller, ehemaliger Geschichtsdozent der Universität Sunderland, sicher. Das in Sunderland hergestellte Glas habe man in ganz England gekannt.



© Ben Young



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 4587714
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