

VETRO TIME

MARKT
Weithalsgläser

KUNDEN
Neuer
online-Katalog

KUNST
Glaskugeln – rollende
Faszination



03 MARKT	Attraktiv verpackt
06 KUNDEN	Übersichtlich, einfach im Handling und modern
09 JUBILÄUM	Erfolge im grossen Stil gefeiert
11 NEUE DESIGNS	Hochwertige Köstlichkeiten
16 AUSZEICHNUNG	Erfolgreiche Partnerschaft
18 KUNST	Glaskugeln – eine runde Sache



Liebe Leserinnen, liebe Leser

«Der Ball ist rund», lautet ein bekanntes Zitat aus der Welt des Fussballs. Gemeint ist damit, dass man immer neugierig und gespannt bleiben sollte, bis zum Schlusspfiff. Wie wahr und stimmig – auch was Glas betrifft. Denn Glas ist eine runde Sache, sogar im wortwörtlichen Sinn und allgegenwärtig in unserem Alltag. Sie glauben das nicht? Der Artikel auf Seite 18 bis 19 wird auch Sie überzeugen. Vom Spiel über die Medizin bis zum Strassenverkehr, überall kommen Glaskugeln zum Einsatz. Und was den Schlusspfiff betrifft, Glasverpackungen sind aktueller denn je: vielfältig und bunt, nachhaltig und gesund.

Eine runde Sache, die sich zu entdecken lohnt, ist auch unser neuer online-Katalog. Die gesamte Fülle unseres Standardsortiments ist dort auf Knopfdruck zu finden, sortiert nach Einsatzgebiet, Inhaltsmenge, Farbe oder Verschlussart, um nur einige Beispiele möglicher Filtersetzungen zu nennen. Mehr Informationen zum online-Katalog erhalten Sie auf Seite 6 oder durchs aktive Ausprobieren. Der online-Katalog ist auf dem Internet abrufbar unter: www.vetropack.com. Neun Sprachen (CZ, DE, EN, FR, HR, IT, RU, SK, UA) stehen zur Auswahl.

Apropos Standardsortiment, das eine oder andere Weithalsglas, das wir in dieser Ausgabe gleich nach dem Editorial vorstellen, ist ebenfalls im online-Katalog zu finden. Andere hingegen sind sogenannte «Kundenmodelle». Dabei handelt es sich um individuelle, einzigartige Glasverpackungen, die in enger Zusammenarbeit mit einem Kunden entwickelt werden und nur für ihn bestimmt sind. Doch unabhängig von der Form, Glaskonserven setzen Ihren Inhalt immer in Szene und lassen ihn im Rampenlicht der Supermarktregeale noch verlockender erscheinen.

Besonders erwähnenswert ist auch die Auszeichnung, die unsere österreichische Tochtergesellschaft von einem ihrer Kunden erhalten hat. Der Lebensmittelhersteller Spitz hat Vetropack Austria den «Premium Supplier Award – Getränke» verliehen (Seite 16 und 17). Es ist eine Wertschätzung für die Arbeit im Bereich Corporate Social Responsibility. In diesem Zusammenhang möchte ich Sie gerne noch auf unseren Nachhaltigkeitsbericht hinweisen. Es ist der dritte seiner Art und entspricht wiederum den GRI-G4-Richtlinien (Global Reporting Initiative). Alle unsere Nachhaltigkeitsberichte stehen auf unserer Website (www.vetropack.com) in den Sprachen Deutsch und Englisch zum Download zur Verfügung. Mit anderen Worten, wenn Sie sich den neuen online-Katalog ansehen, werfen Sie auch einen Blick auf unsere Website oder umgekehrt und bleiben Sie neugierig!

Herzlichst


Claude R. Cornaz



WEITHALSGLÄSER

Attraktiv verpackt

Eingelegtes Gemüse, fruchtige Marmeladen, Fisch oder Fleisch – die Auswahl an eingelegten Lebensmitteln in den Supermärkten ist riesig. Sich von der Masse abzuheben, braucht ausgeklügelte Ideen. Die Weithalsgläser von Vetropack verleihen jedem Produkt einen unverkennbaren Auftritt.

In den Supermarktregalen lachen sie einem richtig an – die Weithalsgläser, gefüllt mit Köstlichkeiten für jeden Geschmack. Ob süß, mild, bitter, scharf, salzig, sauer oder kühl, Konsumenten finden ihre favorisierte Geschmacksrichtung gut verpackt im attraktiven Glas.

Einzigartig und unverwechselbar

Optimal zur Geltung kommt der Inhalt in Gläsern im strahlend transparenten Weissglas oder dezent-frischem Primeur. Zum Vetropack-Sortiment gehören sowohl Standardmodelle als auch individuelle Glasverpackungen von





kleinen Größen bis hin zu solchen mit einem Volumen von über drei Liter. Konservengläser werden hauptsächlich mit der klassischen Papier-Etikette, dem «No Label Look» mit klarer, moderner Erscheinungsform oder dem Sleeve, einem Folienschlauch für den starken Design-Auftritt, veredelt. Egal für welche Veredelungsform sich der Kunde entscheidet, gutes Design verleiht jedem Produkt eine klare Identität und positioniert es strategisch richtig im Markt. Denn die Auswahl in den Supermärkten ist riesig. Optisch aus der Masse herauszustechen, soll gut geplant sein. Durch seine Form, Farbe und die unterschiedlichen Veredelungen macht Glas ein Produkt einzigartig und unverwechselbar.

Eleganter Deep Twist-Off

Beinahe alle Konservengläser sind mit einem Twist-Off-Verschluss versehen. Das sorgt für das vertraute Plopp-Geräusch beim Öffnen des Glases. Immer beliebter werden auch die sogenannten Deep Twist-Off-Verschlüsse. Sie verleihen dem Weithalsglas einen Hauch mehr Eleganz als die herkömmlichen Twist-Off-Deckel. Vetropack Austria hat kürzlich für die österreichische Firma Müller Glas eine Serie von Konservengläsern mit diesem neuen Verschlusssystem realisiert.

Formen von Weithalsgläsern

Weithalsgläser werden anhand des Press-Blas-Verfahrens hergestellt. Dies ist eines der gebräuchlichsten Verfahren der industriellen Hohlglasproduktion. Der Glastropfen gelangt von oben in die Form, in die von unten der Pressstempel eingebracht wird. Ist der Tropfen in die Vorform gefallen, wird die Form von oben mit dem Vorformboden





geschlossen. Nun bewegt sich der Pressstempel nach oben und formt so das Kübel (vorgeformtes Werkstück) und die Mündung. Der Stempel wird nun wieder aus dem Kübel herausgezogen und dieses an die Fertigform übergeben. Im Gegensatz zum Blas-Blas-Verfahren wird bei der Produktion von Weithalsgläser die Mündung zuletzt ausgeformt.

Leichtere Glasverpackungen

Gefüllte Weithalsgläser haben je nach Größe ein stattliches Gewicht. Damit das Nachhause-Tragen der Köstlichkeiten den Konsumenten leichter fällt, hat Vetropack in ihrem abwechslungsreichen Produktesortiment auch Konservengläser aus Leichtglas. Sie sind genauso stabil wie ihre schwereren Vorgänger. Ebenfalls erleichtert das geringere Gewicht den Transport zum Kunden. Ermöglicht hat dies der technologische Wechsel vom traditionellen Press-Blas-Verfahren zum Enghals-Press-Blas-Verfahren. Um dem Glasbehälter eine möglichst gleichmässige und gleichzeitig dünnere Wandstärke zu verleihen, wird noch in der Vorform ein Stempel in die flüssige Glasmasse gepresst.

Eine leichtere Verpackung stellt nicht nur Anforderungen an das Herstellungsverfahren, sondern auch an die vorangehende Konzeptphase. Im Vorfeld berechnen Glasspezialisten anhand der Finite-Elemente-Methode an welchen Stellen der Behälter besonderen Belastungen ausgesetzt sein wird. Dabei zerlegen sie den gesamten Glaskörper in einzelne Elemente. Oft muss man die Behältergeometrie nur geringfügig anpassen, um die Belastungen auszuschalten. Leichtglas lässt sich ohne Qualitätsabstriche problemlos abfüllen und lagern. Von der Verringerung des Gewichts profitiert auch die Umwelt: weniger Rohstoffe, niedrigerer Energie- und Materialverbrauch, geringere Transportkosten, weniger CO₂-Emissionen.

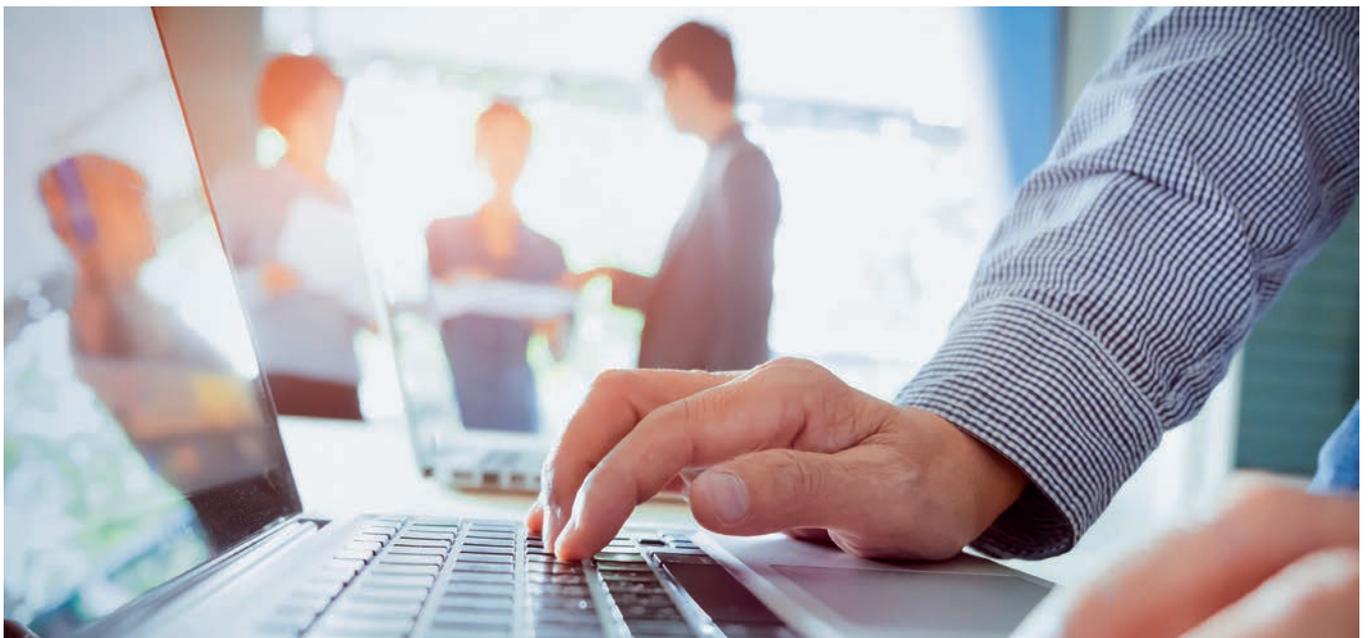




NEUER ONLINE-KATALOG

Übersichtlich, einfach im Handling und modern

Vetropack hat den online-Katalog überarbeitet. Glasverpackungen für Getränke und Nahrungsmittel haben nun einen neuen Auftritt. Gezielt kann unter anderem nach Artikelgruppen, Formen, Farben, Mündungen, Verschlussarten und Inhaltmengen gesucht sowie Detailinformationen für jedes Produkt aufgerufen werden.



Sie suchen für ein neues Getränk, das Sie auf den Markt bringen wollen, die richtige Glasverpackung? Oder sind Sie an Alternativen für die bisher von Ihnen eingesetzten Flaschen interessiert? Oder wollen Sie wissen, wie die Weithalsgläser aussehen, die Vetropack im Sortiment hat? Kein Problem, im neuen online-Katalog suchen Sie nicht lange, Sie finden. Und zwar ganz gezielt, wenn Sie die gewünschten Kriterien eingeben und die Filter entsprechend setzen. Wenn Sie an mehr als nur einer Glasverpackung interessiert sind, speichern Sie die einzelnen Produkte in einer Liste. Dann können Sie diese ganz einfach miteinander vergleichen. Insgesamt sind im online-Katalog über 900 Artikel zu

finden, rechnet man die Verpackungsvarianten dazu, sind es über 1200 Artikel.

Der moderne, ästhetisch ansprechende Katalog steht nicht nur auf dem PC oder Laptop zur Verfügung, sondern Dank des responsiven Webdesigns auch unterwegs auf dem Smartphone und Tablet.

B2B-Markt als Zielpublikum

Im online-Katalog werden die Glasverpackungen für Getränke und Lebensmittel präsentiert. Er richtet sich insbesondere an Kunden aus dem B2B-Markt und beinhaltet sieben

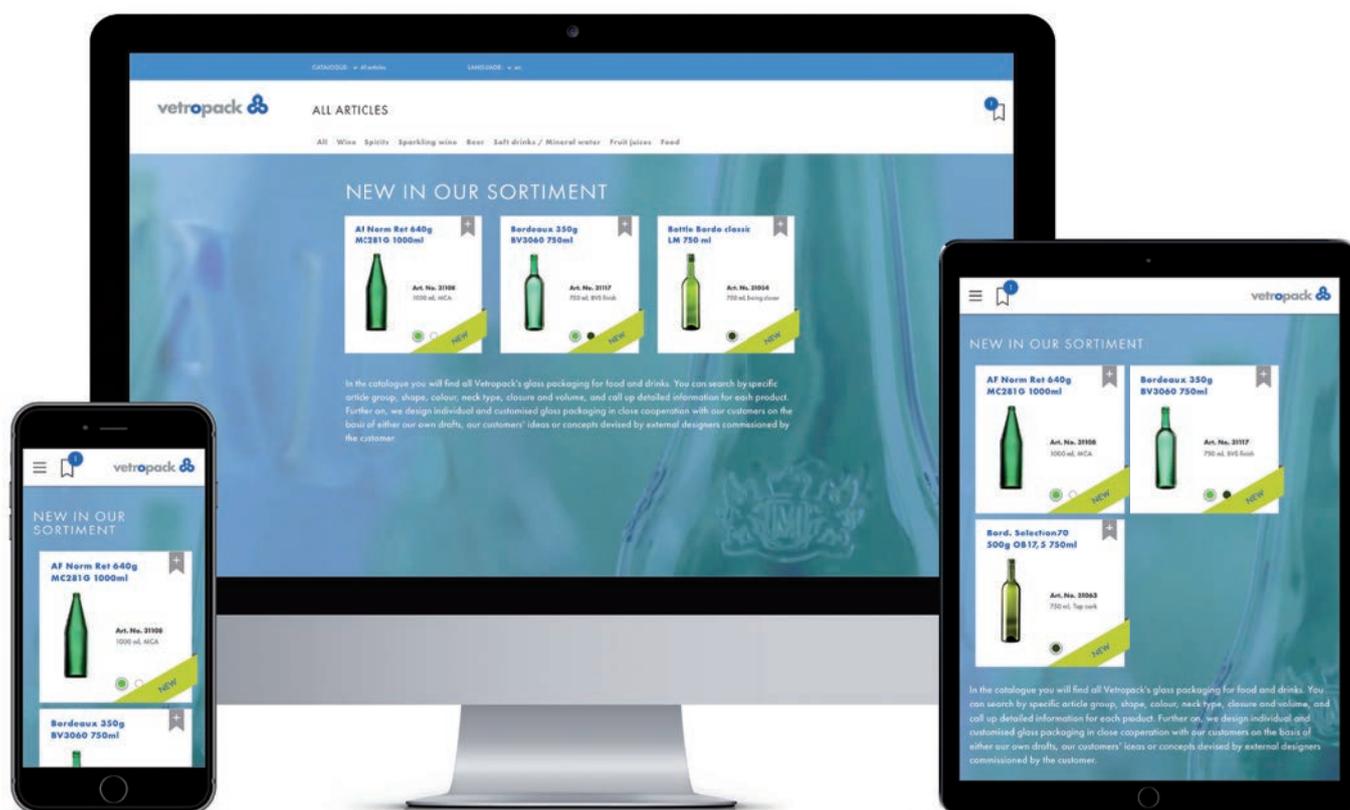


länderspezifische Kataloge für die Schweiz, Österreich, Tschechien, die Slowakei, Kroatien, Ukraine und Italien sowie einen Gesamtkatalog. Alle Kataloge sind in Englisch, Deutsch, Französisch, Italienisch, Tschechisch, Kroatisch, Slowakisch, Ukrainisch und Russisch verfügbar.

Vetropack bietet noch mehr

Neben den im online-Katalog angebotenen Glasverpackungen für die Getränke- und Lebensmittelindustrie produziert Vetropack auch individuelle und kundenspezifische Glasgebilde in unterschiedlichen Farben, die entweder auf eigenen Entwürfen, auf den Ideen der Kunden oder auf den Ideen von externen Designern basieren.

Die breite Produktpalette wird zudem ergänzt von einem umfangreichen Servicepaket, das weit über die Herstellung von Verpackungsglas hinausreicht. Langjähriges Know-how und fundierte Erfahrung im Bereich Design bilden das Fundament der umfassenden Beratung bei Vetropack. Hochwertige Produktion, termingerechte Versorgung und Support im Bereich Verpackungsanalyse sind für das Unternehmen ebenso selbstverständlich wie das Beraten in allen Fragen rund um Abfüll-, Konditionierungs- und Verschlusstechnik oder Glasveredelung und Etikettierung. Selbst die Berechnung von Ökobilanzen gehört dazu.



GLAS VEREDELT

Bourgogne Bonvillars-Weinflasche

Perfekte Glasverpackungen schützen und unterstreichen die Hochwertigkeit edler Tropfen. Das wissen auch die Kellermeister der Weine der Cave des Viticulteurs de Bonvillars. Deshalb haben sie im Schweizer Vetropack-Werk eine neue Cuvée-Glasflasche in Auftrag gegeben.

Die Weine der Cave des Viticulteurs de Bonvillars haben passend zum Frühlingsanfang ein neues Kleid erhalten. Vetropack Schweiz produziert die 0,75-Liter-Weinflasche in Cuvée. Im Schulterbereich auf der Vorderseite ziert die Gravur mit den Buchstaben CVB und Trauben die Flasche.

Kleid für den grossen Auftritt

Präsentiert wurde die Weinflasche im Rahmen der Festlichkeiten «Fashion week de Bonvillars», die im März stattfanden. Diverse Aussteller zeigten, dass man Mode gut mit Wein kombinieren kann und Wein erst mit der passenden Flasche und dekorativen Etiketten korrekt «angezogen» ist. Diese erstklassigen Glasverpackungen produziert Vetropack im Herzen der Westschweiz.

Die Besucher des Vetropack-Stands konnten in Bonvillars nicht nur das fertige Produkt, sondern auch dessen Entstehung betrachten. Die Herstellung von Glasverpackungen ist eine faszinierende und vielfältige Welt, wie die Produktionsbilder zeigten. Die Hitze der glühenden Glasbehälter konnte man förmlich spüren. Auf der Oberfläche eines kleinen Korpus war die technische Artikelzeichnung der Weinflasche projiziert und daneben dessen Vorform.

Weinkeller Bonvillars

Die Cave des Viticulteurs de Bonvillars ist eine Winzergenossenschaft mit 50 aktiven Mitgliedern. Zwischen dem Neuenburgersee im Kanton Waadt und dem Fusse des Jura-Gebirges wachsen die auserlesenen Trauben auf 450 bis 500 Meter über Meer. Die durch den See tagsüber gespeicherte



Wärme vermischt sich mit den nächtlichen kalten Windströmen aus dem Juragebirge und sorgt so für eine optimale Reifung der Trauben. Der grösste Teil der Rebsorten macht die Chasselas-Traube aus, gefolgt von Pinot noir, Gamay, Garanoir, Gamaret und weiteren roten und weissen Sorten.

Bonvillars stellt ihre Weine anhand der Mikrosauerstoffanreicherung her. Diese Technik ermöglicht die Verbesserung des Gleichgewichts des Weins und seines Charakters. Auch zu einem ausgewogenen Sauerstoffgehalt trägt der Ausbau in Eichenfässern bei.

FEIERLICHKEITEN

Erfolge im grossen Stil gefeiert

Am 2. November 2016 feierte Vetropack Austria gleich drei wichtige Ereignisse: 30 Jahre Zugehörigkeit zur Vetropack-Gruppe, die offizielle Einweihung des gruppenweiten Ausbildungszentrums und die Fertigstellung der Wannenreparatur.



Vor 30 Jahren begann die Vetropack-Gruppe ihren Expansionskurs nach Osteuropa. Der Grundstein wurde mit dem Kauf des Glaswerks Pöchlarn in Niederösterreich gelegt. Und damit auch die Erfolgsstory von Vetropack in Österreich. «Wir sind stolz auf 30 Jahre dynamische Entwicklung, Innovationsfreude und hohe Produktivität im Vetropack-Werk in Pöchlarn, was nicht zuletzt auf das enorme Engagement

der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zurückzuführen ist», sagte Johann Reiter, Geschäftsleiter Vetropack Austria, an der Jubiläumsfeier im vergangenen November.

Vetropack Austria empfing die Gäste im gruppenweiten Ausbildungszentrum (wir berichteten in der Vetrotime 3/2016 darüber), welches im vergangenen Jahr gebaut wurde.



v.l.n.r.: Mag. Johannes Schedlbauer, MAS (Wirtschaftskammer Niederösterreich, Sparten Geschäftsführer Sparte Industrie), Franz Eckl (Wirtschaftskammer Niederösterreich, Bezirksstellenobmann Melk), Ing. Johann Reiter (Geschäftsführer VPA), DI Claude R. Cornaz (CEO), KommR Sonja Zwagl (Präsidentin Wirtschaftskammer Niederösterreich) und Karl Moser (Abgeordneter zum NÖ Landtag)

Neben einer Vielzahl an Kunden und Partnern kamen auch Persönlichkeiten aus Politik und Wirtschaft. Anwesend waren unter anderem KommR Sonja Zwagl, Präsidentin der Wirtschaftskammer Niederösterreich und Karl Moser, Landtagsabgeordneter Niederösterreich. Durch den Anlass führte die österreichische Moderatorin und Schauspielerin Silvia Schneider.

Einweihung der neuen Schmelzwanne

Im Anschluss an die Festreden hatten die Gäste die einmalige Gelegenheit, die neue Weissglaswanne von Innen zu besichtigen. Für die Reparaturarbeiten war eine 400 Tonnen schwere Stahlkonstruktion nötig. Insgesamt wurden 2500 Tonnen feuerfestes Material für die neue, energieeffizientere sowie modernere Schmelzwanne verarbeitet. Die neue modernere Wanne generiert weniger Schadstoffe wie ihre Vorgängerin. Im gleichen Zeitraum wurden zwei neue Produktionsmaschinen installiert. «Investitionen in die Modernisierung unserer Produktionsanlagen sind gerade im heutigen wirtschaftlichen Umfeld unumgänglich. Denn sie sichern langfristig den Erfolg und die Konkurrenzfähigkeit», sagte Claude R. Cornaz, CEO Vetropack Holding.

Fröhlich gefeiert und viel gelernt

Nach dem Werkrundgang begab sich die Festgesellschaft ins Schloss Persenbeug, welches auf einem hohen Felsen über der Donau thront. Als Gastreferent trat Frank Rehme, Geschäftsführer von gmvteam, auf. Er sprach zum Thema «Die Glasverpackung im Shopperkontext – das Gehirn

kauft! Wie das Unterbewusste Entscheidungsprozesse beim Einkaufen beeinflusst.» Verbraucher zu begeistern gelingt nur, indem man Kontexte schafft, dem Konsumenten also Produkte bietet, die genau in sein Umfeld und in sein Leben passen. Diese Entscheidungen trifft der Konsument oft unterbewusst. Produkte und deren Verpackungen müssen daher starke Signale setzen und damit das Unterbewusste aktivieren. «Glas als Verpackung ist prädestiniert, das Produktversprechen zu erfüllen. Die Transparenz des Materials, die Multisensorik und Hochwertigkeit spielen hier ebenso eine wichtige Rolle wie die Sicherheit in Bezug auf die Gesundheit des Konsumenten», sagte Frank Rehme.

Eine besondere Überraschung hatte Sonja Zwagl dabei. Sie überreichte Claude R. Cornaz eine Ehrenmedaille der Wirtschaftskammer Niederösterreich sowie eine Urkunde mit Dank und Anerkennung für 30 Jahre Vetropack in Pöchlarn.

MODERNISIERUNG

Schmelzwanne in der Ukraine revidiert

Wannenreparaturen sind für alle Vetropack-Gesellschaften von grosser Bedeutung, denn die Wanne ist sozusagen das Herzstück der Produktion. In der Ukraine wurde Ende letzten Jahres die turnusmässige Revision der Braunglaswanne abgeschlossen.

Im September 2016 begann nach rund zwölfjähriger ununterbrochener Betriebszeit die Kaltreparatur der Braunglaswanne im ukrainischen Vetropack-Werk. Kaltreparatur bedeutet, dass die Glasschmelze zuerst kontrolliert ausfliessen und die Wanne danach abkühlen muss, bevor die Sanierungsarbeiten beginnen können.



Um es gleich vorweg zu nehmen: Alle geplanten Arbeiten konnten erfolgreich durchgeführt werden. Unter anderen wurden Mängel am Wannenboden, am Schmelzofen und am Gewölbe behoben und teilweise komplett neue Seitenwände eingesetzt. Die Glasblasmaschinen am Heissen Ende wurden revidiert, die feuerfesten Baustoffe auf den heutigen Stand der Technik gebracht und der Feeder erneuert. Das Ziel jeder Kaltreparatur ist es, dass die Wanne anschliessend wieder um die zehn Jahre ununterbrochen im Einsatz sein kann. Bevor die Glasbehälter verpackt und versandt werden, durchlaufen sie im Werk Gostomel jetzt im modernisierten Kontroll- und Verpackungsbereich die Qualitätsprüfung.

«Bis zu 230 Tonnen weisse oder farbige Glasschmelze können nun täglich verarbeitet werden», freut sich Nikolay Marchenko, Technischer Direktor Vetropack Gostomel.



NATÜRLICH

Ein Feld voller Blumen

Vetropack Gostomel stellt die neue 0,4-Liter-Flasche für das VODA UA-Mineralwasser her. Auf dem weissen Glas ranken eingravierte Mohnblumen empör. Der Mohn ist die Nationalblume der Ukraine.

Aus den Quellen der Zentral-Ukraine (die Region wird auch als «kleine Karpaten» bezeichnet) stammt das VODA UA-Mineralwasser und enthält wertvolle Mineralien und Spurenelemente. Es ist mit und ohne Kohlensäure erhältlich. Die 0,4-Liter-Flasche mit einem silbernen Schraubverschluss produziert das ukrainische Vetropack-Werk in Gostomel.

Die Nationalblume der Ukraine – der Mohn – ziert als Gravur die weissen Glasflaschen. Es scheint, als wachse sie aus dem Flaschenboden heraus und unterstreicht das Natürliche des Mineralwassers. Ein Blick auf die Flasche genügt und man fühlt sich, als stünde man in einem Feld voller roter Mohnblumen.

WEISSWEIN

Alte Traubensorte im neuen Kleid

Nahe der slowenischen Grenze liegt das italienische Weinbaugebiet Friuli Colli Orientali. Der Weisswein «Ribolla Gialla» wird aus einer alten Rebsorte gekellert und in Glasflaschen des italienischen Vetropack-Werks in Trezzano abgefüllt.

Hochwertigkeit, Eleganz und klare Linien – dies zeichnet die Cuvée-Weinflasche für den «Ribolla Gialla»-Wein von Tenimenti Civa aus. Oberhalb der weissen Papieretikette ist in die 0,75-Liter-Flasche von Vetropack Italia ein grosses «R» eingraviert. Das Gebinde wurde ursprünglich für Schaumweine produziert. Es werden aber auch Rot- und Weissweine darin präsentiert.

Bis vor kurzem war die Civa-Gruppe vor allem für den Vertrieb von Weinen bekannt. Diese jahrelange Erfahrung fliesst nun in die Produktion des ersten eigenen Weins mit ein. «Ribolla Gialla» ist ein leichter und trockener Weisswein aus der gleichnamigen, alten Rebsorte mit einem geringen Anteil an Chardonnay-Trauben. Das blumig-fruchtige Aroma ist der ideale Begleiter für kalte Vorspeisen, Suppen oder Fischgerichte.



PURE NATUR

Fruchtige Frische in Grün

Die Juicy-Fruchtsäfte des kroatischen Getränkeherstellers Stanić Beverages d.o.o. bestehen aus rein natürlichen Zutaten. Vetropack Straža produziert für die erfrischenden Getränke die Grünglasflaschen in einer Grösse von 0,2 Liter.

Nimmt man einen Schluck des Juicy-Fruchtsafts, fühlt es sich an als beisse man in einen saftigen Apfel, als hätte man eine frisch geschälte Orange oder eine soeben aufgeschnittene Ananas vor sich. Denn die Getränke garantieren 100-prozentigen Fruchtgeschmack. Dies liegt daran, dass sie aus hochwertigen, natürlichen Zutaten sowie einem hohen Fruchtanteil bestehen – ohne Zuckerzusatz oder weitere Zusatzstoffe.

Die Grünglasflaschen mit Drehverschluss produziert das kroatische Vetropack-Werk in Hum na Sutli. Passend zur Flaschenfarbe ist auch der Deckel in einem dunklen Grün gehalten. Schlichtheit und Eleganz zeichnen die Flaschen aus. Eine durchsichtige Etikette ziert den schlanken Flaschenkörper und gewährt Einblick auf den erfrischenden Inhalt. Wie bereits die Vorgänger-Version werden die 0,2-Liter-Flaschen im Gastgewerbe eingesetzt. Erhältlich sind die Fruchtsäfte in Kroatien und Bosnien-Herzegowina.





MINERALIENREICH

Durstlöscher aus der Tiefe

Geschützt vor jeglichen Schadstoffen fliesst das MAYA-Mineralwasser durch die Gesteinsschichten des Mavrovo-Nationalparks in Mazedonien. Erhältlich ist es in weissen Glasflaschen des kroatischen Vetropack-Werks.

In der Nähe der mazedonischen Stadt Debar befindet sich die Ortschaft Gari, wo das MAYA-Mineralwasser des Produzenten ML-Gari abgefüllt wird. Vetropack Straža stellt für diesen natürlichen Durstlöscher die weissen Glasflaschen her. Sie sind mit blau-silbernem Drehverschluss versehen und in zwei Grössen erhältlich: 0,25- und 0,75-Liter. Das Flaschendesign mit klaren Linien und der diskreten Etikette unterstreicht die Reinheit und Natürlichkeit des kostbaren Inhalts. Oberhalb des Buchstabens «Y» ist der Weg des Wassers von der MAYA-Quelle durch alle Gesteinsschichten skizziert.

Das Wasser, welches in den Tiefen des Mavrovo-Nationalparks entspringt, zeichnet sich durch eine perfekte Balance von Mineralien und reinstem natürlichen Quellwasser aus. Ein solch kostbares Getränk braucht eine kostbare Verpackung. Glas eignet sich dafür hervorragend.

LIMONADE

Starke Erfrischung

Vetropack Gostomel fertigt die 0,44-Liter-Flaschen für «Seth & Riley's Garage». Der Hard Drink von Carlsberg Ukraine ist in den Supermarktregalen ein optischer Hingucker und dort bereits nicht mehr wegzudenken.

«Seth & Riley's Garage» ist ein erfrischendes alkoholisches Getränk, welches von den typischen Limonadenrezepten aus Südamerika inspiriert wurde. Da die Temperaturen in dieser Region das ganze Jahr über sommerlich warm sind, sind Limonaden mit Eis – auch leicht alkoholhaltig – eine willkommene Erfrischung. Die sogenannten Hard Drinks sprechen Konsumenten an, die gerne Neues probieren und offen für Experimente sind.

Die weissen Glasflaschen des ukrainischen Vetropack-Werks treten in schlichtem Design ins Rampenlicht. Im Schulter- und Halsbereich jedoch stehen die auffallenden Gravuren «Garage» und «Seth & Riley's» hervor. Der Pull-off-Verschluss sorgt für schnelles und einfaches Öffnen, ohne dass man einen Flaschenöffner braucht. Einfach die am Verschluss befestigte Lasche nach oben ziehen und schon steht dem Genuss des erfrischenden Getränks nichts mehr im Weg.





SÜDBÖHMISCHE SAUERMILCH

Sauer macht glücklich

Ob zum Frühstück, zwischendurch oder am Abend – die Sauermilch von AGRO-LA spol. s.r.o. erfrischt den Gaumen zu jeder Tageszeit. Die Weissglasflaschen produziert das tschechische Vetropack-Werk in Kyjov.

Sauermilch gehört zu den ältesten Milchprodukten überhaupt. In der Regel ist sie etwas dickflüssiger als normale Milch. Diese Konsistenz erhält sie während des Säuerungsprozesses, bei welchem Milchsäurebakterien einen Teil des Milchzuckers zu Milchsäure abbauen.

Die Sauermilch in 0,33-Liter-Flaschen von Vetropack Moravia Glass wird aus hochwertiger Milch hergestellt und hat einen

angenehmen säuerlichen Geschmack. Die Verpackung aus weissem Glas ist schlicht, hat im Schulterbereich eine Taille und verjüngt sich dann in Richtung Flaschenöffnung. Ein weißer Schraubdeckel mit einem breit lachenden Smiley rundet den Glasbehälter ab. Die im Getränk enthaltenen Milchsäurebakterien unterstützen die natürliche Darmflora, regulieren die Verdauung und stärken zudem das Immunsystem. Genießen können Konsumenten die Sauermilch des Herstellers AGRO-LA spol. s.r.o. in den Geschmacksrichtungen schwarze Johannisbeere, Aprikose, Erdbeere oder nature.



ANTIPASTI

Bereit zum Geniessen

Für den kleinen Hunger zwischendurch oder als Apéro für Gäste – bei diesem Antipasto mit Gemüse und Thon muss niemand lange warten. Einfach das Glas öffnen und schon kann man den Inhalt genießen. Das weisse Konservenglas stellt Vetropack Italia her.

Dieses Antipasto mit Thon in Tomatensauce ist das Aushängeschild der italienischen Firma F. Illi Polli Spa und wird nach einem traditionellen piemontesischen Rezept hergestellt. Der Inhalt besteht aus erlesenen Zutaten: Gurken, Artischocken, Paprika, Karotten, Oliven, Schalotten, Blumenkohl, Pilze und Kapern sind gemischt mit Thon in einer delikaten Tomatensauce.

Das Weithalsglas mit einem Twist-Off-Verschluss fertigt das italienische Vetropack-Werk in Trezzano. Passend zur roten Etikette, die dezent auf dem Glas klebt, hat die Vorspeise einen roten Deckel. Im schlichten Glas kann man 0,212 Liter Inhalt abfüllen.

KRÄFTIG UND ZART

Kaffeelikör vom Feinsten

Kräftiger Kaffeegeschmack mit einer zarten Vanillenote und süßem Schokoladengeschmack – all dies ist in Tia Maria vereint. Die Glasflaschen in Cuvée für den Kaffeelikör von ILLVA SARONNO fertigt das italienische Vetropack-Werk in Trezzano.

Seine Wurzeln hat der Kaffeelikör Tia Maria in Jamaica, wo er seit über 300 Jahren nach einem Geheimrezept hergestellt wird. ILLVA SARONNO vertreibt ihn in über 60 Ländern. Die süße Spirituose vereint 100 Prozent Arabica-Kaffee mit Vanille und jamaikanischem Rum. Ob pur oder gemischt – Tia Maria verleiht jedem Getränk einen intensiven Kaffeegeschmack mit leichter Schokoladen- und Pfeiftabaknote, sanftem Aroma von karamellisiertem Rohrzucker sowie einer zarten Vanille-Note.

Kraftvoll und gleichzeitig grazil wirkt auch das neue Design der Cuvée-Flasche. Der Schraubverschluss mündet in den langen Flaschenhals, dann formen abgerundete Schultern die Silhouette, die sich zum Fussbereich verjüngt. Vetropack Italia stellt die Flaschen für den Kaffeelikör her. Liebhaber des Getränks haben die Wahl zwischen sieben verschiedenen Flaschengrößen: 0,35, 0,375, 0,7, 0,75, 1, 1,4 oder 1,5 Liter stehen im Angebot.

**ÜBERRASCHEND**

Lebensfreude und Glücksmomente

Für die hochwertigen, veganen Säfte der Marke Pago stellt das österreichische Vetropack-Werk in Pöchlarn eine 0,3-Liter-Flasche in Weissglas her.

Pago gehört zur Firma Eckes-Granini, welche in Europa für ihre fruchthaltigen Getränke bekannt ist. Das neue Produkt «Pago Passion» ist in zwei Sorten erhältlich. Der Geschmack von fein-säuerlichem Rhabarber kombiniert mit süßen Birnen oder das edle Aroma der Muskateller-Traube erwecken Glücksgefühle und Lebensfreude.

Die eigens für die beiden Getränke, die weder künstliche Farb- noch Konservierungsstoffe enthalten, konzipierte Flasche produziert Vetropack Austria. Geradlinig in der Form und doch raffiniert zugleich mit facettenreicher Gravur im Schulterbereich unterstreicht die Flasche den köstlichen Inhalt. Die weiße Glasflasche mit silbernem Drehverschluss und die durchsichtige Etikette setzen das erfrischende Getränk gekonnt in Szene.



LIEFERANTEN-AWARD

Erfolgreiche Partnerschaft

Vetropack Austria erhielt vom österreichischen Lebensmittelhersteller Spitz in der Kategorie «Getränke» den Premium Supplier Award. Spitz schätzt an Vetropack die gute Qualität der Produkte, das Preis-Leistungsverhältnis sowie Liefertreue und -sicherheit.



v.l.n.r.: Christian Eckel (Kundenbetreuer Vetropack Austria), Herbert Kühberger (Direktor Marketing & Verkauf Vetropack Austria), Harald Doppler (Division Manager Getränke Spitz GmbH)

Der oberösterreichische Lebensmittelhersteller Spitz verlieh anfangs 2017 die Premium Supplier Awards in den Kategorien «Süss- & Backwaren», «Getränke», «Süss und Sauer» sowie «Logistik». Vetropack Austria erhielt in der Kategorie «Getränke» die Auszeichnung. Ausschlaggebend war die Arbeit im Bereich von Corporate Social Responsibility (CSR). Dieses Themenfeld deckt verantwortliches unternehmerisches Handeln in der eigentlichen Geschäftstätigkeit, ökologisch relevante Aspekte sowie den Austausch mit Mitarbeitenden und relevanten Stakeholdern ab. Vetropack übernimmt seit jeher Verantwortung für die Kunden, die Qualität der Produkte und die Umwelt und macht dies unter anderem auch im Unternehmensfilm «Wir übernehmen Verantwortung»* deutlich.

Wertvolles Altglas

Aufgrund der geografischen Nähe der österreichischen Vetropack-Werke zur Firma Spitz in Attnang-Puchheim werden

Transportwege verkürzt und somit auch CO₂-Emissionen eingespart. Auch wird in der Produktion von Behälterglas der Energieverbrauch durch den Einsatz von Altglas deutlich reduziert. Je grösser der Scherbenanteil in der Produktion, desto höher die Energieeffizienz: Für das Schmelzen von Altglas sind weniger hohe Temperaturen notwendig als bei der Produktion von Glas aus Primärrohstoffen. Pro 10 Prozent eingesetztem Altglas können 3 Prozent Energie und 7 Prozent CO₂-Emissionen eingespart werden.

Vetropack ist es sehr wichtig, den geschlossenen Materialkreislauf der Produkte aufrecht zu erhalten. Mit der laufenden Optimierung der Altglasaufbereitungsanlagen leistet das Unternehmen einen wertvollen Beitrag zum Umweltschutz, zur Ressourcenschonung sowie zur Verringerung von CO₂-Emissionen. Die an Spitz gelieferten Produkte enthalten rund 60 Prozent recyceltes Glas.

Leichte Gewichtseinsparung

Vetropack Austria produziert für Spitz auch Leichtglasflaschen. Die Festigkeit und Stabilität von Leichtglasbehältern steht jener der schwereren Modellen in nichts nach. Innovative Computer-Technologien und ausgefeilte Produktionsverfahren (Enghals-Press-Blas-Verfahren) sorgen für deutliche

Gewichtsreduktionen von bis zu 20 Prozent. Der Verbraucher profitiert von den Vorteilen dieser innovativen Verpackung. Und nicht zuletzt bedeuten Gewichtseinsparungen auch Ressourcenschonung.

*Der Film ist abrufbar unter: www.vetropack.com

BRAUBEVIALE

Kunstvoll gebraut – kunstvoll verpackt

Im vergangenen November präsentierte sich die Vetropack-Gruppe in bewährter Weise auf der BrauBeviale in Nürnberg, Deutschland. Den Schwerpunkt bildete das wachsende Flaschensortiment für Bierspezialitäten. Aber auch Glasverpackungen aus den Bereichen Fruchtsaft, Mineralwasser und Softdrinks weckten das Interesse der Besucher.

38'000 Besucher konnte die BrauBeviale im November 2016 verzeichnen. Darunter waren Fachleute aus Brauereien und Mälzereien, aus Betrieben, die alkoholfreie Getränke herstellen, Spezialisten aus Molkereien, Winzer sowie Zulieferer der Brau- und Getränkewirtschaft. Die Gäste erwarteten innovative Technologien sowie neue Marketingideen und wurden nicht enttäuscht. «Kreative Getränkekultur» war das Trendthema auf den Messeständen und im Rahmenprogramm.

Unter dem Motto «Kunstvoll gebraut – kunstvoll verpackt» zeigte die Vetropack-Gruppe ihr ausgewogenes und attraktives Sortiment an Flaschen für Bierspezialitäten. Diese verleihen den kreativen Gerstensäften die gewünschte individuelle Note. Von den Schaumweinflaschen, in welchen immer mehr auch Biere abgefüllt sind, über Flaschen mit Bügelverschluss bis hin zu Inhaltsgrößen, die grossen Genuss für den kleinen Durst versprechen: Alle Glasbehälter sind völlig geschmacksneutral und bieten hervorragenden Schutz für die trendigen Getränke mit eigenem Charakter.



Der Vetropack-Stand war sehr gut besucht: So viele Interessenten wie noch nie nutzten die Gelegenheit zum Informationsaustausch und liessen sich in Gesprächen mit dem Vetropack-Messteam inspirieren.



ROLLENDE FASZINATION

Glaskugeln – eine runde Sache

Glasmurmeln sind ein begehrtes Spiel- und Sammelobjekt, an dem sich Jung und Alt erfreuen. In der Industrie hingegen sind Glaskugeln hochspezialisierte Präzisionsprodukte.

Murmeln aus Glas sind eine relativ junge Erfindung und – wenn man es genau nimmt – sogar ein Zufallsprodukt. Vor Mitte des 19. Jahrhunderts wurden die runden Spielkugeln aus Halbedelsteinen, Marmor und anderen Steinen oder aus Ton und Porzellan geformt.

Vom Glasauge zur Murmel

1984 entwickelte der Thüringer Glasmacher Simon Karl Greiner in Lauscha, Deutschland, ein Gerät, mit dem weiche Glasstäbe in Kugeln gepresst werden konnten. Greiners Plan war es, die Produktion der Glasaugen zu verbilligen. Das Vorhaben gelang und als Nebenprodukt entstand die Glasmurmel, die schon bald ihren Siegeszug durch die ganze Welt antrat. Hauptabnehmer der farbigen, hand-

gearbeiteten Glaskugeln waren übrigens die Vereinigten Staaten.

Vom Handwerk zur Massenproduktion

Der erste Weltkrieg brachte die Thüringer Glaskugel-Produktion fast zum Erliegen und amerikanische Hersteller übernahmen dank maschineller Produktion die Marktführung. Anfang der 50er-Jahre des letzten Jahrhunderts eroberten die japanischen Cat's-eyes-Murmeln die Herzen. Doch bereits 20 Jahre später dominierten China und Mexiko den Murmelmarkt. Einige Firmen sollen heute über 12 Millionen Murmeln pro Tag herstellen. Trotz dieser Massenproduktion ist die manuelle Herstellung nicht ganz verschwunden.

Spiel und Spass

Murmelspielen lässt sich überall, drinnen und draussen. Man braucht nur eine kleine ebene Fläche und eine kleine





Vertiefung. In der Schweiz wird schon mal ein Dolendeckel zweckentfremdet, denn die mittlere Vertiefung eignet sich hervorragend als Zielloch. Profis begnügen sich nicht mit improvisierten Spielfeldern; sie treten zu Weltmeisterschaften an und treffen sich beispielsweise im Tinsley Green (Mannschaften) oder in Prag (Einzelspieler).

Technische Glaskugeln

Glaskugeln für den technischen Einsatz sind im Vergleich zu Murmeln wesentlich schlichter was die Farbgebung betrifft, aber viel hochwertiger hinsichtlich Güte und Glasart. Ihr Einsatzgebiet ist jedoch ebenso vielfältig wie herausfordernd.

Im pharmazeutischen Bereich ist höchste Präzision und Reinheit gefragt. Glas punktet, weil es inert ist und keine Verbindung mit anderen Materialien eingeht sowie säure- und laugenresistent ist. In Kugelform dient es unter anderem zum Aufrühren von Pharmazeutika, zum Beispiel in Insulinkarpulen. Hochspezialisierte Produkte sind auch die Glaskugeln,

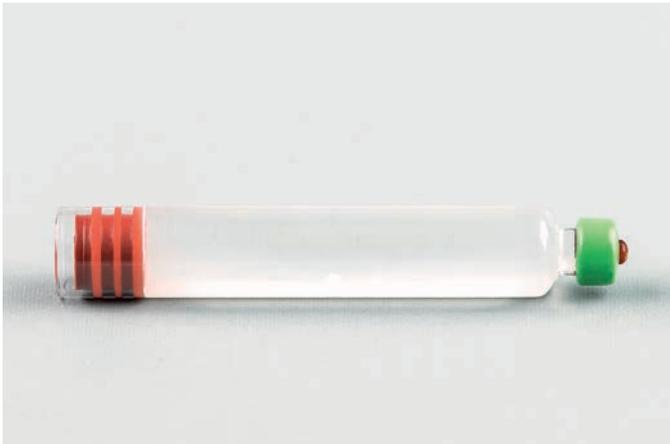


welche als Ventile in der chemischen Industrie oder in Dispensern der Kosmetikindustrie zum Einsatz kommen. Selbst die Ventilkugeln in den Tintenpatronen, die in Füllfederhalter eingesetzt werden, sind aus Glas.

Glaskugeln für Strassensicherheit

Weil Glaskugeln das Scheinwerferlicht eines Fahrzeugs reflektieren, können sie Automobilisten auf Gefahren aufmerksam machen und die Verkehrssicherheit erhöhen. Deshalb werden Glaskugeln gezielt als Reflektoren in Strassenmarkierungsnägeln eingesetzt, die Baustellen- oder Fahrbahnveränderungen kennzeichnen.

Winzig kleine Glaskugeln bzw. Glasperlen in Lackfarben oder auf Folien sorgen zudem dafür, dass Markierungen oder Hindernisse auch in der Dunkelheit sofort sichtbar werden, wenn Licht darauf fällt.





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 +380 044 392 41 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