

# VETRO TIME

**VETROPACK ITALIA**  
Neue Tochter-  
gesellschaft

**MARKT**  
Süßgetränke

**KUNST**  
Exotische Glaswelt



<b>03   EXPANSION</b>	Vetropack in Italien
<b>05   MARKT</b>	Süsse Getränke
<b>10   NEUE DESIGNS</b>	Erfrischender Auftritt
<b>16   FESTLICHKEITEN</b>	Technik-Projekte in Kroatien
<b>18   KUNST</b>	Filigrane Glasobjekte

### **Liebe Leserinnen, liebe Leser**

Wie ein unsichtbares Band zieht sich durch diese Ausgabe der Vetrotime eine Frage, auf die direkt oder indirekt auch Antwort gegeben wird. Sie wollen wissen, welche Frage ich meine? Gut. Blättern Sie zurück zum Titelbild. Wenn das Mädchen nicht in einem unbeobachteten Moment den «Marmeladenfinger» abschlecken würde... Was hätte sie davon?

In allem, was wir absichtlich tun, steckt eine Erwartung oder Überzeugung. Wäre dem nicht so, was hätten wir davon? Vetropack hat sich entschlossen, ein Glaswerk in Norditalien zu kaufen. Ende Juli wurde dieser Kauf rechtskräftig und wir besitzen nun unsere siebte Tochtergesellschaft. Den Schritt haben wir gemacht, weil das Werk in Trezzano sul Naviglio unsere Gruppe perfekt ergänzt, unser Sortiment bereichert wird und wir nun noch näher bei unserem Kundenkreis in Italien sind. Auf der gegenüberliegenden Seite erfahren Sie mehr über unsere neue Tochter Vetropack Italia, die in den nächsten Monaten Schritt für Schritt in die Vetropack-Gruppe hineinwachsen wird.

2015 haben wir unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht publiziert und auch darüber bereits kurz informiert. Doch was hätten wir von all der Arbeit und dem Aufwand, die mit der Publikation verbunden waren, wenn Sie, unsere Kunden, Lieferanten, Investoren, nicht auch an unserer Weiterentwicklung auf diesem Gebiet interessiert wären? So wie beispielsweise die beiden Asset Manager auf Seite 4 dieser Ausgabe.

Was hätte das ukrainische Vetropack-Werk davon, wenn es Ihnen nicht mitteilen dürfte, dass es in diesem Jahr gleich mit zwei Verpackungs-Stars (Seite 9) ausgezeichnet wurde? Doppelsiege müssen gefeiert werden. Ebenso wie der erfolgreiche Abschluss von aufwendigen technischen Projekten (Seiten 16-17). Deshalb hat das Werk in Kroatien auch zu einem Tag der offenen Tür eingeladen. Denn was hätte man davon, allein zu feiern? Nur geteilte Freude vermehrt sich. Das gilt auch für Begeisterung – zum Beispiel für die Glaskunst der Glasbläserfamilie Blaschka (Seiten 18-19) oder die vielen neuen Flaschen und Gläser, die wir speziell für Kunden entwickeln durften und deren Bilder und Beschreibungen ebenfalls in dieser Vetrotime zu finden sind.

Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Lesen und Entdecken – was hätten Sie sonst davon?

Herzlichst

  
Claude R. Cornaz



## VIVA ITALIA

# Vetropack Italia – die neue Tochtergesellschaft der Vetropack-Gruppe

*Am Freitag, 5. Juni 2015, unterschrieb Vetropack den Kaufvertrag für das Glaswerk in Trezzano sul Naviglio, in der Nähe von Mailand. Die definitive Eigentumsübertragung erfolgte nur wenige Wochen später am 23. Juli. Das ehemals zur Bormioli-Rocco-Gruppe gehörende Werk wurde in Vetropack Italia umbenannt.*

Das neue Vetropack-Glaswerk in Trezzano, Vetropack Italia, befindet sich rund 10 km westlich vom Mailänder Stadtzentrum. Es produziert mit 258 Mitarbeitenden (Stand Januar 2015) jährlich rund 140'000 Tonnen Verpackungsglas, das mehrheitlich auf dem italienischen Markt abgesetzt wird.

Der Verpackungsglasspezialist produziert Flaschen und Weithalsgläser für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Einige der edelsten italienischen Weine und Spirituosen sind in seine Flaschen abgefüllt, ebenso wie ein nicht nur bei Kindern äusserst beliebter Brotaufstrich oder exklusive Öle und delikate Essige.

### Eine perfekte Ergänzung

Die Akquisition des Glaswerks in Trezzano sul Naviglio stärkt die Stellung von Vetropack auf dem italienischen Inlandmarkt. Bereits im Geschäftsjahr 2014 exportierte die Gruppe über 20 Prozent ihrer Glasverpackungen an Kunden in Italien. Dank der neuen Tochtergesellschaft Vetropack Italia kann Vetropack ihren Marktanteil signifikant erhöhen und ihre Position als leistungsfähige und europaweit tätige Lieferantin für Verpackungsglas in all ihren Märkten weiter ausbauen. Zudem wird die Produktpalette noch vielfältiger und erhält zusätzliche Eleganz und einen Touch Italianità.

«Ein eigenes Werk in einem Land, in dem wir seit Jahrzehnten ein gefragter Partner der Lebensmittel- und Getränkeindustrie sind, ist eine ideale Ergänzung für unsere Gruppe», ist sich Claude R. Cornaz sicher. «Wir haben jetzt die Möglichkeit, uns in einer Region weiter zu entwickeln, die uns bestens vertraut ist. Davon werden unsere bisherigen Kunden ebenso profitieren, wie diejenigen, die wir dank unserem neuen Werk in Trezzano sul Naviglio zu unserem Kundenkreis zählen dürfen oder jene, die es noch zu gewinnen gilt.»



## FONDSMANAGER

# Gute Noten für nachhaltige Unternehmensführung

*Eine vertrauensvolle Beziehung: Seit 2008 investiert die Genfer Kantonalbank in Vetropack. Stabilität, solide Bilanzen, das schlüssige Geschäftsmodell und eine auf Langfristigkeit angelegte Unternehmensstrategie überzeugen die Fondsmanager der Bank. Und daher bleiben sie Vetropack auch weiterhin treu.*

Das Thema «Nachhaltigkeit» ist für die Asset-Manager der Genfer Kantonalbank Annick Baud-Woodtli und Laurent Brossy ein wichtiges Thema. Die Nachfrage nach nachhaltigen Investments steigt, zudem spielen nichtfinanzielle Kennzahlen für den Marktwert eine immer grössere Rolle. Dass die Vetropack-Gruppe sich entschlossen hat, nach den internationalen Standards der Global Reporting Initiative (GRI) über ihre nachhaltigen Aktivitäten zu berichten, ist für die Bank daher sehr erfreulich: «Wir schätzen es, wenn Firmen sich auch um Risiken kümmern, die in der Führung des Unternehmens, im sozialen oder im Umweltbereich bestehen», erklärt Brossy. Auch die Unternehmensethikpolitik (Business Ethics Policy), die Vetropack sich selbst gegeben hat, betrachten die Fondsmanager als Plus des internationalen Spezialisten für Glasverpackungen.

Insbesondere die Tatsache, dass Vetropack ein Familienunternehmen in vierter Generation ohne Nettoschulden ist, im Zweifel also aus einer Position der Stärke handeln kann, schlägt bei den Investoren positiv zu Buche. Vetropack habe sich in einem schwierigen Markt im europäischen Spitzenfeld positioniert. Im Fonds für S&M Caps der Genfer Bank (Unternehmen mit kleiner und mittlerer Marktkapitalisierung) schneidet Vetropack auch wegen des Themas «Glas» gut ab. Denn Glas lässt sich praktisch unendlich oft und ohne

Qualitätseinbussen rezyklieren, ist ein umweltfreundliches Verpackungsmaterial aus reichlich vorhandenen Rohstoffen und hat viele Vorteile im Vergleich zu PET: Glas ist geschmacksneutral, undurchlässig und geht so gut wie keine Wechselwirkungen mit dem Inhalt ein.

Am Ende fliessen sehr viele Kriterien im Rahmen der Analyse der Genfer Kantonalbank in eine globale Bewertung ein. Vetropack erzielt gute Noten.

2012, bei der Verleihung des Ernst & Young Awards «Entrepreneur Of The Year» in der Kategorie «Family Business» an Vetropack-CEO Claude R. Cornaz, wurde Vetropack sogar als «herausragendes» Investment für Anleger und Analysten gewürdigt.

Auch die Kommunikation zwischen Genf und Bülach, wo die Vetropack Holding ihren operativen Sitz hat, funktioniert. «Wir legen grossen Wert auf einen direkten Kontakt, das Management ist für uns immer erreichbar», sagt Annick Baud-Woodtli. Grundsätzlich wünscht man sich bei der Kantonalbank allerdings, dass Vetropack noch stärker als bisher die Leistungen im Bereich nachhaltige Entwicklung nach aussen kommuniziere. Denn das sei gut für die Reputation und helfe den Anlegern bei ihrer Entscheidung.



**Annick Baud-Woodtli**  
Stellvertretende Leiterin Asset Management,  
Kantonalbank Genf



**Laurent Brossy**  
Prokurist, Vermögensverwalter, Sustainability  
Analyst Asset Management, Kantonalbank Genf

## UMKÄMPFTER MARKT

# Softdrinks – die süsse Erfrischung

*Der Trend zur gesunden Ernährung ist überall präsent, auch die Süssgetränke haben sich dem Wandel der Zeit angepasst. Und die Geschmackspalette sowie die Verpackungen könnten vielfältiger nicht sein.*



Den Grundstein zur heutigen Softdrink-Industrie legte der deutsche Juwelier Jacob Schuppe 1783 in Genf, Schweiz. Er stellte als Erster kohlenstoffhaltiges Mineralwasser in grosser Menge her. Die Mehrheit der Süssgetränke ist noch heute mit Kohlensäure angereichert.

Softdrinks sind Erfrischungsgetränke auf Wasserbasis mit zusätzlichen Zutaten wie Kohlensäure, Mineralstoffen, Vita-

minen, Fruchtkonzentrat, Zucker, Aromen oder Süsstoffen. Unterteilt sind die Süssgetränke in vier Kategorien: Fruchtsaftgetränke, Fruchtschorlen, Limonaden und Brausen.

Süssgetränke haben einen schweren Stand. Schliesslich heisst es immer, man solle nicht zu viel davon trinken, da sie eine Unmenge Zucker enthalten. Es trinkt hingegen kaum jemand literweise Süssgetränke pro Tag. Der hohe Zuckeranteil ist jedoch nicht der einzige Grund der Einbussen auf dem Markt der Softdrinks. Das Segment Wasser sowie alkoholfreie Biergetränke sind im Aufwind. Genauso wie Cider (Apfelwein) und Biermischgetränke. Und das Segment



leidet zusätzlich, wenn den Sommer über schlechtes Wetter ist. Grund zum Trübsal blasen ist das jedoch nicht. Denn international geht der Trend hin zu mehr Glas. Softdrinks-Hersteller setzen zudem stark darauf, ihre Marken authentisch zu machen und die ursprünglichen Markenwerte neu zu betonen. Dafür eignet sich Glas perfekt. In der hygienischen und sicheren Verpackung bleibt der Inhalt frisch und behält über lange Zeit den unverfälschten Geschmack.

#### Von Weiss bis Schwarz

Vetropack bietet für Softdrinks eine vielfältige Palette an Einweg- und Mehrweg-Flaschen an. Weisses Glas dominiert dabei in allen Ländern, in welchen Vetropack produziert und exportiert. Es sind aber auch Grün- sowie Braunglasflaschen auf dem Markt. Eine für Süssgetränke gewöhnungsbedürftige Farbe ist Schwarz. Das kroatische Vetropack-Werk hat diese ganz neu im Auftrag eines Kunden im Sortiment.

#### Für den grossen und kleinen Durst

Die Grössen der Flaschen variieren zwischen 0,2 Liter bis zur für Softdrinks typischen Grösse von 0,33 Litern. Ausnahmen bilden Fruchtsaftgetränke, die mit bis zu 0,75 Litern sehr beliebt sind.

#### Gesundheit

Das Bewusstsein für eine gesunde Ernährung und Lebensweise hat sich mittlerweile tief in unserer Gesellschaft verwurzelt. Das geht auch an der Getränkebranche nicht

spurlos vorbei. Im Gegenteil, jetzt ist Kreativität gefragt. Die Profis tüfteln an neuen Süssungsmethoden wie beispielsweise mit Stevia. Süssgetränke mit der aus Südamerika stammenden Pflanze sind bereits auf dem Markt erhältlich. Daneben stehen Softdrinks mit zusätzlich beigefügten Spurenelementen wie Eisen, Magnesium oder Vitaminen hoch im Kurs. Genauso wie Innovationen ohne Zucker oder mit natürlichem Koffein wie Guarana. Ebenso beliebt sind kalorienarme Getränke.

#### Geschmacksrichtungen

Konsumenten sind offen für neue Geschmäcker ihrer Lieblingsgetränke. In den vergangenen Jahren sind denn auch unzählige Produkteinnovationen – manche erfolgreicher als andere – in den Getränkeregalen aufgetaucht. Dieses Erfolgsrezept wenden die Hersteller fortwährend an und lassen immer mehr die Konsumenten bei der Geschmackswahl mitbestimmen. Beispielsweise gibt es von einem Getränk zwei Sorten und nur eines wird schlussendlich ins definitive Sortiment aufgenommen. Es wird an saisonalen Geschmäckern genauso intensiv getüftelt wie an neuen Kompositionen in Verbindung mit Kohlensäure. Glas als Verpackungsmaterial ist gasdicht. Somit behalten die Süssgetränke ihren Kohlensäuregehalt sehr lange. Damit der Inhalt optisch wie geschmacklich gebührend zur Geltung kommt, braucht es die passende Verpackung. Vetropack produziert Standard- sowie Kundenmodelle.

### Dekoration auf jedem Tisch

In vielen Ländern, zum Beispiel in Österreich, der Schweiz und Kroatien, werden Süssgetränke in Glasverpackungen hauptsächlich in der Gastronomie verwendet. Auf einem schön gedeckten Tisch im Restaurant oder zu Hause präsentieren sich die süssen Durstlöcher im ästhetischen «Glas-kleid». Es handelt sich dabei um Mehrweg- oder Einweg-gebinde. In Supermärkten hingegen dominieren oft andere Verpackungsmaterialien, allen voran PET. Etwas anders ist das Bild vielerorts im Getränkefachhandel, der die soften Lieblingsgetränke vermehrt auch in Glasflaschen anbietet.

### Leichtglas

Neben dem bereits erwähnten Aspekt der Gesundheit, hat sich das Umweltbewusstsein in unserer Gesellschaft ebenso stark verankert. Das Verpackungsmaterial Glas profitiert davon. Es lässt sich ohne Qualitätsverluste immer und immer wieder rezyklieren. Zudem erlauben ausgeklügelte Herstellungsverfahren Glasverpackungen leichter zu machen. Ohne Sicherheits- und Qualitätseinbussen! Leichtglas reduziert den Rohstoffverbrauch sowie die CO<sub>2</sub>-Emissionen. Das macht leichtgewichtige Flaschen zu einem zentralen Thema für viele Hersteller und Abfüller von Softdrinks. Vetropack ist

eine Spezialistin des Enghals-Press-Blas-Verfahrens mit dem Leichtglasflaschen hergestellt werden. Die leichtgewichtigen Gebinde werden in allen Vetropack-Märkten angeboten.



### QUALITÄTSFAKTOR

## Verpackung und Verschluss

*In Europa verschliessen Weinproduzenten ihre edlen Tropfen hauptsächlich mit Drehverschlüssen sowie dem klassischen Naturkorken. Vetropack bietet beide Varianten und noch viele mehr an. Vollautomatische Prüfungen und statistische Tests sorgen für höchste Qualität der Weinflaschen.*

Eine unverschlossene Weinflasche nach Hause zu transportieren, könnte schwierig werden. Entweder hätten Sie die mühsamen Weinflecken überall oder womöglich wäre gar nichts mehr vom köstlichen Inhalt übrig. Ein harmonisches Zusammenspiel zwischen Glasverpackung und Verschluss ist somit eminent wichtig und ein entscheidender Qualitätsfaktor. Die Vetropack-Spezialisten entwickeln für jede Flaschenform die passende Mündung zum gewünschten Verschluss. Die Zusammenarbeit mit führenden Verschlüsse-Herstellern garantiert höchste Präzision und Dichtheit sowie einen massgeblichen Vorsprung bei Neuentwicklungen.



### Hohe Qualität dank lückenloser Kontrolle

Vetropack-Weinflaschen unterliegen einer lückenlosen Kontrolle. Daher haben sie einen deutlichen Qualitätsvorteil. Vollautomatische Prüfungen der Dichtflächenplanität, der Planparallelität von Mündung und Boden sowie des Mündungsinnenverlaufs sind Standard. Sie unterstreichen, dass Vetropack die Weinflaschen mit BVS-Mündungen mit grosser Sorgfalt herstellt. Die Prüfungen ermöglichen die problemlose Verwendung von Füllrohren bei der Abfüllung. Ausserdem fertigt Vetropack den Halsanschluss mit einem durchschnittlichen Durchmesser von 25,5 Millimeter an. Dieser sorgt für beste Ergebnisse beim Öffnen des Drehverschlusses. Darüber hinaus werden alle Weinflaschen zusätzlichen statistischen Tests unterzogen: Prüfung der Heissend- und Kaltendvergütung, Dichtigkeits- und Thermoschockprüfung sowie Pendelschlagtest sind Standard. Wünschen Sie sich als Kunde individuell auf Sie abgestimmte Tests, ist dies jederzeit möglich.



### BVS-Mündung und Naturkorken

In Kroatien zum Beispiel haben rund 33 Prozent der Weinflaschen einen BVS-Verschluss – ein in der Schweiz entwickelter Drehverschluss. Solche Mündungen erfordern eine makellose Planität des Glases im Mündungsbereich. Nur so ist die Qualität des Inhalts gewährleistet. Rund die Hälfte der 0,75-Liter- und 1-Liter-Flaschen verkauft das kroatische Vetropack-Werk nach Slowenien. Ein Viertel aller Flaschen ist im Inlandmarkt im Umlauf. Es sind insbesondere Qualitätsweine, die in BVS-Flaschen abgefüllt werden. Der Trend geht europaweit generell immer mehr hin zu BVS-Mündungen. Die Produzenten von Top-Qualitätsweinen verschliessen jedoch weiterhin mit einem klassischen Naturkorken.

Die Mehrheit aller Schweizer Weine ist mit dem Drehverschluss ausgestattet. In Österreich werden ebenso viele qualitativ hochstehende Weine in Glasflaschen mit Schraubverschluss abgefüllt. Das gleiche Bild zeigt sich in der Slowakei und in Tschechien. In der Ukraine wählen Weinproduzenten die Bandmündung oder Oberbandmündung mit Kork. Top-Qualitäts- und Prädikatsweine werden mit Naturkorken verschlossen. Einzelne Länder, in welche das ukrainische Werk in Gostomel exportiert, wünschen BVS-Mündungen. Diese machen jedoch nur einen kleinen Teil der Produktion aus.

### Mündungsvielfalt

Vetropack hat ein breites Spektrum an Mündungsvarianten im Angebot: Dazu gehören Bandmündung, Oberbandmündung, Drehverschlussmündung oder Kronkorkmündung um nur einige Beispiele zu nennen. Je nach Vorliebe der Konsumenten und des Markts ist die passende Flaschenmündung vorhanden.

PREISGEKRÖNT

## Ein Wettbewerb – zwei Verpackungs-Stars

Die Verleihung der ukrainischen «Packaging Stars 2015» fand im April während der Ausstellung «Pack-Expo» in Kiew statt. Gleich zwei der insgesamt 14 begehrten Auszeichnungen gingen an Vetropack Gostomel.

Im Rahmen des 17. Wettbewerbs für die beste Verpackung in der Ukraine gewann Vetropack Gostomel die Auszeichnungen Nummer zehn und elf. Den Doppelsieg holten zwei Weissglasflaschen, die unterschiedlicher nicht sein könnten.

Die 500-Milliliter-Flasche «Voloshkove pole» entsteht im Press-Blas-Verfahren, was zu gleichmässigen und schlanken Flaschenwänden führt. Die Leichtglas-Flasche wiegt 290 Gramm und ist ideal für Milchprodukte wie Joghurt, Kefir oder Milch.

Die zweite ausgezeichnete Flasche «KIM Champagne 750ml» entsteht im Blas-Blas-Verfahren. Die bauchige Form und der lange Halsbereich verleihen ihr ein exklusives Erscheinungsbild. Zusätzlich zieht sich eine spiralförmige Struktur über die gesamte Oberfläche, die der Schaumwein-Verpackung einen raffinierten Auftritt verleiht.



«KING OF BEERS»

## Amerikanisches Lagerbier BUD

*Königlicher Inhalt braucht eine königliche Verpackung. Diese wird seit Anfang Mai im Vetropack-Werk Gostomel hergestellt.*

Die Produktion der 0,75-Liter-Flaschen startete diesen Frühling für die Brauerei SUN InBev Ukraine im Vetropack-Werk Gostomel. SUN InBev ist die marktführende Brauerei in der Ukraine und erweiterte das Angebot der amerikanischen Marke. Das weltweit bekannte Budweiser oder auch BUD wurde 1876 vom Braumeister Adolphus Busch entwickelt. Es handelt sich um ein amerikanisches Lagerbier mit aromatischem Geschmack und einer leicht bitteren Note.

Das Flaschendesign wurde von den Spezialisten bei Vetropack Gostomel passend zum Slogan «King of beers» majestätisch, royal und imposant gestaltet. So zeichnet sich die Flasche durch ihre Bernsteinfarbe und das Emblem der Brauerei auf den Schultern aus.



#### TRADITION IN NEUER FORM

## 300 Jahre Brauerei Lviv

*Zu Ehren des 300-jährigen Bestehens der Lviv Brauerei im Westen der Ukraine brachte Carlsberg Ukraine das Bier «Lvivske 1715» auf den Markt. Vetropack Gostomel produziert die grüne Flasche.*

Vor genau 300 Jahren wurde die Lviv-Brauerei und damit der älteste Bierproduzent der Ukraine gegründet, die heute ein Teil von Carlsberg Ukraine ist. Speziell für das Jubiläum erarbeiteten die Spezialisten der Brauerei ein neues Design für die traditionelle Bierflasche des beliebten ukrainischen Biers namens «Lvivske 1715». Sie beauftragten Vetropack Gostomel mit der Umsetzung. Es handelt sich um eine grüne 0,45-Liter-Flasche mit einer auffallenden Löwen-Prägung. Der Löwe ist das Symbol der Stadt Lviv, die als «Bier-Hauptstadt» der Ukraine gilt und auch Löwenstadt genannt wird. Die Original-Lvivske mit einem Inhalt von 0,5-Litern gehört nun nach 300 Jahren der Vergangenheit an.

Ein Zusatz-Etikett auf der neuen Flasche informiert interessierte Biertrinker über die Geschichte der Lviv-Brauerei. So kann mit dem «Lvivske 1715» nicht nur der Durst gelöscht, sondern auch der 300. Geburtstag der ältesten Brauerei der Ukraine mitgefeiert werden.

#### ALTE ERINNERUNGEN

## Retro-Flasche

*Die schlichte Flasche, die in den 80er Jahren für die Destillerie Old Herold entwickelt wurde, erscheint in neuem Look.*

Die Brennerei Old Herold ist bekannt für den Wacholderbranntwein Juniperus Borovicka, der seit Ende des 20. Jahrhunderts in verschiedene Länder in Europa und Amerika exportiert wird und zu den ältesten slowakischen Schnäpsen gehört. Seit 1905 wird der Schnaps in Trenčín, ungefähr 18 Kilometer von Vetropack Nemšová, gebrannt, weshalb er auch unter dem Namen Trenčiner Juniperus Borovicka bekannt ist.

Das Original der Walker 700-Milliliter-Flasche stammt aus den 1980er-Jahren. Eine Flasche mit 0,5 Liter und aktuell auch mit 0,7 Liter Inhalt ergänzen die Palette. Es handelt sich um weiße Standardmodelle von Vetropack, die das Vetropack-Werk in Nemšová für die Old Herold herstellt. Das neue Retro-Design der Flasche mit kürzerem Hals, abgerundeten Schultern und neuem Etikett im Retro-Look ist Teil einer limitierten Edition und lockt Erinnerungen an alte Zeiten hervor. Die Kampagne wird zudem von Retro-Veranstaltungen wie Swing-Abenden, Rundreisen in historischen Wagen oder speziellen Zeitungsausgaben begleitet.





## ERFRISCHEND

# Black Tonic

*An heißen Sommertagen wünscht man sich nichts Sehnlischeres als einen Sprung ins kühle Nass oder eine Erfrischung in Form eines Getränks. Wie wäre es denn mit dem neuen Cockta black tonic? Vetropack Straža in Kroatien stellt die schwarzen Glasflaschen her.*

Das Erfrischungsgetränk Cockta kommt aus dem ehemaligen Jugoslawien und ist bei jungen Menschen sehr beliebt. Der Erfinder Emerik Zelinka kreierte aus der Mischung von Granatapfel, Vitamin C, verschiedenen Kräutern sowie karamellisiertem Zucker einen neuen Drink. Das war die Geburtsstunde des Cockta-Getränks. Noch heute liegt das Geheimnis des unverkennbaren Geschmacks in der Kräutermischung, kombiniert mit Granatäpfeln, Zitronen und Orangen.

Konsumenten aus Kroatien, Serbien und Slowenien können neu im Getränkeregale zum Cockta black tonic greifen. Die Basis bildet das Cockta-Originalgetränk, welchem noch Bitter Tonic und Koffein beigefügt wurde. Die schwarzen Glasflaschen produziert das kroatische Vetropack-Werk in Hum na Sutli. Ein langer, schmaler Körper und ein kurzer Hals zeichnen die vornehme Flasche aus. Einfache und klare Linien unterstreichen die Eleganz. Ihre Handlichkeit und die Inhaltsgrösse von 0,25 Litern sind ideal, um das Softgetränk unterwegs dabei zu haben.

## TIERISCH GUT

# Inspiration für kleine Geniesser

*Die Gewürzmühlen begleiten das Frühstück, Mittagessen und Dessert von Kindern und steigern spielerisch die Freude am Würzen.*

Vetropack Austria produziert die Gläser für die Gewürzmühlen, die vor allem Kinder zum Kochen und Verfeinern anregen. Zur Auswahl stehen ein Tiger, ein Hase und ein Chamäleon – oder alle drei! Die transparenten Gläser zeichnen sich durch Merkmale wie einen runden Bauch, langen Hals und breiten Sockel aus. Das Mahlwerk wurde vom österreichischen Verschlusshersteller JOMA speziell für KOTÁNYI entwickelt, die Tieraufsätze aus kindertauglichem Kunststoff von KOTÁNYI über «Die Werbemittler» beschafft. Kaum sind sie übergezogen, verwandelt sich das Vetropack-Glas in die drei Gefährten. Im Bauch des Tigers befindet sich eine Gewürzmischung mit Tomatenflocken zur Ergänzung von Reis, Kartoffeln oder Teigwaren. Beim Frühstück ist hingegen der Hase der ideale Tischgenosse: Seine Keksstreusel passen bestens zu Obst oder Müsli. Für die Nachspeise liefert schlussendlich das Chamäleon Schokoperlen für Eis, Vanillecrème oder Joghurt.

Die Gewürzmühlen stammen aus dem Hause KOTÁNYI. Der österreichische Gewürzhändler inspiriert seit 1881 mit Gewürzen und Kräutern aus aller Welt zum Kochen und

Geniessen. Verschiedene Länder und Kulturen haben unterschiedliche Bedürfnisse, Geschmacksrichtungen und Gewohnheiten entwickelt, sodass das Sortiment bei KOTÁNYI mittlerweile 4500 Artikel für zwanzig Länder umfasst.





#### PRICKELND UND CHARMANT

## Eleganter Prosecco

*Die Prosecco-Flasche in Cuvée wird neu von Vetropack Straža produziert.*

Der lange Hals verleiht der Flasche ihre Eleganz und schmiegt sich harmonisch an den etwas robusteren Flaschenkörper, der ein typisches Merkmal für Schaumweinflaschen ist. Die Standardflaschen sind vor allem für Prosecco geeignet, werden aber auch für andere Schaumweine, die nach der Charmat-Methode produziert werden, verwendet. Der Charmat-Prozess ist eine italienische Erfindung und wird auch dort am häufigsten angewandt. In Frankreich ist die «Metodo Charmat-Martinotti» als «Méthode Charmat» bekannt.

Der Prozess ist dies- und jenseits der Grenze derselbe: Tankgärung des Weins in Edelstahl-Fässern oder Edelstahl-Gefäßen statt in einzelnen Flaschen, wie dies bei der «Methode Champenoise» (Flaschengärung) der Fall ist. Viele Traubensorten, inklusive derjenigen für Prosecco, sind für diese Art der Gärung in Fässern und den kontinuierlichen Abfüllprozess unter hohem Druck besonders geeignet.

#### ZUM MISCHEN

## Vielfältiger Sirup

*Zwei Flaschenfarben, zwei Vetropack-Werke, 14 Geschmacksrichtungen und viele Verwendungsmöglichkeiten: All dies zeichnet den JOHN'S Sirup aus.*

JOHN'S Sirup wird in weissen und grünen 0,7-Liter-Flaschen mit Drehverschluss präsentiert. Die Weissglasflaschen produziert das österreichische Werk in Kremsmünster, das sie auch entwickelte. Die leicht überarbeitete Version der grünen Flaschen kommt aus dem Vetropack-Werk St-Prex. Die Schulter der Flasche ist etwas breiter als ihr Sockel und garantiert dank der markanten Flaschenform eine optimale Griffsicherheit. In der Mitte der Flasche befindet sich eine Gravur von Pflanzenblättern, die das Logo abbilden, wodurch das individuelle Flaschendesign besonders gut zur Geltung kommt.

Hinter JOHN'S Sirup steckt mehr als «nur» Sirup: Die 14 verschiedenen Geschmacksrichtungen können in vielfältiger Weise nach Lust und Laune verwendet werden – beispielsweise mittags als alkoholfreie Erfrischung, nachmittags im Kaffee und Tee oder abends in Cocktails. Die drei Geschmacksrichtungen Lemon Squash, Citron Juice und Lime Juice eignen sich hervorragend zum Mixen von Mischgetränken. Sie werden in grünen Flaschen angeboten. Der bisher einzige Sirup (Holunderblüte) wurde durch zehn weitere Sirup-Sorten ergänzt. Die Glasflaschen, in denen die gesamte Sirup-Range abgefüllt ist, unterstreichen die Sortenvielfalt der natürlichen Liquids.





## SICHER UND NATÜRLICH

# Nur das Beste für Mutter und Kind

Das Vetropack-Werk Gostomel stellt das 200-Milliliter-Weissglas für Babynahrung her. Die Flasche im klassischen Design entsteht im Press-Blow-Verfahren und ist mit nur 160 Gramm ein Leichtgewicht.

Die Yagotyn-Babyfood-Flasche zeichnet sich durch zahlreiche Vorteile aus. Weisses Glas eignet sich perfekt für natürliche und nährnde Produkte wie Milch, denn es ist hygienisch, undurchlässig und geschmacksneutral. So werden die reinen Eigenschaften des Flascheninhalts bewahrt und geschützt.

Damit ist die Glasflasche das sicherste und umweltfreundlichste Verpackungsmaterial für Babynahrung. Nach einer Umfrage des Usama Instituts (deutsches Markt- und Sozialforschungsinstitut) bevorzugen 77 Prozent der europäischen Mütter für ihre Kinder Babynahrung in Glasverpackungen. Zudem garantiert der undurchlässige Drehverschluss eine einfache Handhabung: Die Eltern können ihn leicht öffnen und wieder fest verschliessen, um die Milchprodukte frisch zu halten.





## EXPO MILANO

# Skulpturen aus Glas

An der Weltausstellung in Mailand sind im Schweizer Pavillon schmucke Glasobjekte zu betrachten. Die beiden Verpackungsglasersteller Vetropack und O-I haben dafür 4000 Flaschen zur Verfügung gestellt.

Die Weltausstellung ist 2015 zu Gast in Mailand, Italien. 116 Länder präsentieren ihren Beitrag zum Motto «Den Planeten ernähren, Energie für das Leben». Folgende Vetropack-Länder sind vertreten: die Schweiz, Österreich, die Slowakei, Tschechien und Italien.

Die Expo Milano möchte die Besucher sensibilisieren, über die Ernährung und ihre Auswirkungen nachzudenken. Durch den Konsum von Lebensmitteln und Getränken entsteht automatisch Abfall in Form von Verpackungen. Doch Glasverpackungen sind alles andere als Abfall. Sie werden nach Gebrauch zu hochwertigen Sekundärrohstoffen für die Glasindustrie. Die Vetropack-Gruppe ist Pionierin im Glas-Recycling. Für die Herstellung von Weiss- und Braunglas werden bis zu 60 Prozent Altglas verwendet. Beim Grünglas ist der Anteil an Altglas sogar bis zu 100 Prozent. Die Wiederverwertung von Glas verbessert die Umweltbilanz massiv. Pro 10 Prozent Altglas werden 3 Prozent Energie und 7 Prozent CO<sub>2</sub>-Emissionen eingespart.

Im Schweizer Pavillon in Mailand sind im Rahmen des Auftritts von Stadt und Kanton Zürich sowie Zürich Tourismus dekorative Skulpturen aus Glasverpackungen zu betrachten. Die Zürcher Ausstellung befasst sich mit den Themen Wasser, innovative Unternehmen und Ideen im Nahrungsmittelbereich sowie der Kunstrichtung DADA. Um die Themen zu illustrieren, hat Vetropack 2100 braune, grüne und weisse Flaschen zur Verfügung gestellt. Daraus sind Karotten und das Wort DADA entstanden. Nach der Ausstellung werden

die Glas-Buchstaben vor Ort recycelt. Die Karotten kann man bei Vetropack in der Schweiz und in Österreich noch etwas länger bestaunen.

**Österreich** widmet sich mit einem angepflanzten Wald dem Thema Luft. «breathe.austria» macht den Besuch im ehemaligen Industrieviertel von Mailand zu einem natürlichen Erlebnis. Die **Slowakei** zeigt «Die Welt in der Tasche». Dies spielt darauf an, dass man im kleinen Land alles hat, was man sich wünschen kann. Unter anderem gibt es vor dem Pavillon einen gemütlichen Platz, um die eigenen Batterien oder jene des Mobiltelefons wieder aufzuladen.

In **Tschechien** taucht man ins «Labor des Lebens» ein und erfährt mehr über die traditionsreiche Landwirtschaft sowie Grundlagenforschung in der Biochemie und Nano-Technologie im Hinblick auf Umwelt, Gesundheit von Mensch und Tier und Lebensmittelsicherheit.

**Italien** möchte sich als Land zeigen, in welchem ein nährreicher Boden für Projekte und Talente vorhanden ist, damit sich diese gut entwickeln können. Dies versteckt sich hinter dem Thema «Die Kinderstube Italiens».

### Expo Milano 2015

Die Weltausstellung in Mailand dauert noch bis zum 31. Oktober 2015, der Zürcher Auftritt bis zum 12. September 2015.

## INTERNATIONALER AUSTAUSCH

## Zu Gast in Moldawien

Im Mai nahm Vetropack Gostomel, Ukraine, an der 20. Ausstellung PACKAGING. DEPOT in Chisinau, Moldawien, teil. Im Messezentrum MOLDEXPO fanden parallel drei Veranstaltungen zu «Food & Drinks», «Food Technology» und «Packaging» statt.

PACKAGING. DEPOT ist in Moldawien die einzige Ausstellung für Rohstoffe sowie Technologien zur Lebensmittelherstellung und Verpackungsmaterialien. Sie ermöglicht den Austausch zwischen Herstellern, Einzelhändlern, Lieferanten und potenziellen Partnern. Über 120 Teilnehmer aus Moldawien, Weissrussland, Frankreich, Italien, Polen, Rumänien, Russland und der Ukraine waren anwesend.

Trotz der überschaubaren Grösse zählt Moldawien zu den bedeutendsten Weinregionen Osteuropas. Mit über 140 Weingütern, zahlreichen Weinbergen und -kellern hat das Land ein breites Spektrum an Rot-, Weiss- und Schaumweinen zu bieten.

Das ukrainische Vetropack-Werk präsentierte eine grosse Auswahl seiner Artikel: Wein- und Champagner-Flaschen, grossmündige Flaschen für Milchprodukte und Säfte sowie für die Früchte- und Gemüsekonservierung.



## AUSSTELLUNG IN DER SCHWEIZ

## Ceci n'est pas une bouteille!

Bis zum 25. Oktober 2015 sind im Westschweizer Reb- und Weinmuseum in Sierre, Wallis, Glasobjekte ausgestellt. Die Diversität der Ausstellung bringt erstaunliche Objekte zum Vorschein, die den üblichen Alltagsgebrauch von Glas weit überschreiten. Vetropack unterstützte die Ausstellung, die unter anderem Vetropack-Flaschen zeigt, finanziell.

Das Reb- und Weinmuseum wurde anfangs der 90er-Jahre gegründet, mit dem Ziel, die Geschichte des Weins und des Weinbaus im Schweizer Kanton Wallis zu dokumentieren. Zurzeit kann man in Sierre die Ausstellung «Ceci n'est pas une bouteille!» besuchen. Sie zeigt die grosse Vielfalt aktueller Interpretationen von Glasflaschen sowie Gläsern und soll zum Denken anregen. Die Idee ist, dass der Betrachter ein Objekt mustert, welches durch ein textliches Element widerlegt wird. So wird die zentrale Annahme «was wir sehen, ist nicht, was wir denken zu sehen» auf das Objekt des Glasgefässes übertragen. Der Titel der Ausstellung lehnt sich an die Arbeit des belgischen Malers René Magritte an. Er hinterfragte mit dem Gemälde «Ceci n'est pas une pipe» die Beziehung zwischen Objekt, dessen Status und Repräsentation.



### Informationen für Besucher

Walliser Reb- und Weinmuseum, Rue Sainte-Catherine 6, CH-3960 Sierre

Öffnungszeiten: Mi - Fr 14.00 - 18.00 Uhr, Sa - So 11.00 - 18.00 Uhr

## EVENT

## Krönender Abschluss zweier Technik-Projekte

*Vetropack Straža in Kroatien lud Kunden, Lieferanten und Politiker ein, um gemeinsam die Reparatur der Braunglaswanne und die Installation der Abgasreinigungsanlage zu feiern. Über 200 Gäste folgten der Einladung und nahmen an der Veranstaltung teil.*

Am 29. Mai 2015 feierte Vetropack Straža mit 200 geladenen Gästen den Abschluss von zwei grossen Projekten. Als Ehrengast war die kroatische Präsidentin Kolinda Grabar Kitarović anwesend. Während ihrer Ansprache beschrieb sie Vetropack Straža als bestes Beispiel für effektives Wirtschaften. Der oberste Verwaltungsbeamte der Region schloss sich dieser Aussage an: «Vetropack Straža ist das erfolgreichste Unternehmen der Region. Wenn Kroatien auch nur 10 bis 20 solcher Firmen hätte, würde es unserer Wirtschaft schon lange besser gehen.»



Tihomir Premužak, Leiter Vetropack Straža, betonte die entscheidende Rolle der beiden Projektteams für die Wannenreparatur und die Installation der Abgasreinigungsanlage. Die Umsetzung der Projekte konnte dank ihrem engagierten Einsatz effizient und professionell realisiert werden. Zudem dankte Premužak allen Kunden und Geschäftspartnern für die langjährige Zusammenarbeit.

Die Feier stand ganz im Zeichen des Glases: Von der Tischdekoration zu den Geschenken für die Gäste bis hin zur musikalischen Begleitung mit einem speziellen Musikinstrument namens «Flashofon», welches sich aus den verschiedensten Flaschengrössen und -formen zusammensetzte.



### Wannenreparatur

Das Team von Velimir Mrkus, Technischer Direktor Vetropack Straža, arbeitete 67 Tage an der Reparatur der Braunglaswanne. Dadurch konnte die Energieeffizienz verbessert, die Treibhausgas-Emissionen reduziert und die Flexibilität der Wannen-Tonnage gesteigert werden. Neu beträgt die nominale Kapazität der Wanne 250 Tonnen am Tag.

### Abgasreinigungsanlage

Die Installation der Abgasreinigungsanlage ist bis heute das grösste Umweltprojekt im kroatischen Vetropack-Werk. Alle drei Schmelzwannen sind mit der Anlage verbunden, sodass deutlich weniger Staub und Schadstoffe in die Umwelt gelangen. Mit der Installation der Abgasreinigungsanlage erfüllt Vetropack Straža die Anforderungen der EU-Emissions-Richtlinien für die Glasindustrie.



## OFFENE TÜREN

# Ein grosser Tag für Vetropack Straža

*Vetropack Straža hatte am Samstag, 30. Mai 2015 gleich zwei gute Gründe zu feiern: zum einen die erfolgreiche Wannenreparatur und zum anderen die Installation der Abgasreinigungsanlage. Das Werk öffnete seine Türen den ganzen Tag für die Öffentlichkeit.*

Unter dem Motto «Vetropack Straža für Hum na Sutli – Hum na Sutli für Vetropack Straža» startete das Programm: Die Schulkinder des Dorfs traten auf, eine Brass Band spielte und ein kleiner Chor unterhielt die Besucher mit bekannten und beliebten Liedern. Tihomir Premužak, Leiter Vetropack Straža, dankte den aktuellen wie auch den ehemaligen Mitarbeitern für ihren Einsatz und Beitrag zur Entwicklung des kroatischen Werks. Er betonte, dass er besonders stolz auf die erfolgreiche Installation der Abgasreinigungsanlage sei: «Mit dem Abschluss dieser Installation haben wir unsere Umweltprojekte von Vetropack Straža vervollständigt. Natürlich werden wir unser Engagement für die Umwelt beibehalten und weiterführen, denn man kann und muss sich stets verbessern.»

Die Abgasreinigungsanlage reduziert die zukünftige Belastung der Umwelt durch Staub und Schadstoffe. Die dabei produzierte thermische Energie wird zum Heizen der Bürogebäude und des Werks genutzt. Diese Erneuerung ist das bisher grösste Umweltprojekt in der Geschichte des kroatischen Vetropack-Werks.

Unter den 1500 Gästen waren auch der Bürgermeister von Hum na Sutli sowie der oberste Verwaltungsbeamte der Region. Sie gratulierten Vetropack Straža und deren Mitarbeitern für die realisierten Projekte und die guten Geschäftsergebnisse. Zusätzlich unterstrichen sie die Bedeutung des Werks. Die Besucher bestaunten die moderne Technik, die Ordnung und die Sauberkeit der Produktionsanlagen. Besonders ehemalige Mitarbeiter, die teilweise ihr gesamtes Leben bei Vetropack arbeiteten, waren von den Entwicklungen und dem Fortschritt beeindruckt.

### Glastradition in Hum na Sutli

Die enge Verbindung zu Vetropack Straža und der Glas-tradition wurde durch das Projekt einer Schulklasse mit acht Schülern aus Hum na Sutli verdeutlicht. Die 7- bis 10-Jährigen sammelten mit ihren Lehrpersonen und Eltern über 4000 Tonnen Glas, welches sie Vetropack Straža zur Wiederverwendung übergaben. Tihomir Premužak gratulierte den Schülern zu dieser Leistung und überreichte ihnen ein Geschenk.



## FILIGRANE GLASOBJEKTE

# Blick in die exotische Glaswelt

*Vor über 100 Jahren war es schwierig, Pflanzen und Lebewesen für die Nachwelt aufzubewahren. Doch es gab eine Konservierungstechnik, die bis heute ihre Aufgabe erfüllt – das Nachbauen von Tieren und Pflanzen aus Glas. Leopold und Rudolf Blaschka fertigten die filigranen Modelle an.*



© Museum of Comparative Zoology, Harvard University

Zart streckt sich die Seeanemone den Besuchern entgegen – bis ins kleinste Detail sorgfältig ausgearbeitet. Doch ist sie nicht echt, sondern aus Glas. Angefertigt von Vater und Sohn. Die böhmischen Glasbläser, Künstler und Naturwissenschaftler Leopold (1822 – 1895) und Rudolf Blaschka (1857 – 1939) stellten zwischen 1863 und 1890 Tausende Glasmodelle von Meerestieren und -pflanzen her.

Die Blaschkas kamen aus einer Glasbläserfamilie. Bevor Leopold in die familiären Fussstapfen trat, absolvierte er eine Ausbildung zum Goldschmied, an welche er eine weitere als Glasbläser anschloss. Seine Faszination galt dem damals neu aufgekommenen Feld der Naturkunde. Ende der 1850er-Jahre begann er anhand von Illustrationen aus Naturkunde-Büchern exotische Blumen aus Glas herzustellen. Ein Aristokrat hörte von seiner Tätigkeit und beauftragte Leopold, 100 Glasmodelle von seinen Orchideen anzufertigen.



© Laurel Alec



©NHM Wien, Kurt Kracher



© Museum of Comparative Zoology, Harvard University

### Sorgfältige Zeichnungen

Immer mehr Aquarien und Naturkundemuseen entstanden auf der Welt. Die Techniken zum Aufbewahren von echten Pflanzen und Lebewesen waren jedoch noch rudimentär. Und so kam Leopold Blaschka zu seinen nächsten grossen Aufträgen. Mittlerweile stiess auch sein Sohn Rudolf hinzu und unterstützte den Vater bei seiner Arbeit. Rudolf machte auf seinen Reisen unzählige Zeichnungen und Notizen zu Eigenschaften von Pflanzen. Sorgfältige Zeichnungen jeder einzelnen Kreatur fertigten die Blaschkas auch immer an, bevor sie mit den Glasmodellen begannen. Jedes exklusive, komplexe Modell ist aus weissen und farbigen Glasstücken, die in einer Kombination von Glasblasen und Erhitzen aneinander geklebt und miteinander verschmolzen wurden. Leopold bevorzugte die Arbeit mit grösseren Glasflächen, Rudolf widmete sich dagegen stundenlang den filigranen Details.

### Weltweite Sammlungen

Noch heute kann man die zauberhaften Glasmodelle von Vater und Sohn Blaschka bewundern. Die grösste Sammlung befindet sich in der Universität Harvard. Dies ist auf einen Vertrag mit dem botanischen Museum der Universität zurückzuführen: Die Blaschkas haben für die Ausstellung über 4000 Glasblumen kreiert. Fünf Jahre lang arbeiteten die beiden am Auftrag. Nach dem Tod Leopolds stellte Rudolf die Modelle 41 Jahre lang alleine her.

Die zweitgrösste Sammlung der Prunkstücke ist im Naturhistorischen Museum in Wien zu sehen. Im Rahmen des 650-jährigen Jubiläums der Universität Wien hat das Museum für eine Ausstellung einige Glasmodelle ausgeliehen. Weitere Objekte befinden sich im Botanischen Museum Boston, im Museum der Universität Tübingen, in der Universität Pisa sowie im Naturhistorischen Museum London.



©NHM Wien, Karl Kracher



©NHM Wien, Karl Kracher

**Kontaktadressen****Verkauf****Schweiz**

Telefon +41 44 863 34 34

Fax +41 44 863 34 45

verkauf.ch@vetropack.ch

vente.ch@vetropack.ch

**Österreich**

Telefon +43 2757 7541

Fax +43 2757 7541 202

verkauf.at@vetropack.at

**Tschechien**

Telefon +420 518 603 111

Fax +420 518 612 519

marketing.cz@vetropack.cz

**Slowakei**

Telefon +421 32 6557 111

Fax +421 32 6589 901

odbyt@vetropack.sk

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

Telefon +385 49 326 326

Fax +385 49 341 154

prodaja@vetropack.hr

**Ukraine**

Telefon +380 4597 313 44

Fax +380 4597 320 77

sales@vetropack.ua

**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@vetropack.at

**Übrige Länder Osteuropa**

Telefon +420 518 733 111

Fax +420 518 612 519

export.cz@vetropack.cz