

# VETRO TIME

## MARKT

Süsse und salzige  
Vielfalt im Glas

## BIOWEIN

Nachhaltiger Weingenuss

## FRIENDS OF GLASS

Gruppenweiter Blogger-Event



<b>04   AUFGEFALLEN</b>	Kunstvolles Glas
<b>06   AKTUELL</b>	Bioweine im Einklang mit der Natur
<b>08   MARKT</b>	Kein Sonntagsbrunch ohne Glas
<b>12   ENTWICKLUNG</b>	Neues Glaswerk in Boffalora
<b>13   FRIENDS OF GLASS</b>	Erster gruppenweiter Blogger-Event
<b>18   NEUE DESIGNS</b>	Farbenfrohes in Glas
<b>26   KULTURSPLITTER</b>	Eröffnung Vetropack Hall

**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.



No. 01-19-782878 – [www.myclimate.org](http://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.** Bei einem Brunch sind dem Gastgeber bei der Zusammenstellung des Essens keine Grenzen gesetzt. Genauso vielfältig wie die Inhalte präsentieren sich die traditionellen Weissglasverpackungen. Aber es wurden auch schon Buntglasverpackungen – Grün, Blau, Braun usw. – auf dem Brunch-Tisch entdeckt. Glas, das ideale Verpackungsmaterial für die leckeren Produkte, unabhängig, ob sie süß oder salzig sind. Der Inhalt wird optimal geschützt und der unverfälschte Geschmack wird beibehalten.



## Liebe Leserinnen, liebe Leser

Frühstück, Morgenessen, Breakfast, prima colazione, petit-déjeuner oder Brunch – Hauptsache, es mundet, ist meine Devise. Und das ist nicht schwierig, denn auf jedem Frühstückstisch finden sich viele Leckereien und Säfte, die in Glas verpackt sind. Diese Produkte sehen nicht nur schön und appetitlich aus, sondern sie bewahren auch den unverfälschten Geschmack. Damit das Frühstück zu einem gelungenen Start in den Tag wird. Wenn Sie neugierig geworden sind, empfehle ich Ihnen die Lektüre der Seiten 8 bis 11 dieser Vetrotime.



Glas als optimales Verpackungsmaterial begegnet uns nicht nur am Morgen. Ich zum Beispiel genieße gerne nach einem ereignisreichen Tag ein Glas Wein. Es fällt auf, dass mehr und mehr Konsumenten Weine lieben, deren Reben biodynamisch, im Einklang mit der Natur gewachsen sind. Drei Winzerfamilien, die sich dem ökologischen Weinbau verschrieben haben, können Sie auf der Doppelseite 6 und 7 kennenlernen. Es versteht sich von selbst, dass sie ihr Naturprodukt nur in Glasflaschen abfüllen lassen.

Der Sprung von Bioweinen zu Sonnenenergie ist nicht weit. In unserem Werk in Kroatien und im österreichischen Pöchlarn befinden sich auf einigen Dächern Photovoltaikanlagen (Seite 14). Erneuerbare Energie und ein Unternehmen, dessen wichtigster Sekundärrohstoff Recyclingglas ist, passen hervorragend zusammen.

Wenn Sie dieses Magazin lesen, ist der Herbst schon fast vorbei, und die zwei grossen Messen werden ihre Tore öffnen. Ich rede von der BrauBeviale in Nürnberg und der SIMEI in Mailand. Der Schwerpunkt der bayrischen BrauBeviale (12. bis 14. November) liegt auf der Produktion und Vermarktung des Bieres und die italienische SIMEI (19. bis 22. November) widmet sich dem Weinsektor. Das kompetente Vetropack-Team wird Ihnen gerne an beiden Messen unser breites Produktsortiment vorstellen (siehe Seite 17). Wir freuen uns auf Sie!

Liebe Leserinnen und Leser, ich bin mir nicht sicher, ob wir uns in Nürnberg oder Mailand treffen werden. Deshalb wünsche ich Ihnen bereits jetzt ein erfolgreiches Jahresende, erholsame Weihnachtstage und alles Gute fürs Jahr 2020! Ich hoffe, Sie haben Freude an dieser Ausgabe der Vetrotime. Uns hat es grosse Freude gemacht, sie für Sie zu schreiben und zu gestalten!

Herzliche Grüsse

A handwritten signature in blue ink that reads "J. Reiter". The signature is fluid and cursive, written in a professional style.

Johann Reiter  
CEO Vetropack Holding AG

# AUFGEFALLEN



## LICHTERFELD

### Atemberaubend

Der international bekannte Künstler Bruce Munro hat sein bisher grösstes Kunstwerk – eine riesige, über mehrere Hektar grosse begehbare Installation im südkalifornischen Paso Robles aufgebaut. Das Lichterfeld besteht aus einem Netzwerk von über 58'000 Glaskugeln auf schmalen Stielen, die in einer Reihe von wechselnden Farben leuchten. In der Dämmerung wirft die durch Sonnenenergie betriebene Installation ein sanftes Licht auf die hügelige Landschaft und die Eichen.



## ZERBRECHLICHE KUNST

### Tierskulpturen aus Glasscherben

Die Skulpturen der polnischen Künstlerin Marta Klonowska sind bestechend schön. Aus Tausenden von Glasscherben bildet sie verschiedene Tierarten naturgetreu nach. Ihr Hauptthema: Hunde, welche jenen in alten Gemälden und Stichen nachempfunden sind. Die in Düsseldorf und Warschau wohnhafte Künstlerin holt die Tiere aus den Hintergründen der Gemälde hervor und rückt sie mit ihren Skulpturen in den Vordergrund.

## GLAS-SHOP

## Kunstvolles Experimentieren



Im Herzen der Stadt Lemberg werden die Besucher des Ladens Something Interesting mit einer Tasse duftendem Kaffee empfangen. Einzigartiger Schmuck, Geschirr aus wiederverwendeten Flaschen, individuell gestaltete Glaslampen und Designelemente verzaubern die Kunden. Passend zu den bevorstehenden Weihnachten finden sich auch originell gestaltete Christbaumkugeln.

## Kulinarische Schmankerl



Für die Fans bayerischer Schmankerl und gehobener Küche ist das «Schuhbecks» am Flughafen München der ideale Ort, um sich zwischen den Flügen kulinarisch zu stärken. Die köstlichen Gerichte des bekannten Fernsehkochs und Buchautors Alfons Schuhbeck können im Terminal 2 im Restaurant samt Shop getestet werden. Das Ambiente des Restaurants ist gemütlich und lässt die Passagiere beinahe vergessen, dass sie sich am Flughafen und nicht mitten in der Münchner Innenstadt befinden. Auch die mit frischen Kräutern in Einmachgläsern dekorierte Kräuterlaube lädt zum Verweilen ein.

## BIOWEINE

# Weingenuss im Einklang mit der Natur

*Beim biologischen Weinbau werden die Trauben aus ökologischem Anbau gewonnen, die Pflegemaßnahmen sind möglichst naturschonend, so wird auf Pestizide und Zusatzstoffe verzichtet. Es gibt mittlerweile eine Vielzahl an hochwertigen und prämierten Bioweinen.*

Biowinzer arbeiten vorbeugend, um das Ökosystem in Einklang und die Pflanzen gesund zu halten. Das Ergebnis der biologischen Weinherstellung sind charaktervolle Weine, welche die Gesundheit des Bodens und der Weinrebe widerspiegeln. Wer Biowein kauft, legt Wert auf die gesundheitlichen Aspekte und den schonenden Umgang mit der Natur beim Anbau der Trauben. Vorbei sind die Zeiten, in denen Bioweinen ein schlechter Geschmack nachgesagt wurde. Die folgenden Beispiele aus Österreich und der Schweiz stehen stellvertretend für die Verbindung von höchstem Weingenuss mit ausserordentlicher Weinqualität.

## Der Boden macht den Wein

Der Blick aus dem Verkostungsraum bietet eine einmalige Aussicht auf die Toplagen des Weinguts Hirsch im niederösterreichischen Kamptal: Lamm, Gaisberg, Grub, Renner und Heiligenstein. Weitblick, Pioniergeist und



Johannes Hirsch, Weingut Hirsch

eine starke Verbundenheit mit den Böden der Weingärten prägen das Schaffen der Familie Hirsch.

Den Grundstein legte Vater Josef Hirsch schon 1979 durch die ausschliessliche Verwendung von Biokompost von Ziegen und Wasserbüffeln – eine echte Pioniertätigkeit. Vater und Sohn folgen seit Jahrzehnten einem Glaubensbekenntnis: Mit der Natur arbeiten, nicht gegen sie. «Bei unseren Weinen ist der Ausdruck des Terroirs das entscheidende Qualitätsmerkmal, das sie unverwechselbar macht», ist Johannes Hirsch überzeugt. «Damit der Charakter der Lage klar und präzise herauskommt, sind völlig gesunde Trauben und ein intakter Boden die wichtigsten Voraussetzungen.» Die biodynamische Bewirtschaftung ermöglicht einen früheren Lesezeitpunkt und bedingt die Leichtigkeit und Saftigkeit dieser Lagenweine.

### Biodynamische Winzervereinigung

Auf der Suche nach individuellen Weinen gründete Johannes Hirsch gemeinsam mit zwölf anderen Winzerinnen und Winzern im Jahr 2007 die biodynamische Vereinigung «Respekt», nach deren Richtlinien das Weingut Hirsch zertifiziert ist. Das Streben nach höchster Qualität durch Biodynamie, die Erhaltung und der Aufbau biologischer Vielfalt als Basis für gesunde Weingärten, das Stärken der Rebstöcke durch biodynamische Präparate sowie Düngen mit Kompost zur Unterstützung des Bodenaufbaus prägen die tägliche Arbeit. Lebendige und spannende Weine sind das Ergebnis dieser Anstrengungen.

### Weingut Hirsch, Kammern, Kamptal (Niederösterreich)

**Produktion:** 30 ha

100 Prozent Weisswein, Riesling, Grüner Veltliner, rund 150'000 Flaschen pro Jahr

**Exportquote:** 50 Prozent

Falstaff Winzer des Jahres 2011



Fred Loimer, Weingut Loimer



Umgeben von ihren Schwarznasenschafen – die dritte Generation Rouvinez: Frédéric, Véronique und Philippe (von links)

## Qualität im Anbau und beim Trinken

Die Suche nach mehr Individualität und damit nach mehr Qualität nennt Fred Loimer als hauptsächlichen Beweggrund für die Umstellung des traditionsreichen Weinguts Loimer auf biodynamischen Weinbau. «Man kann immer alles ein wenig besser machen», ist Fred Loimer überzeugt und meint damit: natürlicher, schonender, wahrhaftiger, reiner.

Die Umstellung zur Biodynamie-Methode erfolgte sukzessive ab dem Jahr 2003, sie fusst auf den Ideen des beigezogenen biodynamischen Beraters Dr. Andrew C. Lorand. Seit 2006 werden alle eigenen Weingärten streng biologisch und in Einklang mit den Naturreichen Boden, Pflanze, Tier und Mensch bewirtschaftet – nicht zuletzt auch inspiriert von den Ideen des Naturwissenschaftlers und Anthroposophen Rudolf Steiner. «Was den Boden betrifft, kaufen wir nichts von aussen zu. Wir stellen unter anderem den Dünger aus eigenem Kompost her», erläutert Fred Loimer.

Als massgebliches Gründungsmitglied der Winzervereinigung «Respekt» teilt Fred Loimer ein Ideal, das allerhöchste Qualität nicht nur vom Wein selbst, sondern auch von der Art und Weise fordert, wie dieser produziert wird.

### Weingut Loimer, Langenlois, Kamptal (Niederösterreich)

**Produktion:** 70 ha

Zu 80 Prozent Weisswein, hauptsächlich Riesling und Grüner Veltliner, aber auch Chardonnay, Pinot noir, Pinot blanc, Pinot gris, Muskateller, Traminer, Rotgipfler und Zweigelt; 15 Prozent der Produktion entfallen auf Qualitätssekte

Rund 400'000 Flaschen pro Jahr

**Exportquote:** 75 Prozent

## Nez Noir – der erste Biowein von Domaines Rouvinez

Bereits vor einigen Jahren hat die Familie Rouvinez mit dem Übergang zum ökologischen Weinbau begonnen. Nez Noir (Schwarznase) ist der erste Wein mit dem Label «Bio-Umstellung». Der Wein ist eine Assemblage aus Merlot, Syrah und Gamaret. Bei der Namensgebung standen die Walliser Schwarznasenschafe Pate. Im Frühling tun sich die Herdentiere an den Gräsern und Kräutern zwischen den Rebzeilen gütlich, so wird der Boden in aller Ruhe und in perfekter Harmonie mit der Natur gepflegt.

### Umfassende Nachhaltigkeit

Die von Vetropack Schweiz produzierte 75-Zentiliter-Burgunderflasche zeichnet sich durch ihre Leichtigkeit aus. Für ihre Herstellung wird weniger Material und Energie benötigt. Auch die kurzen Transportwege von St-Prex zur Abfüllanlage reduzieren den CO<sub>2</sub>-Ausstoss beim Transport und machen Nez Noir zu einem der ökologischsten Schweizer Weine.

Die ökologische Grundhaltung zieht sich bei der Familie Rouvinez durch den ganzen Produktionsprozess. So werden die Weinflaschen in einem Leichtkarton zum Verkauf angeboten und die für die Weinherstellung benötigte Energie wird direkt von der auf dem Kellerdach installierten Solaranlage gewonnen.

### Auszeichnungen für den Nez Noir

- 2017** Goldmedaille am Concours Mondial du Merlot
- 2017** Goldmedaille am Schweizer Bio-Wettbewerb, bester Wein seiner Kategorie
- 2018** Goldmedaille beim Expovina-Wettbewerb
- 2019** Goldmedaille am Concours Mondial du Merlot

SÜSS, SALZIG, ABWECHSLUNGSREICH

## Kein Sonntagsbrunch ohne Glasverpackungen

Die nasskalten Herbsttage laden dazu ein, sich an den Wochenenden mit Familie und Freunden zu einem gemütlichen Brunch zu treffen. Neben Marmeladen und Honig sind auch Brotaufstriche und Fruchtsäfte sehr beliebt. Die Glasverpackungen schützen die leckeren Inhalte optimal und garantieren ihren unverfälschten Geschmack.

Das Wort Brunch setzt sich aus den Worten «Breakfast» und «Lunch» zusammen und zeigt auf, dass ein Brunch meistens am Vormittag beginnt und sich bis in den frühen Nachmittag ausdehnt. Der Begriff wurde schon im 19. Jahrhundert in England verwendet und stand für gesellschaftliches Zusammenkommen. Den formalen Anstrich hat der Brunch zwischenzeitlich zwar verloren, er ist allerdings immer noch genauso beliebt. Und der Sonntagsbrunch ist bei vielen Familien fester Bestandteil des Wochenendes geworden.

### Vielfältige Genüsse in vielfältigen Verpackungen

Bei der Zusammenstellung des Essens sind dem Gastgeber keine Grenzen gesetzt. Ziel ist es, gemeinsam eine gute Zeit zu verbringen und den Gaumen zu verwöhnen. Frische Brote und Brötchen, Butter, Marmeladen und Honig gehören auf jeden Fall auf den Tisch. Bei den Kindern sehr beliebt sind Schokonussaufstriche. Ob eine dunkle Heidelbeerkonfitüre oder eine helle Orangenmarmelade – die unterschiedlichen Geschmacksrichtungen

«Sag mir, was du isst, und ich sage dir, wer du bist.»

Jean Anthelme Brillat-Savarin (1755-1826),  
Schriftsteller, Jurist und Gastronom



bringen Farbe auf den Tisch. Die farbigen Inhalte kommen in den unterschiedlichen Weissglasverpackungen besonders gut zur Geltung. Was früher fast nur in Standardgläsern im Regal stand, findet heute häufig in speziell auf Kundenwunsch entwickelten Gläsern und Gläschen Platz. Genauso vielfältig wie die Inhalte präsentieren sich auch die Formen: rund oder eckig, bauchig, schlank, gross oder klein.

### Für jeden etwas

Besonders gut auf der Tafel machen sich auch frisches Obst, eine Auswahl verschiedener Käsesorten, Eierspeisen in verschiedenen Formen oder Joghurt. Das Wort Joghurt ist türkisch und bedeutet «gegorene Milch» und ist in auffallend vielen Sprachen vorhanden. Neben dem traditionellen Joghurt aus Kuhmilch gibt es auch Joghurt aus Schafs- oder Ziegenmilch oder eine laktosefreie Variante. Für Veganer sind Joghurts auf Sojabasis eine willkommene Alternative. In



den Glasverpackungen besonders gut zur Geltung kommen Joghurts, welche zuunterst eine Schicht Marmelade enthalten und vor dem Verzehr zuerst gemischt werden müssen.

Beim Brunch findet sich für jeden Geschmack etwas. Auch warme Speisen wie Würstchen oder Speck werden aufgetischt. Geräucherter Lachs ist ein Klassiker, er wird mit Dill und Meerrettichschaum serviert. Oder wie wäre es mit einem Rettich- oder Hummusaufstrich? In einigen Ländern gehören auch Fischsalat oder Sardellen auf den reich gedeckten Tisch. Als Getränke werden neben Kaffee, Kakao und Tee auch Säfte und Sekt angeboten.

## «Der Mensch ist, was er isst.»

Ludwig Feuerbach (1804-1872),  
Philosoph

### Fit in den Tag

Ein Müsli mit Getreideflocken, Nüssen und Früchten gehört für viele zu einem optimalen Start in den Tag

dazu. Die Glasverpackung sorgt für die luftdichte und trockene Lagerung der Flocken und trägt so zu einer verlängerten Haltbarkeit bei. In den Herbst- und Wintermonaten benötigen wir besonders dringend Vitamine. Fruchtsäfte und vor allem Smoothies

- hier wird die ganze Frucht verarbeitet und teilweise auch die Schale - stellen eine sinnvolle Alternative zur Vitaminaufnahme dar, wenn gerade kein frisches Obst zur Verfügung steht.



## Honig, mit Respekt zur Natur

Bereits die Ägypter verwendeten Honig neben Opfertieren für die Götter auch als Heilmittel. In Honig stecken viele wichtige Antioxidantien, unter anderem Phenole, Enzyme und Pflanzenstoffe. Diese Kombination kann sich positiv auf die Gesundheit des Herzens auswirken und den Blutdruck senken. Und dank seiner antibakteriellen und entzündlichen Wirkung unterstützt Honig die Wundheilung.

Für ein 500-Gramm-Glas Honig muss ein Bienenvolk rund 40'000 Mal ausfliegen. Die Bienen legen dabei eine Flugstrecke von 120'000 km zurück. Mit anderen Worten: Für 500 Gramm müsste eine einzelne Biene die Erde 3 Mal umfliegen.

Die Bienen haben in unserem Ökosystem eine sehr wichtige Rolle. Als Bestäuber sind sie in erheblichem Masse für den Erhalt und die Fortpflanzung der Pflanzenwelt verantwortlich. Erst durch die vorgängige Bestäubung können die Befruchtung und die anschließende Samenbildung erfolgen. Die Honigbienen zählen weltweit zu den wichtigsten Bestäubern. Mit dem Schlagwort «Bienensterben» werden die seit Beginn dieses Jahrtausends festgestellten massiven Bienenverluste bezeichnet. In manchen Regionen der Welt sind die Bienen durch Umweltkatastrophen bereits gänzlich verschwunden. Hier wird die Bestäubung von Menschen übernommen, was mit einem hohen Aufwand verbunden ist.



# Gruppenweite Mitarbeiterbefragung

*Vetropack hat vom 28. Mai bis 18. Juni 2019 erstmals eine gruppenweite Mitarbeiterumfrage durchgeführt.*



Gruppenweit haben 2590 Mitarbeitende an der Mitarbeiterumfrage teilgenommen, d.h. 76 Prozent aller Mitarbeitenden haben ihre Meinung geäußert und den elektronischen Fragebogen ausgefüllt. Für CEO Johann Reiter steht diese hohe Beteiligung für den Wunsch, die Zukunft des Unternehmens gemeinsam gestalten zu wollen.

Zwischenzeitlich wurde die Umfrage durch das unabhängige Forschungs- und Beratungsunternehmen Great Place to Work® ausgewertet und die Mitarbeitenden wurden über erste Ergebnisse informiert. Das Führungsteam von Vetropack ist daran, Vorschläge auszuarbeiten, wie und wo sich das Unternehmen verbessern kann.

## INVESTITIONEN

# Vetropack Italia: Optimierungsmassnahmen des laufenden Betriebs

*Im italienischen Boffalora sopra Ticino entsteht ein neues, modernes Glaswerk, welches das bestehende Werk in Trezzano ablösen wird. Zahlreiche Optimierungsmassnahmen im bestehenden Werk garantieren den Kunden die einwandfreie Produktion bis zur Werksschliessung.*



Parallel zum ersten Greenfield-Projekt von Vetropack wurden im bestehenden Vetropack-Werk in Trezzano sul Naviglio in den Bereichen Kapazität, Qualität und Sicherheit diverse Optimierungsmassnahmen durchgeführt. Ziel ist es, bis zur Werksschliessung die Kunden weiterhin effizient und mit bester Produktqualität beliefern zu können.

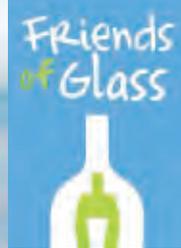
## Kapazitätsausbau und erhöhte Arbeitssicherheit

Während eines Betriebsunterbruchs im Sommer wurden zwei Produktionslinien im Kalten Ende umgebaut, und in Eigenleistung wurde eine 8-Glas-Blasstation durch eine 10-Glas-Blasstation-5.5" ersetzt. Auch an allen anderen Linien wurden wichtige Wartungsarbeiten durchgeführt, welche zu einer Qualitäts- und Leistungssteigerung beitragen.

Die erfolgreiche Reparatur der Arbeitswanne trägt dazu bei, die Produktqualität (Steine und Einschlüsse) sowie die Lebensdauer an der wichtigen Farbschmelzwanne signifikant zu verbessern. Gleichzeitig soll die Produktion mithilfe der überholten Betriebsanlagen und verbesserter Prüf- und Verpackungstechnik um über 20 Tonnen pro Tag (netto) gesteigert werden.

Sowohl im heissen Bereich als auch im kalten Bereich wurden Instandhaltungs- und Optimierungsmassnahmen durchgeführt. Dazu wurden unter anderem neben der Produktionsmaschine auch ein neuer Kühllofen und die dazugehörigen Heissendtransport-Einrichtungen installiert. An einer Linie der Farbglas- und auch der Weissglaswanne wurde jeweils die Kaltend-Transportlinie optimiert bzw. ausgetauscht und jeweils zwei neue Palettierer installiert. Dazu erfolgte die Linienanordnung nach der Standardkonfiguration von Vetropack. Somit ist Vetropack Italia in der Lage, die gesetzten Ziele in Bezug auf Produktqualität und Arbeitssicherheit sowie auch die Erhöhung der jährlichen Kapazität um zehn Prozent zu erreichen.

Der Neustart der Schmelzwanne für die Weissglasproduktion war ein entscheidender Moment. Sergio Antoci, Direktor Vetropack Italia, teilte die Begeisterung, als das Glas wieder durch die Vorherde fliessen und das Projekt erfolgreich abgeschlossen werden konnte (Foto). Er ist überzeugt, dass die gewonnenen Erkenntnisse der letzten Monate auch im neuen Werk in Boffalora sopra Ticino gewinnbringend eingesetzt werden können.



© Daniel Willinger Photographie

## BLOGGER-EVENT

# Glas mit allen Sinnen entdecken

*Im Rahmen von Friends of Glass hat Vetropack im Oktober den ersten gruppenweiten Blogger-Event durchgeführt. Die Bloggerinnen und Blogger aus den europäischen Vetropack-Ländern wurden zu einer gemeinsamen Sinnesreise durch die Welt der Glasverpackungen eingeladen.*

Die Aktionsplattform Friends of Glass wurde 2008 von der FEVE (European Container Glass Federation) ins Leben gerufen. Friends of Glass vereint eine Gemeinschaft von Menschen aus verschiedenen Ländern Europas und darüber hinaus, die überzeugt sind, dass Glas aufgrund seiner einzigartigen ökologischen und wirtschaftlichen Vorteile das ideale Verpackungsmaterial ist. Die europäischen Vetropack-Länder sind durch ihre Mitgliedschaft bei FEVE Teil der Friends-of-Glass-Familie.

In Zusammenarbeit mit Friends of Glass führte Vetropack in diesem Herbst den ersten gruppenweiten Blogger-Event durch. Gastgeber waren die Vetropack-Länder Österreich, Tschechien, Slowakei, Kroatien, Italien und die Schweiz. Eingeladen wurden Bloggerinnen und Blogger aus den Bereichen Nachhaltigkeit, Food, Familie und Wellness. Diese Sensibilisierungskampagne trägt dazu bei, dass die Blogger auf ihren Social-Media-Kanälen die Vorzüge von Glasverpackungen in die Welt hinaustragen. Diese Form von Kommunikation generiert rasch eine Reichweite, wie sie mit analogen Medien nie erreicht werden kann.

### **Sehen, hören, schmecken, riechen, fühlen**

Die Gäste entdeckten gemeinsam die grosse Vielfalt von Glas. An fünf verschiedenen Stationen, angefangen bei

der Eigenschaft «rein/natürlich» über «umweltfreundlich/wiederverwertbar» sowie «inert/gesund» bis hin zu «hochwertig/ästhetisch und «innovativ», wurden alle Facetten des faszinierenden Verpackungsmaterials Glas behandelt. Die Gäste konnten fühlen, riechen, schmecken, hören und sehen und wurden bei ihrer Sinnesreise in den Bann der verschiedensten Glaswelten gezogen.

Österreich machte den Auftakt dieser Roadshow. Die Bilder auf dieser Seite stammen von dem von Vetropack Austria organisierten Anlass. Hoch über den Dächern von Wien erhielten die Blogger Einblicke in die faszinierende Welt von Glas. Die in ganz Europa verbreiteten Posts stehen für den Erfolg des ersten gruppenweiten Blogger-Events.





## UMWELTBEWUSSTSEIN

# Die ersten Solarkraftwerke im Vetropack-Werk Straža

*Vetropack orientiert sich an den Prinzipien der Nachhaltigkeit. Neben der Herstellung von Glasverpackungen, die absolut umweltfreundlich sind, sind alle Werke bestrebt, ihre Auswirkungen auf die Umwelt so gering wie möglich zu halten. Den jüngsten Beitrag leistet Vetropack Straža mit der Inbetriebnahme von zwei Solarkraftwerken im September.*

Bei Vetropack werden seit vielen Jahren Umweltschutzmaßnahmen durchgeführt. Dazu gehören Energieeinsparungsprojekte und in jüngster Zeit auch die Nutzung erneuerbarer Energien. Die neueste Aktivität in diesem Bereich wird von Vetropack Kroatien in Hum na Sutli erbracht. Im vergangenen Jahr erhielt Vetropack Straža vom Ministerium für Umwelt und Energie einen Zuschuss zur Kofinanzierung (EU-Mittel) von Projekten im Zusammenhang mit Energieeffizienz und der Installation erneuerbarer Energiequellen.

Das interessanteste von mehreren angewandten Projekten ist der Bau von zwei Photovoltaikanlagen mit einer Gesamtleistung von 828 kW. Auf dem Dach des Fertigwarenlagers wurden 3400 Panels und 23 Wechselrichter auf einer Gesamtfläche von 5565 Quadratmeter platziert. Die Installationsarbeiten dauerten vier Monate. Die Inbetriebnahme der beiden Solarkraftwerke erfolgte am 19. September. Die erwartete jährliche Stromerzeugung beträgt 1 GWh. Der produzierte Strom wird nur innerhalb der Fabrik verwendet, um den Kompressor zur Erzeugung der Druckluft anzutreiben.

Mario Berc (stellvertretender technischer Direktor) und sein Team sind für die erfolgreiche Umsetzung dieses Projekts verantwortlich. «Die Inbetriebnahme der beiden Solarkraftwerke – erstmalig in der Geschichte von

Vetropack Straža – ist eine besondere Leistung unseres Technikteams. Denn mit diesem Projekt haben wir Neuland betreten. Ich glaube, dass dies erst der Anfang ist und dass erneuerbare Energien in naher Zukunft zu einem festen Bestandteil der gesamten Vetropack-Gruppe werden.»

Neben der Installation der Solarkraftwerke werden in Straža bis Ende Jahr sechs weitere Massnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs umgesetzt. Diese Massnahmen werden zu einer Energieeinsparung von 3,6 GWh und einer Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen um 861 Tonnen pro Jahr führen.

### Grüne Hallendächer in Pöchlarn

Auf den Dächern der Produktionshallen in Pöchlarn wurde im Sommer 2017 eine Photovoltaikanlage mit einer Fläche von insgesamt 17'500 Quadratmeter installiert. Die Anlage produziert jährlich rund 2800 MWh Strom. Dieser vollkommen CO<sub>2</sub>-neutrale Strom entspricht dem jährlichen Strombedarf von 700 Haushalten.

Vetropack Austria vermietet die Dachflächen an die Firma HHB Energie GmbH, welche Dachflächen von österreichischen Unternehmen mietet. Auf den normalerweise brachliegenden Dächern betreibt die HHB Energie GmbH die selbst entwickelten Photovoltaik-Aufdachanlagen.



#### SONDERAUSGABE

## Kreative Etikettengestaltung

Zum 60-jährigen Bestehen des international bekannten Gewürzpulvers Vegeta hat der kroatische Konzern Podravka unter dem Namen «Vegeta – 100 Prozent original, 100 Prozent mein!» ein Preisausschreiben lanciert. Die Konsumenten wurden dazu eingeladen, mittels einer App Vorschläge zur Gestaltung des Jubiläumsetiketts zu machen. Über 32'000 Ideen wurden eingereicht.



«... leider keine Zeit mehr. Aber wenn immer ich die Gelegenheit habe, greife ich gern zu Vegeta, denn das ist der sichere Weg zurück zum Geschmack meiner Kindheit.»

In einem Preisausschreiben zum 60. Geburtstag des Gewürzklassikers wurden die Kundinnen und Kunden aufgerufen, ihre Vorschläge zur Gestaltung eines Jubiläumsetiketts einzureichen. Für Krunoslav Bešvir, Direktor des kulinarischen Business-Programms von Podravka, ist der 60. Geburtstag eine ideale Gelegenheit für eine kleine Auffrischung des Auftritts. «Denn genauso wie Vegeta die Kreativität in der Küche fördert, war es unser Wunsch, dass Kunden ihre eigene Kreativität beim Entwerfen des Etiketts ins Spiel bringen.»

Der Rücklauf war überwältigend: 32'000

Ideen wurden eingereicht. Die Einsendungen kamen aus dem In- und Ausland – sogar aus den Vereinigten Staaten und Australien waren Vorschläge dabei.

In Split wurden die 60 Gewinnerinnen und Gewinner ermittelt. Ihre Gestaltungsvorschläge für die Sleeve-Etiketten wurden digital gedruckt. Ab Oktober 2019 sind die Gläser zum Firmenjubiläum in den Supermärkten in Kroatien, Serbien, Bosnien-Herzegowina, Nord-Mazedonien und Montenegro erhältlich.

Die Markteinführung von Vegeta erfolgte 1959. Das gelbliche Gewürzpulver ist eine salzbasierte Mischung, welche mit verschiedenen Gewürzsarten angereichert wird. Abgefüllt wird der Geschmacksverstärker in weiße 475-ml-Gläser, die im Vetropack-Werk Straža produziert werden. Vegeta wird heute in über 60 Ländern als Gewürz für Speisen wie Fleisch, Suppen und Saucen verkauft. Bei vielen Kroaten weckt Vegeta Kindheitserinnerungen – so auch beim bekannten Sänger und Songwriter Petar Grašo: «Aufgrund zahlreicher Verpflichtungen habe ich zum Kochen



## MESSEN

# Grosses Interesse an Glasverpackungen

*Im Sommerhalbjahr präsentierte Vetropack Gostomel ihr vielfältiges Produktsortiment von Glasbehältern an nationalen und internationalen Fachmessen. Der Trend, Lebensmittel und Getränke vermehrt in Glas zu verpacken, zeigte sich im grossen Interesse der Standbesucher.*

Im Juni fanden in der Ukraine zwei grosse Veranstaltungen der Getränkeindustrie statt: Kiew Wein 2019 und das 7. Internationale Forum der Brauer und Gastronomen in Lemberg. Vetropack Gostomel war an beiden Messen vertreten und warb für die Vorzüge von Glasverpackungen.

Anfang Juni wurde in Kiew das in der Ukraine und in Osteuropa viel beachtete Wein- und Gastronomiefestival Kiew Wein 2019 ausgetragen. Während den beiden Messetagen erhielten die 10'000 Gäste Einblick in rund 500 Sorten Wein aus aller Welt.

## Kiew Wein 2019



Vetropack Gostomel nahm ihre ökologische Verantwortung wahr. In Zusammenarbeit mit Zero Waste Alliance Ukraine wurden alle an der Messe gebrauchten leeren Glasflaschen eingesammelt und im Vetropack-Werk recycelt.

## 7. Internationales Brauerei-Forum

Ebenfalls im Juni fand in Lemberg, Ukraine, das 7. Internationale Forum der Brauer und Gastronomen statt. Vetropack Gostomel war als einziger Glasbehälterhersteller an der Messe vertreten.

In der Ukraine haben das Brauwesen und Craft-Biere im Speziellen grosses Potenzial. Das Verkaufsteam von



Vetropack Gostomel präsentierte dem interessierten Publikum das breite Sortiment an hochwertigen Glasflaschen für ihre erstklassigen Biere und konnte wertvolle direkte Kontakte zu den lokalen Handwerkerbrauereien knüpfen. Dank der weiter wachsenden Absätze im Craft-Bier-Markt wird Vetropack ihre führende Position bei Glasverpackungen in diesem Segment beibehalten können.

## Riga Food 2019



Die grösste Messe der baltischen Lebensmittelindustrie fand Anfang September in der lettischen Hauptstadt Riga statt. Vetropack Gostomel, die insbesondere für die Länder des Ostseeraums zuständig ist, nahm zum fünften Mal an der Messe teil. Riga Food ist seit über zwei Jahrzehnten Anziehungspunkt für die wichtigsten Branchenvertreter in der Lebensmittelindustrie und präsentiert alljährlich die neusten Entwicklungen und Innovationen der Branche. In diesem Jahr gaben sich 720 Unternehmen aus 35 Ländern

ein Stelldichein. Vetropack Gostomel war als einziger Glasbehälterhersteller mit einem Stand vertreten und zog nicht nur die Aufmerksamkeit der lokalen Getränke- und Lebensmittelindustrie auf sich, sondern war auch bei den Besuchern aus den GUS-Staaten sehr beliebt.

«Riga Food ist eine grosse und qualitativ hochwertige Veranstaltung für diese Region, die Besucher mit Unternehmen und Marken bekannt macht, denen Verbraucher wirklich vertrauen können. Darüber hinaus ist die Messe eine gute Gelegenheit, unsere bestehenden Kunden und Partner persönlich zu treffen», fasst Viktor Zavadskyy, Export Sales Manager von Vetropack Gostomel, zusammen.

### VORSCHAU

## Besuchen Sie unsere Messestände

Im November ist die Vetropack-Gruppe sowohl an der Fachmesse BrauBeviale in Nürnberg wie auch an der SIMEI in Mailand mit einem grossen Messestand vertreten. Besuchen Sie uns, wir zeigen Ihnen gerne unser breites Produktsortiment.

## BrauBeviale2019

### BrauBeviale 2019: 12. bis 14. November

Die internationale Getränkefachwelt trifft sich vom 12. bis 14. November 2019 wieder in Nürnberg. Die BrauBeviale zählt zu den europäischen Leitmessens rund um die Themen Produktion und Vermarktung von Bier und alkoholfreien Getränken. Mit über 40'000 Fachbesuchern war die BrauBeviale im vergangenen Jahr die international wichtigste Investitionsgütermesse entlang der Prozesskette der Getränkeherstellung.

Überzeugen Sie sich selbst vom vielfältigen Verpackungssortiment und besuchen Sie uns in der **Halle 4A am Stand 319**.



### SIMEI 2019: 19. bis 22. November

Die Weintechnologiemesse SIMEI findet vom 19. bis 22. November 2019 auf dem Messegelände Mailand in Rho statt. In diesem Jahr erneuert sich die Messe grundlegend, damit sie zu einer globalen und umfassenden Messe in den Bereichen Technologie, Produkte und Zubehör für den Weinsektor wird. Die Öffnung für weinähnliche Warengruppen wie Öl, Bier und Spirituosen stellt eine Wende in der langjährigen SIMEI-Tradition dar.

Die Vetropack-Gruppe präsentiert an ihrem **Stand D11E12 in der Halle 15** die Vielfalt von Glasflaschen für Weine: von verschiedenen Standardmodellen bis hin zu einzigartigen Kundenmodellen der einzelnen Tochtergesellschaften.

**FARBENFROH**

## Durstlöscher aus Heilwasser

*Heilwasser aus dem Thalheimer Schlossbrunnen wird nicht nur pur getrunken, sondern ist auch Bestandteil beim Bierbrauen und bei der Produktion von Limonaden. Vetropack Austria stellt für die Thalheimer Heilwasser GmbH Glasflaschen in Weiss, Grün und Braun her.*

Einen optimalen Lichtschutz für das Thalheimer Bier bietet die 0,33-Liter-Braunglasflasche. Die Rückseite des Flaschenhalses ziert ein Glasrelief in Form des Firmenlogos. Neben dem optischen Aspekt dient dieses gleichzeitig der Flaschenausrichtung beim Abfüllen und Etikettieren. Die Etiketten auf der Vorder- und Rückseite sowie im Halsbereich sind vorrangig in Grün – der Landesfarbe der Steiermark – gehalten.

Ebenfalls mit dem hochmineralisierten Heilwasser veredelt sind die verschiedenen Geschmacksrichtungen der Thalheimer Limonaden. Vetropack Austria stellt die Glasflaschen 0,33 Liter in Weiss, Grün und Braun her. Die Flaschenform zeichnet sich durch einen langen Körperbereich und markante Schultern aus. Für das seit den Kelten genutzte Heilwasser selbst wird die gleiche Weissglasflasche wie für die Limonaden genutzt. Allerdings mit der Besonderheit, dass neben der Inhaltsgrösse 0,33 Liter auch eine 0,75 Liter Flasche zur Verfügung gestellt wird.

**GLITZERND**

## Edle Diamanten

*Die bekannte ukrainische Spirituosenmarke Khortytsa hat den Auftritt ihres Premium-Wodkas veredelt. Jetzt zieren Diamanten die 700-ml-Glasflaschen, welche im Vetropack-Werk Gostomel produziert werden.*

Das Design des qualitativ hochwertigen Wodkas der Marke Khortytsa wurde überarbeitet. Diesem Kundenwunsch konnte mit der Überarbeitung der ursprünglichen Flaschenform entsprochen werden. Die elegante Form der Weissglasflasche wurde beibehalten. Neu fällt die rautenförmige Gravur auf diese angedeutete Darstellung von Diamanten erstreckt sich über den gesamten Flaschenkörper. Die Veredelung findet ihre Fortsetzung im goldfarbenen Logo und im Schriftzug. Der ebenfalls goldfarbene Schraubverschluss rundet das Bild ab.

Die Rezeptur und das technologische Know-how machen diesen Wodka einzigartig. Die Beliebtheit dieser Spirituose gründet auf dem weizenbasierten Alkohol («wheat tear») und der Verwendung von reinem Wasser. Der Wodka überzeugt durch seine Frische, ist kristallklar und schmeckt gleichzeitig weich.

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



**EXZELLENT****Starker Charakter**

*Die Azienda Agricola Quintarelli zählt zu den besten Weinbetrieben Italiens. Der Amarone wird in die 1500-ml-Flasche Bordolese Golia abgefüllt, welche im Vetropack-Werk Trezzano sul Naviglio produziert wird.*

Die Cuvée-Flasche mit einem Gewicht von 1,3 Kilogramm hat einen langen Körper, der mit festen Schultern in einem ebenso festen Hals gipfelt, welcher mit einem Korkabschluss endet. Trotz der einfachen Form vermittelt die Flasche einen starken Charakter und Eleganz zugleich. Das handgeschriebene Etikett betont die Einzigartigkeit des Produkts zusätzlich.

Giuseppe Quintarelli war ein grosser Weinexperte auf dem Gebiet des Amarone und ist über seinen Tod hinaus inspirierend für andere Weinproduzenten. Die Weine erhalten keinerlei Zusätze und werden nicht filtriert, damit ihr spezieller Charakter bewahrt wird. Handarbeit und Detailtreue garantieren die höchste Qualität des traditionsreichen Weins.

**VIELFÄLTIG****Einfache Schönheit**

*Vetropack Kyjov produziert die neue 0,33-Liter-Softdrinkflaschen für die bekannten Bohemsca-Limonaden. Die schlichte Form ist ein Ausdruck der natürlich gewonnenen Inhaltsstoffe.*

Die Weissglasflasche fällt durch ihre klare und einfache Form auf. Der Scherbenanteil in der Produktion beträgt 50 Prozent, dadurch wird deutlich weniger CO<sub>2</sub> freigesetzt. Dieser ökologische Aspekt passt gut zu den Bohemsca-Produkten, welche ausschliesslich aus natürlichen und lokal gewonnenen Inhaltsstoffen bestehen. Die verwendeten Rohprodukte finden sich auch auf den Etiketten wieder. Der praktische Schraubverschluss macht das erfrischende Getränk zu einem Begleiter im Alltag und in der Freizeit.

Sowohl das Cola wie auch die Limonade und das Tonicwasser sind frei von Zusatzstoffen, Konservierungsmitteln sowie künstlichen Farbstoffen. Die Getränke eignen sich für Veganer, aber auch für Menschen mit einer Glutenunverträglichkeit und können von Erwachsenen und Kindern genossen werden. Sie sind Ausdruck für das moderne Leben mit einem Hauch von Nostalgie.



## KÖNIGLICH

### Erfrischender Wacholder

Das in der Ukraine sehr beliebte Getränk King's Bridge™ wechselt seine Kleider. Das alkoholarme Mischgetränk auf Ginbasis ist ab diesem Jahr auch in einer 0,33-ml-Weissglasflasche erhältlich, welche im Vetropack-Werk in Gostomel gefertigt wird.

Im laufenden Jahr hat der ukrainische Hersteller King's Bridge™ seine Produktlinie überprüft und einige Anpassungen durchgeführt. Das Mischgetränk auf Ginbasis war bis anhin nur in Dosen erhältlich. Mit dem Vetropack-Werk Gostomel wurde eine Vereinbarung über die Produktion von 0,33-ml-Weissglasflaschen getroffen. Die elegante Langhalsflasche passt gut zum urbanen Lebensgefühl. Die Leichtigkeit wird durch das durchsichtige Etikett zusätzlich betont, ein Twist-off-Drehkronkorken bildet den Abschluss.

Die drei verschiedenen Geschmacksrichtungen werden mit dem speziell für diese Marke hergestellten King's Bridge Gin ergänzt. Den Konsumenten präsentiert sich ein alkoholarmes, kohlen säurehaltiges Getränk mit einem unvergleichlichen und erfrischenden Geschmack und dem für Gin typischen ausgeprägten Wacholderaroma.

## INTENSIV

### Ausdruck des Genusses

Für den Familienbetrieb Recchia produziert Vetropack Italia eine neue 0,75-Liter-Flasche in Cuvée. Das Design dieser Flasche wurde von Vetropack Italia in Zusammenarbeit mit Recchia und Euroglass entwickelt. Die edle Flasche ist eine passende Verpackung für den gehaltvollen Rotwein aus dem Herzen des Gebiets Valpolicella Classico.

Die Cuvée-Farbe, die Korkveredelung und der lange Hals, der sich mit geschwungenen Linien auf den Schultern und hin zum Körper öffnet, verleihen der 0,75-Liter-Flasche einen edlen Look. Gravuren bereichern die elegante Form: Auf dem Mund und am Boden der Flasche ist der Name Recchia erkennbar und auf der Schulter befindet sich das Firmenlogo.

Nur wenige Kilometer von Verona entfernt produziert die Familie Recchia seit über hundert Jahren ihre Weine. Auf den 90 Hektaren werden Valpolicella Classico, Valpolicella Superiore, Valpolicella Ripasso Amarone und Recioto della Valpolicella produziert. In diesem Jahr gewann das Weingut Recchia den ersten Preis bei der 67. Ausgabe des Recioto Palio, dies als Anerkennung für seine Arbeit.



Auf einen Blick: die neuesten Produkte



## STARK

# Umfassender Erfrischungskurs

*Badel 1862 aus Zagreb ist der grösste und älteste Produzent von Wein und Spirituosen in Kroatien. Vor Kurzem hat er zwei seiner Brands gründlich aufgefrischt – Vigor Vodka und Sax Gin. Die neuen Flaschen dazu produziert Vetropack Straža.*

Vigor Vodka und Sax Gin wurden einem gründlichen Facelifting unterzogen. So wurde die Zusammensetzung der Inhaltsstoffe modifiziert. Um die Bedürfnisse des Markts richtig zu erfassen, wurden professionelle Barkeeper und Mixologen konsultiert. Parallel dazu wurden die Flaschen neu gestaltet und an die globalen Trends angepasst.

Das Design der Flaschen ist ein richtiger Eyecatcher, von der Form über den Verschluss bis hin zum Etikett. Sowohl die Vodka- als auch die Ginflaschen werden in Weiss und in zwei Grössen produziert: 700 und 1000 ml. Die Ginflasche fällt durch ihre quadratische und massige Form auf. Die Spezialisten des Vetropack-Werks Straža haben viel Zeit in die Konstruktionsarbeiten und Tests investiert. Für die transparenten Etiketten (der sogenannte No-Label-Look) muss die Glasfläche perfekt sein.

Die neuen Produkte sind das Ergebnis sorgfältig durchdachter Optimierungsmassnahmen, um dem Markt attraktive und moderne Produkte von höchster Qualität anzubieten. Vigor Vodka ist seit mehr als 28 Jahren die erste Wahl der Konsumenten in Kroatien. Bei ihrer Produktion, Destillation und Eisfiltration wendet Badel 1862 international anerkannte Standards an. Neben dem original Vigor Vodka sind zwei neue Geschmacksrichtungen auf den Markt gekommen: Vigor Citrus und Vigor Wild Berry, zwei fruchtige Wodkavarianten ohne Zuckerzusatz, die dem Wunsch nach natürlichen Lebensmitteln entsprechen.



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



**KLANGVOLL**

## Auf gute Nachbarschaft

*Seit über 100 Jahren gehört Vetropack zu Bülach. Es stand deshalb ausser Frage, die Patenschaft für den neuen Konzertsaal der Musikschule Zürcher Unterland zu übernehmen. Im September wurde die Vetropack Hall mit einem Flaschenkonzert der Band GlasBlasSing eröffnet.*

In unmittelbarer Nachbarschaft zum Vetropack-Standort in Bülach entstand auf dem Gebiet der ehemaligen Giesserei unter dem Namen «Im Guss» ein neuer Stadtteil. Im September sind die ersten Mieter eingezogen. Die Räumlichkeiten der Musikschule Zürcher Unterland sind Teil der neuen Überbauung. Nebst den Unterrichtsräumen bietet ein Konzertsaal für rund 200 musikbegeisterte Zuhörer Platz. Die neue Vetropack Hall ist ein Zeichen für die Verbundenheit von Vetropack zu Bülach und zu ihren neuen Nachbarn.

### Feierliche Eröffnung

Seit über 100 Jahren gehört Vetropack zu Bülach. Viele Mitarbeitende wohnen in Bülach oder haben sogar ihre Ausbildung bei Vetropack gemacht. Vetropack fühlt sich nicht nur als Teil von Bülach, sondern auch als Nachbar. Es gab deshalb nicht viel zu überlegen, als der Verwaltungsrat der Musikschule anfragte, ob Vetropack die Patenschaft

für den neuen Konzertsaal übernehmen würde. Die neue Vetropack Hall macht die gute Nachbarschaft sichtbar und spürbar. Sichtbar im Namen und spürbar durch die Musik.

Am zweitletzten Septemberwochenende öffnete die Musikschule ihre Türen und lud die interessierte Bevölkerung ein, die neuen Räumlichkeiten zu erkunden und gemeinsam zu feiern. Am Abend wurde die Vetropack Hall im Beisein von Claude R. Cornaz, Verwaltungsratspräsident, und Johann Reiter, CEO, feierlich eröffnet. Johann Reiter übergab dem Schulleiter Urban Frey eine gläserne Stimmgabel als Symbol für die unzähligen erfolgreichen Konzerte und Veranstaltungen, die in den kommenden Jahren im neuen Konzertsaal stattfinden werden. «Ich freue mich schon jetzt darauf, dass wir hier in Zukunft ein breites Musik-Repertoire geniessen können. Die Vetropack Hall der Musikschule Zürcher Unterland möge der Lehrerschaft, den musizierenden Schülerinnen und Schülern, den lokalen Musikanten und grossen Künstlern ebenso ein Zuhause geben wie den Zuhörerinnen und Zuhörern von nah und fern», hielt Johann Reiter in seiner Rede abschliessend fest.

Nach dem gemeinsamen Durchschneiden des Bands begeisterte die deutsche Musikgruppe GlasBlasSing mit ihrer Flaschenmusik die Zuhörer in dem bis auf den letzten Platz besetzten Saal.





## UNESCO WELTKULTURERBE

# Prosecco-Hügel ausgezeichnet

*Die Herkunftsregion des italienischen Schaumweins Prosecco in Italien gehört nun auch zum Weltkulturerbe der UNESCO.*

Die Landschaft in der Region Venetien ist geprägt von Hügeln, Wäldern, kleinen Dörfern und Ackerland. Seit Jahrhunderten wird dieses zerklüftete Gelände von Menschen geformt und angepasst. Die sogenannten Ciglioni bestehen aus Weinreihen, die parallel und senkrecht zu den Hängen verlaufen. Diese Schachbrettlandschaft ist charakteristisch für die Prosecco-Hügel.

Die UNESCO verleiht den Titel Weltkulturerbe an Stätten, die aufgrund ihrer Einzigartigkeit und Authentizität weltbedeutend sind. Italien hat die sogenannten Prosecco-Hügel für den Titel bei der UNESCO eingereicht. Das Komitee prüfte diesen Antrag und nahm in seiner Sitzung im Sommer die Hügel von Conegliano und Valdobbiadene, an denen die Trauben zur Herstellung des berühmten Prosecco angebaut werden, in die Liste des besonders wertvollen und erhaltenswerten Erbes der Welt auf. Ein zehnjähriger Prozess kam somit zu einem erfolgreichen Abschluss.

### Italien führt Liste an

Mit dieser Auszeichnung kann Italien nun 55 Eintragungen in der Weltkulturliste aufweisen – so viele wie kein anderes Land der Welt. Darunter befinden sich auch drei andere Gebiete, die nachhaltig vom Weinbau geprägt wurden: die Hügel von Langhe-Roero und Monferrato im Piemont oder das Orciatal in der Toskana sowie der Weinbau auf der Insel Pantelleria.





**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,  
Nordmazedonien, 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