

VETRO TIME

FRIENDS OF GLASS
Sprechende Glasflaschen

KUNST
Interessantes und
Kurioses

MARKT
Sommerspass
im Glas



03 MARKT	Sommerspass im Glas
06 AUSSTELLUNGEN	Präsentation des Produktsortiments
08 KUNDEN	Zwischen Tradition und Moderne
10 NEUE DESIGNS	Genuss bis zum letzten Tropfen
16 FRIENDS OF GLASS	Sprechende Glasflaschen
18 KUNST	Interessantes und Kurioses

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Endlich Sommer – endlich Ferragosto, wie unsere Freunde und Kollegen in Italien sagen. Sommer und Ferien sind für unsere Branche von grosser Bedeutung. Nicht nur, weil die meisten von uns dann für einige Tage die Seele baumeln lassen. Nicht nur, aber auch. Viel wichtiger ist jedoch, dass sich in diesem Zeitraum das Konsumverhalten ändert: Geniessen steht auf dem Kalender und das warme Wetter unterstützt dieses Vorhaben.

Erfrischende Getränke, eiskalt in Glasflaschen serviert, für mich ist dies Sommer pur! Selbstverständlich darf das kühle Nass auch im Glas serviert werden. Je nach Anlass und Umgebung. Ist es besonders feierlich, empfiehlt sich Sekt und Schaumwein. Im Trend liegt aber auch der spritzige Cider. Übrigens, haben Sie gewusst, dass schwere Flaschen nicht nur eine sichere Verpackung sind, sondern auch viel über den Inhalt aussagen? Ganz nach dem Motto: hochwertige Inhalte brauchen gewichtige Flaschen – im wahrsten Sinne des Wortes. Auch dazu mehr auf den nächsten Seiten, auf denen Sie ebenfalls eine bunte Palette neuer Produkte aus unserer Produktion finden.

Besonders erwähnen möchte ich noch die neue Webseite des Europäischen Glasbehälter Verbands, FEVE. Auf feve.org finden Sie wichtige Informationen über Glas und seine Vorteile. Ich erwähne nur Gesundheit und Umwelt, als zwei der wichtigsten Bereiche, in denen Glas diese Vorteile voll entfalten kann. Übersichtlich und frisch ist die Webseite gestaltet. Auch wir sind daran unseren Internetauftritt zu überarbeiten und unsere Webseite zu einer «responsiven» zu machen. Was das bedeutet? Die Seite wird uns noch ähnlicher. Wie wir schon immer auf unsere Kunden und Partner eingehen, geht auch sie künftig auf alle zu benutzenden Endgeräte ein – vom Computer über das Tablet bis zum Smartphone. In Bälde gerne mehr zu diesem Thema. Doch jetzt von der digitalen Welt zu den gedruckten Buchstaben: Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Lesen, ein schattiges Plätzchen und ein kühles Getränk!

Herzlichst


Claude R. Cornaz



VOLLER GESCHMACK

Sommer im Glas

Sommerzeit ist Ernte- und Genusszeit. Früchte und Gemüse sind reif und haben ihren vollen Geschmack entwickelt. Das ist Genuss pur. Genauso wie erfrischende Getränke mit und ohne Alkohol am Feierabend. Und nichts bewahrt den Geschmack des Sommers so gut wie Verpackungen aus Glas.



Sommertage sind wie gemacht für Prickelndes und Erfrischendes. Doch wer die Wahl hat, hat auch die Qual. Denn it-Drinks gibt es diesen Sommer mehr als genug. Zu den bereits klassisch gewordenen Mixgetränken wie Aperol Sprizz, Hugo, Helga und Inge gesellen sich neu zum Beispiel der Franz und der Frosé. Und dann sind da noch die «alt»-bewährten Sommergetränke zu denen leichte Weissweine, pur oder gespritzt, Roséweine, Mineralwasser – gerne auch mal aromatisiert –, Limonaden, Säfte und Eistee zählen. Aber auch Bier und Biermischgetränke dürfen nicht vergessen werden. Besonders im Trend liegen bereits seit einiger Zeit zudem der leicht alkoholhaltige Apfelwein, Cider und Most, die sich je nach Region geschmacklich minim unterscheiden.

Franz und Hugo's Schwestern

Doch zurück zum Franz. Das Spezielle an diesem leichten und erfrischenden Sommerdrink ist die Kombination von Gin, Ingwer-Likör, Holunder-Tonic und Apfelsaft. Erfunden wurde er vom österreichischen Barkeeper des Jahres, Stefan Bauer und erstmals serviert im Wiener Park Hyatt. Prosecco (oder Weisswein), Soda, Zitronenmelisse- oder Holunderblüten-Sirup und Minze, das macht den Hugo aus. Für Helga wird Himbeersirup verwendet und für Inge Ingwersirup.

Roséwein gefrosten

Frozen Rosé, kurz Frosé, ist dieses Jahr über New York nach Europa gekommen und zum Hit geworden. Es ist nichts an-

deres als ein geeister Roséwein, der mit frischen, zerkleinerten Früchten, Zucker, Zitronensaft und zusätzlichem Crushed Ice zu einer cremigen Masse vermischt (püriert) wird. Spitze Zungen sagen auch, es wäre ein alkoholhaltiger Smoothie.

Leichte Weine – ein Sommergenuss

Kühle Weiss- und Roséweine sind nicht nur ideale Zugaben zu it-Drinks, sondern auch pur oder aufgespritzt mit Mineralwasser oder für all jene, die es lieber Süsser haben, mit Limonade eine wahre Sommerfreude.

Es darf auch prickeln

Man muss die Feste feiern, wie sie fallen. Im Sommer wird gerne auch zum Sekt und Schaumwein oder Perlwein gegriffen. Weiss- und Roséweine bilden das Gros der prickelnden Favoriten.

Bier und Co.

Seit Jahrzehnten gehören Bier, Radler und Co. zu den beliebtesten Sommergetränken. Die Vielfalt kennt kaum Grenzen. Junge Akzente setzen die Biermischgetränke. Das wohl bekannteste ist das Radler (Bier und Limonade) oder die Berliner Weisse (Berliner Weissbier mit Himbeer- oder Waldmeistersirup), um nur zwei Beispiele zu nennen. Immer grösserer Beliebtheit erfreuen sich aromatisierte Biere. Die Bandbreite reicht von Kirschen über Johannisbeeren bis zu Himbeeren und Erdbeeren.

Gerne auch ohne Alkohol

Alkoholfreies Bier, Mineralwässer mit und ohne Kohlensäure, mit und ohne Fruchtaroma, stillen im Sommer den Durst ebenso wie die zahlreichen Frucht- und Sirup-basierten Säfte. Letztere sind nicht nur Geschmacksbomben in sommerlichen Drinks, sondern eignen sich hervorragend, um mit Wasser aufgegossen zu werden.

Erinnerung an Sommertage

Sommerspezialitäten beschränken sich nicht nur auf Getränke. Gemüse und Früchte sind erntereif und werden von der Lebensmittelindustrie im grossen Stil verarbeitet. So lässt sich beispielsweise in Sugas aus dem Glas der Geschmack und Geruch sommerreifer Tomaten einfangen, bewahren und geniessen – auch wenn es draussen bereits schneit.



Den Sommer aufs Brot

Wer nicht so lange Warten möchte, muss sich nicht bis zum Winter gedulden. Der Sommer kann sofort – wetterunabhängig – an den Frühstückstisch geholt werden. Die Sommermarmeladen machen es möglich. Im Angebot sind Kombinationen aus Erdbeeren, Limetten und Kokos oder anderen Sommerfrüchten. Saisonale Editionen gibt es unter anderem auch im Frühling, Herbst und Winter.

Glas – ein idealer Sommerbegleiter

Womit auch immer der sommerliche Durst gestillt oder woran auch immer aus Freude am Sein genippt wird, Glas ist die ideale Verpackung. Denn Glasflaschen trotzen der

Sonne und Hitze, die den natürlichen und frischen Geschmack von Lebensmitteln und Getränken beeinflussen können. Deshalb lohnt es sich vor allem im Sommer ganz bewusst auf die Verpackung zu achten.

Frische bis zum letzten Schluck, dem letzten Biss

Glas bewahrt den ursprünglichen Geschmack seines Inhalts. Aromen, Vitamine und Frischegrad der hochwertigen Getränke und Lebensmittel bleiben über lange Zeit hinweg unverfälscht erhalten. Nichts gelangt aus dem Glas ins Produkt, nichts dringt von aussen durchs Glas ins Produkt, nichts entweicht nach aussen. Das ist insbesondere im Sommer wichtig, denn wenn die Temperaturen steigen, soll nichts das Erfrischungs- und Geschmackserlebnis trüben.



PLASTO ISPACK 2016

Erster Auftritt in Israel

Zum ersten Mal hat Vetropack Moravia Glass an der Plasto Ispack teilgenommen. Das tschechische Vetropack-Werk konnte seine Glasbehälter im Rahmen eines grossen Messestands der Firma Archem zusammen mit anderen Ausstellern zeigen. Die Verpackungsmesse findet alle drei Jahre in Tel Aviv, Israel, statt.

Die Plasto Ispack ist die grösste Messe in Israel und zeigt die neusten Innovationen der lokalen und internationalen Verpackungsindustrie. Als einziger Hersteller von Glasbehältern vertrat das tschechische Vetropack-Werk die Glasbranche. Zusammen mit 18 weiteren Ausstellern hatte Vetropack Mora-



via Glass einen Bereich innerhalb des grossen Archem-Stands für die Präsentation der Glasflaschen und Konservengläsern zur Verfügung. Das Unternehmen Archem wurde 1967 gegründet und gehört zu den grössten und wichtigsten Lieferanten in der Getränke- und Lebensmittelbranche in Israel.

ASERBAIDCHAN

Umfassende Leistungsschau

Im Mai 2016 fand zum 22. Mal die «WorldFood»-Ausstellung in Baku, der Hauptstadt von Aserbaidschan statt. Vetropack Gostomel präsentierte an dieser internationalen Messe eine breite Auswahl des Produktsortiments.

Die «WorldFood Azerbaijan» gehört zu den wichtigen Ausstellungen der Lebensmittelindustrie. Davon zeugte auch die Anwesenheit des Landwirtschaftsministers Heydar Asadov an der Eröffnungsfeier am 19. Mai 2016. Er würdigte die Bedeutung der Landwirtschaft als erdölunabhängiger Wirtschaftszweig und freute sich, ein internationales Publikum begrüßen zu können.

Vetropack Gostomel nutzte diese Ausstellung, neben den Standardprodukten auch neu entwickelte Glasbehälter zu präsentieren. Die Bandbreite reichte von Wein- und Spirituosenflaschen über Milch- und Fruchtsaftflaschen bis zu

Konservengläser für Marmeladen, Früchte und Gemüse. Das ansprechend schlichte und doch elegante Design gefiel ebenso wie die bewusst gewählten traditionellen Formen. Besonders beliebt war auch «schweres» Verpackungsglas, das dem Image seines Inhalts mehr Gewicht verleiht und es dadurch zusätzlich stärkt.

Insgesamt stellten 126 Unternehmen aus 23 Ländern an der «WorldFood Azerbaijan 2016» aus. Den Besuchern wurde die ganze Vielfalt der Getränke- und Lebensmittelindustrie sowie der Verpackungsbranche gezeigt.

UKRAINIAN PACKAGING STAR

Weiss gewinnt

Der ukrainische Verpackungswettbewerb «Ukrainian packaging star» wurde dieses Jahr zum 18. Mal ausgetragen. Vetropack Gostomel gewann mit der 0,5-Liter-Flasche für den Myakush-Wodka den zwölften Stern.

Im April fand im Rahmen der Ausstellung «Pack-Expo» in Kiew die Preisverleihung des «Ukrainian packaging star» statt. Die Weissglasflasche für den einheimischen Myakush-Wodka des ukrainischen Vetropack-Werks überzeugte die Jury in der Kategorie Glasverpackungen. Sie wird im klassischen Blas-Blas-Verfahren hergestellt.

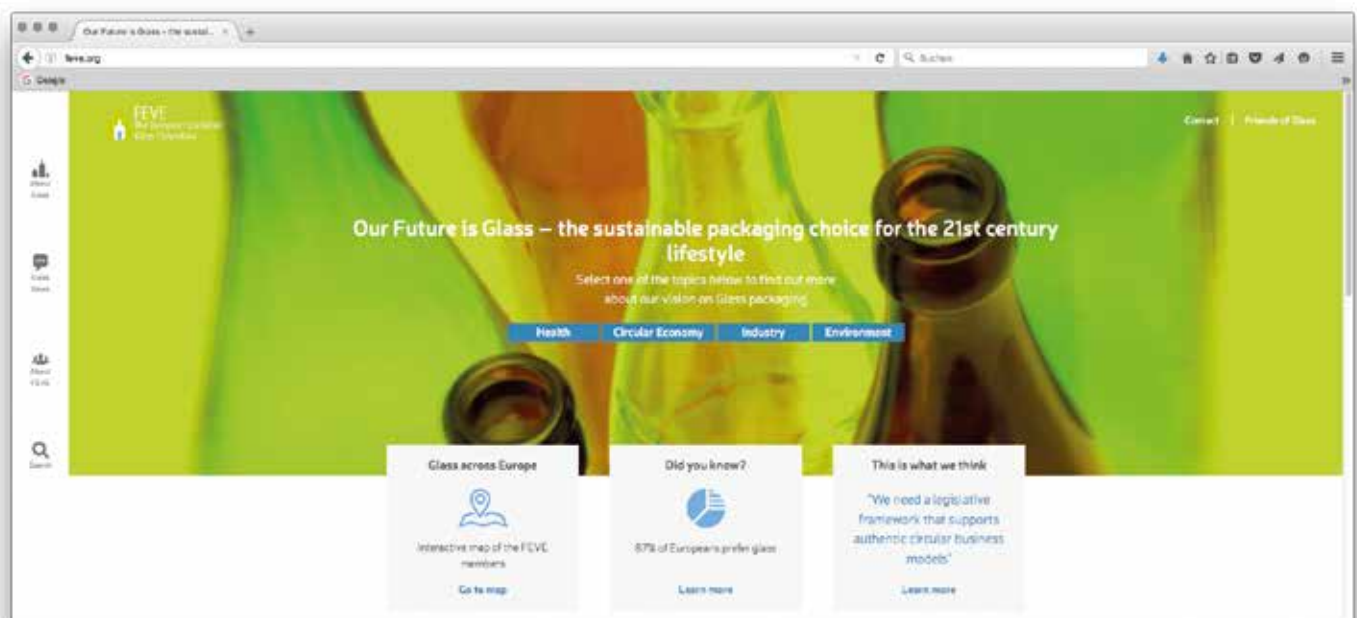
Die dekorativen Elemente verleihen der Flasche das Muster einer Wasseroberfläche, was zu einem stimmungsvollen



Gesamtbild führt. Um die Qualität der Spirituose nach dem Öffnen zu gewährleisten, ist die 0,5-Liter-Flasche mit einem Stopfen verschlossen. Für eine optimale Haptik sorgen die weich abgerundeten Schultern sowie die leicht taillierte Form.

FEVE

Neuer Look im Internet



Der Europäische Glasbehälter Verband, FEVE, hat einen neuen Internet-Auftritt. Es macht Freude, auf diesen Seiten mehr über Glas und seine Vorteile entdecken zu können.

Der neue Web-Auftritt ist klar strukturiert, frisch und sehr informativ. Mit Hintergrundwissen wird nicht gespart. So ist

beispielsweise alles Wissenswerte rund um Glas, Gesundheit und Umwelt journalistisch ansprechend aufgearbeitet und reich bebildert. Informative Grafiken sowie ruhige, unaufgeregte Eye-Catcher runden die breiten Informationen ab. Auf der interaktiven Europakarte findet man die einzelnen FEVE-Mitglieder. Machen Sie sich selbst ein Bild der neuen Webseite und besuchen Sie bei Gelegenheit feve.org.

ENTDECKUNGSTREISE

Kellerei «Les Fils Maye» zwischen Tradition und Moderne

Die Weinkellerei «Les Fils Maye SA» in Riddes im Wallis, ist ein innovatives, dynamisches Unternehmen, das keine Angst vor Veränderung hat und dennoch oder gerade deswegen sich der hohen Qualität verschrieben hat. Dass die Weine dieser Walliser Perle ausschliesslich in Vetropack-Flaschen abgefüllt werden, entspricht dieser Qualitäts-Verpflichtung.



Das Familienunternehmen «Les Fils Maye» wurde 1889 gegründet und gehört zu den ältesten und bekanntesten Weingütern im Wallis. Die Region rechts und links der Rhone mit ihren sonnenverwöhnten Hanglagen ist wie geschaffen für grossartige Weine, die Gaumen und Nase schmeicheln. Einer der ganz Grossen ist der «Clos de Balavaud» der seinen Namen der hervorragenden Einzellage verdankt. Liebevoll gehegt und gepflegt entwickelt er eine Persönlichkeit in der sich Körper und Struktur die Waage halten und subtile Geschmacksnoten auf ihre Entdeckung warten.

Wein – eine Liebe fürs Leben

Seit 125 Jahren sorgt ein engagiertes Team – vom Winzer über den Önologen bis zur Buchhalterin, unabhängig davon ob Familienmitglied oder passionierter Mitarbeiter – mit Leidenschaft und Herzblut für höchsten Genuss und unternehmerisches Gelingen. Die von «Les Fils Maye» gekelterten Weine, sind «Weine, von Könnern für Kenner, von Liebhabern für Liebhaber». Das gilt für alle Kelterungen. Denn es wird nicht nur die eigene Lese, sondern auch das

Traubengut von rund 300 Lieferanten eingekeltert. Die eigenen Rebberge sind rund 30 Hektar gross und einer davon ist der berühmte «Clos de Balavaud» in Vétroz.

Neue Abfülllinie garantiert Weinqualität

Vor gut einem Jahr hat «Les Fils Maye» in eine neue Abfülllinie investiert, die über 4 Millionen Flaschen pro Jahr verarbeitet. «Dank einem speziellen Flaschen-Entlüftungssystem werden die Aromen bewahrt», erklärt Michel Duc, Direktor der Kellerei. Die Anlage nutzt Spitzentechnologie um die leeren Flaschen zu entlüften und mit Stickstoff vorabzufüllen. Das garantiert dieselbe Qualität in der Flasche wie im Fass. Die sorgfältige Arbeit des Winzers und Önologen bleibt bewahrt.

Dass im Hause «Les Fils Maye» bei der Abfüllung ausschliesslich Vetropack-Flaschen zum Einsatz kommen, hat seinen guten Grund: Die Kellerei und Vetropack Schweiz verbindet seit Jahren eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Das Glaswerk ist nicht weit entfernt und der Kundendienst endet nicht mit der Auslieferung der Flaschen. Im Gegenteil,

wann immer Fragen rund um das Abfüllen auftauchen sollten, der technische Kundendienst von Vetropack steht immer mit Rat und Tat zur Seite. «Es tut gut, das zu wissen», ist Michel Duc überzeugt, «auch wenn wir nur ganz selten auf dieses Angebot zurückkommen, weil alles einfach läuft.»

Mehr als Wein – Le Verre Maye

Die Vinothek von «Les Fils Maye» ist ein wahres Bijou. An allen sieben Tagen der Woche können sich hier Besucher mit einem Glas Wein und Köstlichkeiten aus der Region erfreuen. Selbstverständlich können die guten Tropfen auch gekauft werden. Zudem ermöglichen Führungen in drei Sprachen das Kennenlernen aller Phasen der Weinbereitung. Und wer die Region entdecken will, der wird sicher im Tourismusangebot der Kellerei fündig. Sehenswürdigkeiten gibt es genug: Museen, Thermalbäder, Wasserkraftwerke und natürlich die Rebberge.

Noch mehr frischer Wind

Vor kurzem hat «Les Fils Maye» das Weinprogramm zielgruppengerecht zusammengesetzt. Entstanden sind drei exklusive Programme (fr. gammes): Gold, Silber und Bronze. Zur goldenen Serie gehören die Glanzstücke des Terroirs (u.a. «Clos de Balavaud»), die silberne ist auf die anspruchsvollen Liebhaber ausgerichtet und die bronzene ist reserviert für die Hotellerie und Restaurationsbetriebe.

Mit dem Entscheid für die kommunikative Neuausrichtung ging das Redesign der Etiketten Hand in Hand. Bisher zierten kleine Kunstwerke des bekannten Walliser Malers und Grafikers Robert Héritier (1926 – 1991) die Etiketten. Obwohl die dem Thema Wein gewidmeten Szenen durch ihre detailreiche Schönheit der Zeit enthoben sind, sprechen sie nicht mehr die heute geforderte einfache und klare Sprache, die von allen verstanden wird. Unabhängig davon sind sie aus der Geschichte der Kellerei nicht mehr wegzudenken. Zumal Robert Héritier bereits 1958 das erste Etikett für «Les Fils Maye» entwickelte und sie für immer wertvolle Zeitdokumente bleiben werden.

Weniger ist mehr

Die neuen Etiketten präsentieren sich in einer äusserst reduzierten Form. Sie folgen einem Farbcode und greifen – jedoch modernisiert – Héritier's Stilelemente und Figuren wieder auf. Manchmal auf den Etiketten, aber immer auf der Schrumpfkapsel, die den Logo der Kellerei «Les Fils Maye» trägt.





NOMEN EST OMEN

Vorfreude wecken, Genuss bewahren

Spitzen-Cognac abgefüllt in Spitzenflaschen: Die Odessa Cognac Factory füllt den Cognac Shustoff in speziell vom ukrainischen Vetropack-Glaswerk in Gostomel für diese Marke entwickelte Flaschen aus Weissglas ab.

Wenn Form, Inhalt und Brand eine Einheit bilden, sind die höchsten Kommunikationsziele erreicht: Unverwechselbarkeit und Authentizität. Mit der neuen Flaschenform für den Shustoff-Cognac ist dies vollumfänglich gelungen. Das Design der 0,375-Liter-Flasche entspricht derjenigen einer Glocke. Und eine Glocke gehört auch zum Logo des Produzenten, welches ebenfalls auf der Etikette dargestellt wird. Die weichen Formen der Weissglasflasche, das gedämpfte Dunkelrot der Etikette und Schrumpfkapsel, die den Naturkorken umschliesst, die goldene Beschriftung gepaart mit dem bernsteinfarbigen Funkeln des Inhalts wecken die Vorfreude auf den samtigen Geschmack und den bevorstehenden Genuss. Zudem garantiert die Glasverpackung diesen runden Genuss bis zum letzten Tropfen.

FRUCHTIG

Frische aus dem Glas

In den FRUXI-Frucht- und Gemüsesäften widerspiegelt sich der Geschmack der Natur. Abgefüllt sind sie in Grünglasflaschen des slowakischen Vetropack-Werks.

Die FRUXI-Frucht- und Gemüsesäfte sind Natur pur. Keine Zusatzstoffe finden sich in den fruchtigen Getränken. Diese entstehen durch Kaltpressung der Früchte und des Gemüses ohne Zugabe von Wasser und Zucker.

Qualitativ hochwertiger Inhalt braucht ebenso zuverlässigen Schutz – gewährleistet durch die 0,75-Liter-Flasche von Vetropack Nemšová. Das slowakische Vetropack-Werk hat bereits zum zweiten Mal für die FRUXI-Getränkfamilie die Glasflaschen entwickelt. Die grünen Flaschen mit einem Twist-off-Verschluss haben im Halsbereich zwei Kreise, die nach aussen gewölbt parallel den Glasbehälter umfassen. Auf der grossen Etikette sieht der Konsument auf Anhieb, welche Früchte das Getränk beinhaltet und dass dieses aus rein natürlichen Zutaten besteht. Produziert wird die Flasche mit dem Enghals-Pressblasverfahren, welches gleichmässige Wandstärken ermöglicht.





LEICHTGLAS

Gesund verpackt

Die Frucht-, Gemüse- und Beerensäfte der ukrainischen Marke Galicia werden aus hochwertigen ukrainischen Zutaten hergestellt und sind in 0,3-Liter-Flaschen von Vetropack Gostomel abgefüllt.

Galicia gehört in der Ukraine zu den führenden Herstellern konzentrierter Säfte. Die Frucht-, Gemüse- und Beerensäfte zeichnen sich durch natürliche Zutaten aus. Weder Wasser, Zucker, Konservierungs-, Farb- oder Geschmacksstoffe werden ihnen beigelegt. Der Erfolg dieser gesunden Getränke führt auch darauf zurück, dass sie in handlichen Glasflaschen abgefüllt werden.

Vetropack Gostomel in der Ukraine produziert für die Frucht-, Gemüse und Beerensäfte von Galicia eine 0,3-Liter-Weissglasflasche im Enghals-Pressblasverfahren. Dank dieses Verfahrens bringt die Galicia-Flasche nur noch 180 Gramm auf die Waage, ohne an Stabilität einzubüssen oder ihre herausragenden Eigenschaften zu verlieren. Sie schützt ihren Inhalt perfekt und lässt sich mit dem Drehverschluss schnell und leicht öffnen.

TRADITIONSGETRÄNK

Glasflaschen für «flüssigen Weizen»

Der ukrainische Wodka Khlibnyi Dar gehört weltweit zu den beliebtesten Getränken aus der Ukraine. Die Flaschen für dieses Nationalgetränk werden von Vetropack Gostomel produziert.

Die Markteinführung des Wodkas Khlibnyi Dar liegt erst 14 Jahre zurück und doch gehört diese Spirituose mittlerweile zu den grossen Traditionsmarken in der Ukraine – und weltweit. So belegte er beispielsweise 2011 Platz 3 der internationalen Wodka-Bestseller.

Die ovale 1-Liter-Weissglasflasche mit abgeschrägten Flanken strahlt Charakter und Stärke, Klarheit und Gradlinigkeit eines Weizenkorns aus. Da gibt es nichts zu kaschieren, nichts muss versteckt werden. Die Gravur auf der Vorderflanke verweist darauf, dass Khlibnyi Dar aus Getreide gebrannt wurde. Die hintere ist unbeschrieben. Der Hals ist leicht verlängert. Alles andere als geschwätzig ist auch das transparente Etikett. Es zeigt Weizenkörner auf der Rückseite und weist auf der Vorderseite unter anderem Premiumqualität aus, die auf die goldene Sonne über den ukrainischen Feldern zurückgeführt wird.



**PRICKELND**

Quellwasser vom Zürcher Hausberg

Frisches Quellwasser direkt aus dem Berg. Mitten in der Altstadt von Zürich. Das ist «Lokales Wasser 37», welches vom Zürcher Hausberg Uetliberg stammt. Vetropack Austria produziert die Weissglasflaschen dafür.

Urs Grütter, Initiant von «Lokales Wasser 37», entdeckte im Grundbuchauszug seiner Liegenschaft ein Wasserbezugsrecht der Stadt Zürich aus dem Jahre 1559. Dieses erlaubt ihm, pro Minute 10,5 Liter Wasser aus einer Leitung, die direkt in die Stadt führt, zu beziehen. Diese Wasserleitung wurde 1429 errichtet, um die Altstadt mit Wasser zu versorgen.

Das Wasser wird unter anderem in die 0,5-Liter-Flaschen von Vetropack Austria abgefüllt. Es ist eine Standard-Mehrwegflasche mit Kronenkork-Mündung. Konsumenten können das Quellwasser sowohl mit als auch ohne Kohlensäure geniessen. Es wird jedoch nur im Umkreis von 10 Kilometern ausgeliefert. Das Unternehmen setzt sich für den umweltfreundlichen Konsum ein und vermeidet deshalb lange Transportwege. Der Gewinn geht ausschliesslich an Entwicklungsprojekte, die sich irgendwo auf der Welt für Wasser einsetzen.

PREMIUMWASSER

Wasserflasche in Tropfenform

Ebenso schlicht und reduziert, wie klar und elegant wie ein klarer Wassertropfen, ist die neue Mineralwasserflasche für Kropla Delice, das in Polen verkauft und von Vetropack Moravia Glass in Tschechien produziert wird.

Das leicht kohlensäurehaltige Mineralwasser Kropla Delice ist ein sehr beliebtes Premiumprodukt, das aus der unberührten Bergregion der Beskiden (Karpaten) stammt. Der Kunde kann zwischen einem 0,33-Liter- und einem 0,75-Liter-Gebinde wählen. Die 0,75-Liter-Flasche wird im kroatischen Vetropack-Werk hergestellt. Ein Wassertropfen stand Pate für die Form der 0,33-Liter-Weissglasflasche, die durch ihre Schlichtheit und Eleganz besticht. Kropla Delice wird von Coca-Cola HBC Polska vertrieben.



SCHATZTRUHE

Gesunde Frische aus Polen

Vetropack Nemšová in der Slowakei produziert die neue Weissglasflasche für das polnische Mineralwasser Staropolanka. Die Flasche spielt gekonnt mit dem Formenelement der Punkte.

Die polnische Kurortvereinigung aus dem Glatzer Bergland «Kłodzkie SA – Grupa PGU», die seit über 100 Jahren besteht, verkauft unter dem renommierten Namen «Staropolanka» ein Mineralwasser, das reich an Mineralien, Spurenelementen und Ionen ist. Es soll nicht nur den Durst löschen, sondern auch die Müdigkeit bekämpfen, sind die Liebhaber dieses Wassers überzeugt und bezeichnen es liebevoll als «Mineralienschatztruhe». Bereits im 17. Jahrhundert haben die in dieser Region ansässigen Jesuiten die energiegeliebende Kraft von Staropolanka geschätzt.

Frische pur

Seit kurzem wird Staropolanka neu in die trendige 0,33-Liter-Mineralwasserflasche Obus aus Weissglas abgefüllt. Obus produziert das slowakische Vetropack-Werk und ersetzt die gleich grosse Witold-Flasche. Das frische Design zeichnet sich durch unzählige, unterschiedlich grosse, erhobene Punkte aus, die wie Wasserperlen aufzusteigen scheinen und die Energie und Lebendigkeit des Wassers symbolisieren. Das leuchtend grüne Etikett und der ebenfalls grüne Kronkorken unterstreichen diesen Eindruck zusätzlich. Dank dieser Punktgravur liegt die Flasche immer angenehm und sicher in der Hand.

Die Jahresproduktion für den polnischen Markt bewegt sich zwischen 600'000 und 700'000 Flaschen. Der Vertrieb erfolgt über das Horeca-Netzwerk (Hotels, Restaurants, Cafés und Catering). Hinzu kommt die interne Verteilung an Minenarbeiter, die vor allem in den Kupferminen des polnischen Bergbauunternehmens KGHM Polska Miedź S.A. tätig sind. Kłodzkie SA gehört ebenfalls zu dieser Kapitalgruppe.



ZWEIFACH

Die klare Sprache der Flaschen

Nicht mit einer, sondern gleich mit zwei Neuheiten wartet der Mineralwasserabfüller Knjaz Miloš aus Serbien dieses Jahr auf: Das gleichnamige Wasser Knjaz Miloš und Aqua Viva erscheinen im neuen Glaskleid.

Das anspruchsvolle und hochwertige Design der grünen 0,75-Liter-Mineralwasserflasche Knjaz Miloš erzielt seinen Effekt aufgrund seiner klaren Linienführung, die durch das silber-rot-grüne Etikett noch zusätzlich unterstützt wird. Der Kalzium- und Magnesiumgehalt des Wassers ist perfekt ausgeglichen und deshalb bei Fans von stark kohlenensäurehaltigen Getränken sehr beliebt. Kein Wunder, ist der Name Knjaz Miloš bereits zum Synonym für Mineralwasser geworden. In diesem Sinne kommuniziert die neue Glasflasche – ganz im Einklang mit der reichen Geschichte des Hauses Knjaz Miloš, die auf dem Etikett zitiert wird, und abgestützt auf die Beliebtheit bei den Konsumenten – Selbstbewusstsein und Beständigkeit.

Natur pur

Das Wasser Aqua Viva steht für Natur pur: Es entspringt dem serbischen Vulkanberg Bukulja. Seine 500 Meter tiefe Quelle wird von Ton- und Granitschichten geschützt.

Auf den ersten Blick sieht man der neuen 1-Liter-Weissglasflasche mit Drehverschluss ihr Volumen nicht an. Ein geprägtes Wellenband erhebt sich verjüngend aus dem schlanken Sockel, wird schwungvoll breiter und mündet in einen leicht umfangreicheren, eleganten Zylinder, mit minimaler Aussparung für das Rundum-Etikett. Blausilbern oszillierend wird eine stilisierte Berglandschaft sichtbar – und mittendrin der Bukulja. Konzentriert man sich nur auf die Silhouette, so erweckt die sich erst verjüngende und dann erweiternde Form den Eindruck von dem Fels entspringendem Wasser. Eine Assoziation, die gewollt ist.

Beide Flaschen werden im kroatischen Vetropack-Werk in Hum na Sutli produziert.





VIVA!

Einzigartige Merlot-Komposition in Vetropack-Glas

Tunnelwein, statt Tunnelblick! Viel Weitsicht zeigte der Dachverband Ticinowine als er in Zusammenarbeit mit der Coop und der Weinkellerei ein Weinprojekt zur Einweihung des Gotthard-Basistunnels lancierte. Gefüllt ist dieser besonders feine Tropfen in Vetropack-Flaschen.

Anfang Juni 2016 feierte die Schweiz die Eröffnung des Gotthard-Basistunnels. Über 80'000 Besucher reisten für diese Feierlichkeiten aus allen Schweizer Landesteilen und dem Ausland auf die Festplätze rund um das Gotthard-Bergmassiv. Der 57,1 Kilometer lange Basistunnel ist der längste Eisenbahntunnel der Welt.

Und weil so ein einzigartiger Jahrhundertbau auch mit einem einzigartigen Wein begossen werden sollte, wurde ein offizieller Festwein hergestellt. Unter dem Motto «Merlot per la porta del Ticino» (Merlot für das Tor zum Tessin) haben sich unter der Federführung vom Dachverband Ticinowine zehn Tessiner Kellereien zusammengeschlossen, um ihre Crus zu einem Merlot und einem Bianco di Merlot zu vereinen, die von der Coop Weinkellerei gefüllt wurden.

Beide Weine stammen nicht aus einer einzigen Kellerei, sondern spiegeln das gesamte Tessiner Terroir wider. Die beiden Festweine wurden deshalb aus auserlesenen Crus von zehn Produzenten assembliert und vertreten somit symbolisch die gesamte Produktion von rund siebzig Tessiner Produzenten.

Die 0,75-Liter-Bordeaux-Europea-Weinflaschen in Cuvée stammen aus dem Schweizer Vetropack-Werk in St-Prex. Das Etikett der Jubiläumsflaschen wurde von Gottschalk+Ash International aus Zürich entwickelt und lädt ein, ins Tessin zu reisen und von der Distanzverkürzung des Tunnels zu profitieren. Seine rote und blaue Farbe entsprechen dem Tessiner Wappen.



KAMPAGNEN

Von Auszeichnungen und sprechenden Flaschen

Seit 2008 setzt sich Friends of Glass aktiv für Glas ein. Neu wird den Konsumentinnen und Konsumenten sogar mit sprechenden Flaschen humorvoll das Glasrecycling näher gebracht. Die bereits abgeschlossene Kampagne #MapYourTaste erhielt kürzlich den International & European Association Award in der Kategorie Social Media.



Im vergangenen Jahr entwickelte Friends of Glass zusammen mit namhaften Geschmacksexperten eine kulinarische Europakarte, basierend auf der Kampagne #MapYourTaste. Die Konsumenten wurden mittels eines Onlinequiz aufgefordert, dem eigenen Land die unverkennbare Geschmacksrichtung zu geben. Über 29'000 Personen füllten das Geschmacksquiz aus. Ein voller Erfolg! Ebenso erfolgreich war diese Kampagne im Rahmen der «International & European Association Award»-Preisverleihung. In der Kategorie Social Media erreichte sie nämlich den ersten Platz.

Da man sich bekanntlich nicht auf Lorbeeren ausruhen soll, ist seit Anfang 2016 schon die Nachfolgekampagne am Start: Endless Lives of Glass. Das Thema ist, wie es der Namen errahnen lässt, dem endlosen Leben von Glas gewidmet. Auf lehrreiche und humorvolle Weise dreht sich alles ums Glasrecycling. In verschiedenen europäischen Supermärkten wurden Videos mit versteckter Kamera gedreht. Eine Glasflasche aus dem Verkaufsregal sprach einzelne Kunden direkt an und verwickelte sie in ein Gespräch. Entstanden sind sechs Videos, die auf der Webseite der Friends

Der QR-Tag
führt Sie zum
Best-of-Video der
Kampagne.



of Glass sowie im Social Web zu finden sind. Sie zeigen: Glas kann unendlich oft zu neuen Flaschen und Konservengläsern recycelt werden. Bekannte europäische Komiker und Schauspieler verliehen den Flaschen ihre Stimme. In der deutschen Version ist es Kaya Yanar, in der französischen Christophe Beaugrand und in der italienischen Diego Abatantuono.

Die Grundlagen für diese Kampagne lieferten die Ergebnisse einer unabhängigen europaweiten Umfrage, welche von dem Research Institute ResponDi im Auftrag der Friends of Glass durchgeführt wurde. Laut Studie recyceln 94 Prozent der befragten Europäer ihre Haushaltsverpackungen, 82 Prozent geben an, ihre Glasverpackungen immer zu recyceln. Die älteren Menschen sind sich der Bedeutung wiederverwertbarer Lebensmittelverpackungen für die Umwelt mehr bewusst wie die jüngeren.

Resultate aus den Ländern, in welchen Vetropack einen Standort hat

	Schweiz	Österreich	Tschechien	Slowakei	Kroatien	Italien
Generelle Recycling-Quote	99,6 %	99,1 %	94,6 %	96,2 %	97,8 %	99,0 %
Glas-Recycling	93,1 %	89,9 %	79,1 %	75,3 %	67,3 %	90,8 %





DIES UND DAS

Interessantes und Kurioses aus und über Glas

Der Einsatz von Glas ist vielfältig und scheint kaum Grenzen zu kennen. Es gibt Möbel, die aus Glas sind, Gesellschaftsspiele wie Schach und Mühle, Teller, Tassen und Becher, Flaschen und Konservengläser. Aber auch Bilder und Mosaik – aber nicht nur.

In der Sommerausgabe der Vetrotime stellen wir Ihnen Interessantes und Kurioses rund um das Thema Glas vor. Vielleicht überrascht das eine oder andere Sie ebenso wie die Vetrotime-Redaktion.

Architektur und Glasflaschen

Zugegeben, der österreichische Künstler Friedensreich Hundertwasser hat mit der von ihm propagierten Architektur die Messlatte hochgelegt. Bewusst gestaltete Unebenheiten und geschwungene Formen ohne Ecken und Kanten zeichnen seine Gebäude aus. Ebenso wie die Verwendung unkonventioneller Baustoffe, u.a. Glasflaschen. Gebäudewände, bei denen das Licht nicht durch Fenster, sondern durch bunte Glasflaschen in den Raum fällt, findet man auf der ganzen Welt. Hier einige Beispiele: die Hundertwasser-Toilette im neuseeländischen Kawakawa, in den Hundertwasser-Häusern in Wien und Magdeburg sowie in der Schweizer Markthalle in Altenrhein.

Etwas weniger artifiziell, dafür aber wesentlich fragiler wirken die zahllosen Glashäuser, deren Wände fast nur aus Glasflaschen bestehen. Eines davon befindet sich in Cap-Egmont auf den kanadischen Prinz-Edouard-Inseln. Es

wurde in den 1980er-Jahren erbaut. Über 20'000 Flaschen mussten für den Bau leergetrunken und gesammelt werden. Das unbewohnte Haus ist Bestandteil einer Museumsanlage, zu der auch eine Taverne und Kapelle gehören, die ebenfalls aus bunten Glasflaschen gebaut worden sind. Der Museumsprospekt wirbt mit der Farbsymphonie aus Licht im Inneren der Räume.

Glastränen, die keiner weint

Glastränen wurden gleich auf zweifache, ganz unterschiedliche Arten weltberühmt. Zum einen durch den russisch-jüdischen Dadaisten und Fotografen Man Ray, der eigentlich Emmanuel Rudnitzky hieß und zum anderen durch eine physikalische Erscheinung. Bleiben wir zunächst beim Fotografen. Man Ray war ein Meister der surrealen Verfremdung. Seinen Werken haftet stets etwas Rätselhaftes an. Berühmt geworden ist er unter anderem durch seine Fotografie «The Tears», die um 1930 entstand. Zu sehen sind die ausdrucksvollen Augen einer schönen Frau, die keine Gefühle zeigt und artifiziell drapierte Tränen aus Glas «weint».

Über noch mehr Durchschlagskraft wie die Bilder Man Ray's verfügen im wahrsten Sinne des Wortes die Bologneser

Glastränen. Sie sind auch unter den Namen Teufelstränen, Batavischer Tropfen oder Prince Rupert's Drops bekannt. Diese Tränen entstehen, indem man Glas erhitzt und es dann in einzelnen Tropfen in ein Gefäss mit Wasser fallen lässt. Die Oberfläche des Glases erstarrt und umschliesst das noch flüssige Glas im Innern. Durch das langsame Abkühlen von aussen nach innen entstehen grosse mechanische Spannungen. Die Träne hält problemlos gleichmässigen Belastungen stand. Die kleinste Verletzung an der Oberfläche reicht jedoch aus, das fragile Gleichgewicht zu zerstören und die Träne zerstäubt in winzige Splitter.

Glastränen sind in mecklenburgischen Glashütten bereits um 1625 bekannt. 1642 werden sie in Bologna zusammen mit der Bologneser Flasche neu erfunden. Diese verhält sich ähnlich wie die Glastränen. Denn mit der kugelförmigen, dickwandigen Flasche, die eher einem Glaskolben entspricht, lassen sich problemlos Nägel in ein Stück Holz schlagen. Doch sobald ein Nagel in die Flasche hineinfällt, zerbricht sie explosionsartig. Da die Nagelspitze die Oberfläche verletzt, «entlädt» sich die starke Spannung unter der die Flasche steht.

Glaswasser in Medizin und Hexenkunst

Bleiben wir im Mittelalter. Glas wurde damals auch zu Medizin verarbeitet. Für das Glaswasser wurde Glasstaub mit Wasser aufgeschwemmt. Den Glasstaub stellt man mit Glastränen her. Zerstossenes und gemahlenes Glas unter schmackhaftes Essen gemischt, soll so manchem gutgläubigen Mann, der auf eine Hexe hereingefallen war, das Leben vorzeitig verkürzt haben.

Glaswasser und Wasserglas in der Chemie

Glaswasser bezeichnet einen bestimmten, von der üblichen Form abweichenden Zustand von Wasser bei Temperaturen um minus 200 Grad und hohem Druck. Wasserglas hingegen ist der Name für wasserlösliche Alkalisilikate. Die amorphe, nicht-kristalline Verbindung kann fest, flüssig oder gallertartig sein. Wasserglas wird vielfältig eingesetzt. Zum Beispiel als Kleb- und Bindemittel, als Bleiche in der Papierindustrie, zum Korrosionsschutz oder als Abdichtung von Mauerwerk. Bevor es Kühlschränke gab, kam es auch in der Küche zum Einsatz. Um Eier länger frisch zu halten, wurden sie in Wasserglas konserviert. Dazu verrührte man die Alkalisilikat-Lösung mit Wasser (1 zu 9) und schlug die

Mischung mit einem Schneebesen auf. Sobald sie halbfest war, legte man die Eier hinein. Das Wasserglas verschloss die Poren der Eier und machte sie so länger haltbar.

Gablonzer Glasschmuck

In der böhmischen Stadt Gablonz an der Neisse (Jablonec nad Nisou) entwickelte sich Mitte des 19. Jahrhunderts ein lockerer Verbund von klein- und mittelständischen Unternehmen, die sich auf die Produktion von Modeschmuck und Glaskurzwaren spezialisierten. Hohlgeblasene Glasperlen zählten neben geschliffenen Glasknöpfen zu den absoluten Verkaufshits. In der Gablonzer Region legte 1895 auch der Glasschleifer Daniel Swarovski den Grundstein für das weltberühmte Swarovski-Unternehmen. Die Blüte erlebte der Gablonzer Glasschmuck vor dem Zweiten Weltkrieg. Danach wurden die Unternehmen verstaatlicht. 1989 haben sich die gesellschaftlichen Verhältnisse erneut verändert. Die nun wieder privatisierten Unternehmen knüpfen abermals an die 1920er-Jahre, die Zeit des grössten Ruhms, an.



Bild: dawanda.com/shop/jungferzart

Übrigens: Bevor 1955 im heutigen Vetropack-Werk Kremsmünster die industrielle Produktion von Verpackungsglas begann, stellten auch dort fleissige Hände Glasschmuck nach Gablonzer Art her.

**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**

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

Ukraine

Telefon +38 044 392 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