

VETRO TIME

MARKT
Handwerklich
gebraut

TECHNIK
Schmierroboter

KUNST
Abstrakte Bierwelten

03 MARKT	Braukunst gekonnt verpackt
06 VETROPACK ITALIA	Einzigartige Bierkultur
08 TECHNIK	Automatisches Schmieren
09 NEUE DESIGNS	Hochprozentig, süß, fruchtig und herb
13 AUSBILDUNG	Gruppenweites Training in Pöchlarn
14 JUBILÄEN	Zeit zum Feiern
18 KUNST	Abstrakte Bierwelten – gemalt mit Bier

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Diese Vetrotime liest sich fast wie eine Spezialausgabe zum Thema Bier. Es beginnt schon auf der Titelseite, wird dann noch manifester in den Artikeln über Spezial- und Craftbier (ab der gegenüberliegenden Seite) und macht auch vor den Kunstseiten (18 und 19) nicht halt.

Doch der Reihe nach. Craft- und Spezialbiere werden immer beliebter. Das weiss ich nicht nur aus der Statistik, sondern auch aus eigener Erfahrung. Ich mag Bier und entdecke gerne die neuen, unverwechselbaren Geschmacksrichtungen handwerklich gebrauter Biere. Aber auch die traditionellen Sorten schätze ich nicht nur an heissen Sommertagen. Ich weiss, damit bin ich in bester Gesellschaft. Das zeigt sich auch an der ständig steigenden Besucherzahl der Fachmesse BrauBeviale, die am 8. November ihre Tore in Nürnberg öffnet. In gewissem Sinne ist diese Vetrotime-Ausgabe auch eine Hommage an diese Messe und ihre Besucher. Denn sie zeigt auf, was wir im Bereich Bier alles zu bieten haben. Ganz besonders erwähnen möchte ich die exklusiven Bierflaschen, die in unserem italienischen Werk produziert werden. Sie machen den Biergenuss zu einem wahren Trinkerlebnis. Ja, und da wäre noch die Bierkunst. Gerne lade ich Sie ein, diese selbst zu entdecken. Sei es lesend oder vor Ort, indem Sie die Ausstellung besuchen.

So spannend das Thema Bier auch ist, Vetropack hat noch viel mehr zu bieten, wie Sie wissen. Dazu gehören unter anderem unsere neuesten Glasverpackungen, die wir in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden entwickeln durften (Seiten 9 bis 12). Aber auch in eigener Sache gibt es einiges Neues zu berichten. So haben wir zum Beispiel am österreichischen Standort in Pöchlarn ein Trainingszentrum eröffnet, in dem künftig Produktionsmitarbeitende aus allen unseren Werken laufend geschult werden. Denn die hohe Qualität unserer Glasbehälter ist uns wichtig und das ist nur dank bestens ausgebildeter Mitarbeitender möglich.

Was noch zu sagen bleibt? Viel Freude bei der Lektüre. Und für die bevorstehenden Feiertage wünsche ich Ihnen eine genussvolle Zeit im Kreise Ihrer Familien und Freunde. Herzlichen Dank für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und einen guten Start ins 2017!

Herzlichst


Claude R. Cornaz





BIERSPEZIALITÄTEN

Braukunst gekonnt verpackt

Leidenschaft und Können zeichnen besondere Biersorten aus, die heute gerne unter dem Begriff «Craft Beer» zusammengefasst werden. So unterschiedlich ihr Geschmack auch sein mag, alle heben sich durch einen eigenständigen Charakter ab. Das spiegelt sich auch in ihrer Verpackung wider.

Die Vielfalt der Bierangebote ist so breit wie nie zuvor. Kleine innovative Brauereien bereichern die Brauerlandschaft ebenso wie die Spezial- und Nischenangebote grosser etablierter Betriebe. Craft Beers liegen im Trend. Die Nachfrage wächst und zu den Konsumenten gehören immer mehr Frauen und Junge.

Das Handwerk des Brauens

Craft Beer – unter diesem Begriff werden heute gerne spezielle Biere zusammengefasst, die sich mehr und mehr grosser Beliebtheit erfreuen. Die Bezeichnung, die ursprünglich aus den USA kommt, ist keine präzise Beschreibung, sondern bedeutet vielmehr, dass diese Biersorten handwerklich (craft = Handwerk bzw. selbst gemacht; beer = Bier) hergestellt werden. Dementsprechend definiert die US-amerikanische Brewers Association: «An American craft brewer is small, independent and traditional.» Um diesen Vorgaben zu entsprechen, darf der Jahresausstoss 9,5 Hektoliter nicht übersteigen, darf die Brauerei nur bis zu maximal 25 Prozent einem Konzern gehören, und das Bier muss zum grössten Teil aus Wasser, Malz, Hopfen und Hefe bestehen.

Allein aufgrund des Jahresausstosses müssten für den Versuch einer europäischen Definition andere Massstäbe herangezogen werden, wenn es überhaupt eine braucht. Denn betrachtet man Craft Beer vor allem als Bierspezialitäten, dann zeichnen sie sich insbesondere durch ihren eigenständigen Charakter aus. Es sind aussergewöhnliche Biere, die man entweder liebt oder eben nicht. Manchmal entfalten sie ihr einzigartiges Aroma erst, wenn sie bestimmte Speisen



begleiten. In der Regel liebt es ihr Braumeister zu experimentieren: Die Aromenvielfalt der Rohstoffe wird herausgekitzelt und mit den Zutaten gespielt. Craft Beer sei mehr eine geistige Grundhaltung, die durch die Liebe zum Bier und seinen Rohstoffen geprägt werde, als ein technisch zu erklärender Begriff, wird dementsprechend auf einer deutschen Webseite festgehalten (bier.de). Oder anders gesagt: Der Braumeister kreiert den Geschmack, nicht der Markt.

Geschmacks-Explosion

Hopfen, Malz, Wasser und Gärung sind die Aromalieferanten der traditionellen Biere. Malz liefert eine Aromabandbreite, die von Karamell, Nuss, Kaffee und Schokolade bis zu Rauch reicht. Aber auch auf den Hopfen kommt es an. Er liefert nicht nur Bitterstoffe, sondern kann ebenfalls nach Blaubeere, Melisse, Zitrusfrüchten oder Kräutern schmecken, wenn die Biere auf ihm reifen. Einen weiteren Beitrag zur Biervielfalt leistet das verwendete Wasser. Denn kein Wasser schmeckt wie das andere. Bei Spezialbieren können



zusätzlich andere natürliche Zutaten verwendet werden. Die Bandbreite reicht von Kirschen, Orangenschalen über Koriander, Chili, Ingwer bis zum Hanf.

Der Geschmack eines Biers wird zudem von seinem Alkoholgehalt beeinflusst. Hinzu kommt die Art der Lagerung. Wird Bier in Holzfässern gelagert, wird die entsprechende Holznote auf der Zunge spürbar; ebenso wie die Spirituose, die zuvor im verwendeten Fass reifte.

Auf diese Weise können bis zu 1'000 unterschiedliche Aromen beim Brauen entstehen.





Glas macht den Unterschied

Die einzigartigen Eigenschaften von Glas garantieren einen 100-prozentigen Biergenuss. Der Gerstensaft schmeckt nie schal, denn der Kohlensäuregehalt wird über lange Zeit optimal erhalten und das Bier behält seine Qualitäts- und Geschmacksmerkmale.

Das ideale Trinkglas

Damit sich der Biergeschmack beim Trinken voll entfalten kann, spielt die Form des Trinkglases eine wichtige Rolle. Biersommeliers empfehlen Gläser, die Raum zur Aromaentfaltung bieten und über einen Art Duftkamin verfügen. Also eine Art Kegel, ein leicht bauchiges Glas, das sich nach oben verjüngt. Für gehaltvolle Sorten darf daher gerne zum Pokal gegriffen werden und für den leichteren Biergenuss eignet sich der Becher perfekt.

Die ideale Verpackung

Im Vetropack-Sortiment finden sich zahlreiche Glasflaschen, die den hochwertigen Bierprodukten entsprechen und ihre Einzigartigkeit im Verkaufsregal oder bei der Degustation noch mehr zum Tragen bringen. So kann zum Beispiel die 0,75-Liter-Bierflasche aus Braunglas nicht nur mit einem Kronenkorken verschlossen werden, sondern auch mit einem Sektkorken, wenn die Liège-Mündung gewählt wurde. Der Sektkorken-Verschluss unterstreicht die Wertigkeit des Gerstensafts und verleiht ihm eine besondere optische Note. Aber auch die 0,33-Liter-Gambrinus-Bierflasche ist als Verpackung für Spezialitäten sehr beliebt. Besonders exquisit sind die Bierflaschen, die von Vetropack Italia hergestellt werden (siehe dazu den Beitrag auf den Seiten 6–7). Und sollten Sie in unserem Standardsortiment nicht die richtige Flasche für Ihr Craft Beer oder Ihre Bierspezialität finden, kein Problem: Gerne entwickeln wir zusammen mit Ihnen Ihre ganz persönliche und individuelle Bierflasche. Lassen Sie sich beraten.





BIERKULTUR

Bier – einzigartig verpackt

Anspruchsvolle Bierkreationen im Designerkleid – italienischer Chic durch und durch. Das junge Bierland Italien setzt überraschende Geschmackstrends und Vetropack Italia liefert die kongenialen Verpackungen aus Glas.

Italien ist bekannt für seinen Wein. Dass es auch ein faszinierendes Bierland ist, müssen viele erst entdecken. Fest steht: Italiens Craft Biere profitieren von der grossen Weintradition, denn viele Braumeister orientieren sich mit ihren Rezepturen an den Weintrinkern. Das heisst: Terroir und Gewürznoten beeinflussen die Braukunst ebenso wie die Regionalität. Fest steht auch: Die handwerklich gebrauten Biere erfreuen sich in Italien immer grösserer Beliebtheit. Vermehrt werden die edlen Biere auch als Alternative zum Wein gewählt.

Bier boomt

Heute gibt es in Italien über 600 Brauereien, 2009 waren es nur rund 250. Neben der grossen Nachfrage erleichtern neue Brau-Technologien den Einstieg in dieses Berufsfeld. Noch ist die Produktion von Bierflaschen von Vetropack Italia ein kleiner, aber feiner Bereich. Durch die neu entstehenden Möglichkeiten auf dem Biermarkt ergibt sich für das italienische Glaswerk ebenfalls die Chance, den Bierbereich auszubauen. Denn die Spezialisten greifen auf langjährige Erfahrung in der Produktion von Verpackungsglas zurück



und können vom ebenfalls langjährigen Know-how der Vetropack-Gruppe profitieren.

Bier mit Stil

Der italienische Craft Bier-Experte und Mitherausgeber des «Guida alle Birre d'Italia» der Organisation Slow Food, Luca Giaccone ist überzeugt, dass eine der unverwechselbaren Merkmale italienischer Craft Biere ihre Verpackung ist. Und vielleicht werden deshalb in Italien auch gerne Bierflaschen verwendet, die Weinflaschen ähnlich sehen, oder sogar mit ihnen identisch sind. Bereits um 1990 begann Birrificio Baladin die Spezialbiere in für traditionelles Bier eher ungewöhnliche Flaschen abzufüllen. Seither zeichnet sich die über-

wiegende Mehrheit der «italienischen» Spezialbierflaschen durch ihre stilvolle Eleganz aus – Italianità pur. Dies belegt auch das wunderschöne, elegante Bierflaschen-Sortiment der italienischen Vetropack-Tochtergesellschaft.

Geschmackvolle Etiketten oder originelle Sleeves unterstützen den eleganten Charakter. Es sind anspruchsvolle Kreationen. Das gilt für den Inhalt gleichermassen wie für die Verpackungen.

SCHMIERROBOTER

Automatisches Schmieren

Im österreichischen Glaswerk in Kremsmünster wurden drei Schmierroboter installiert. Diese entlasten die Maschinenführer und gewährleisten ein konstantes und gleichmäßiges Auftragen einer Öl-Graphitschicht auf den Vorformen in den Glasproduktionsmaschinen. Das Schmieren der Vorformen ist eine Grundvoraussetzung sowohl für einen einwandfreien Formgebungsprozess als auch für die Qualität der Glasbehälter.



Eine der Hauptaufgaben des Maschinenführers in der Produktion ist es, in regelmäßigen Abständen mit einem bürstenartigen Pinsel eine Öl-Graphitpaste gleichmäßig und präzise auf die Vorformen und Mündungswerkzeuge aufzutragen. Dies ist für die Qualität der einzelnen Artikel absolut entscheidend. Da jeder Maschinenführer seinen eigenen Arbeitsstil hat, können im 24-stündigen Produktionszyklus durchaus Variationen auftreten.

Die Vorteile einer automatischen Schmierung liegen auf der Hand: Der Maschinenführer ist entlastet sowie ein konstanter, gleichmäßiger Schmierfilm über 24 Stunden gewährleistet. Nach erfolgreicher Durchführung des Pilotprojekts eines Schmierroboters der Firma Novaxion wurden nun drei im österreichischen Glaswerk in Kremsmünster an drei Glasproduktionsmaschinen fest installiert.

Der Roboter fährt auf einer Schiene zur Station der Maschine, bei welcher die Vorformen geschmiert werden müssen. Das exakte Timing wird von der FlexIS-Steuerung der Maschine vorgegeben. Die Station geht nun automatisch in den Schmierzyklus bei welchem die Vorformen im Gegensatz zum manuellen Schmieren geschlossen bleiben. Die am Roboterarm befestigte Sprühlanze taucht in die Vorformen ein und besprüht diese in der Abwärtsbewegung. Am untersten Punkt angekommen, wartet der Roboter bis die Vorformen sich öffnen und sprüht dann ein zweites Mal auf und in die Mündungswerkzeuge.

Der Roboter arbeitet 24 Stunden in einem durch Laser-Scanner abgesicherten Arbeitsbereich. Kommt man während des Schmiervorgangs in diesen Bereich, stellt sich der Roboter automatisch ab.



UNVERWECHSELBAR

Der Star von Prag

Das tschechische Bier Staropramen hat einen neuen Look. Die Glasflaschen von Vetropack Straža überzeugen durch ihr schlichtes Design und der leuchtend grünen Farbe.

Staropramen ist seit 1869 nicht nur in der tschechischen Bierszene ein fester Begriff. Das Bier gehört dazu, egal ob eine Geburtstagsfeier oder ein gemütliches Beisammensein mit Freunden ansteht. Man tauscht sich aus und erzählt von Erlebtem. Und wenn alles gesagt ist, sorgt Staropramen mit seiner neuen Glasverpackung für weiteren Gesprächsstoff am Tisch.

Das überarbeitete Design fasziniert auf den ersten Blick. Die Grünglasflasche mit Kronkork-Verschluss, die vom kroatischen Vetropack-Werk produziert wird, liegt perfekt in der Hand. Inspiriert wurde sie vom unverwechselbaren Prager Lebensgefühl. Der verführerischen gold-gelben Farbe des Biers mit dem feinen Schaum kann man kaum widerstehen.

Die Bierflaschen gibt es mit einem Volumen von 0,5- und 0,33-Litern. Sie werden im Press-Blas-Verfahren produziert und sind als Mehrwegverpackung erhältlich. Beim Entwerfen des schlichten Flaschenkörpers waren die Glasspezialisten von Vetropack Straža gefordert. Denn die Flaschen mussten technisch so angepasst werden, dass sie in den bestehenden Bierkästen Platz haben.





FRUCHTIG

Augen- und Gaumenschmaus

Für den grünen Smoothie von true fruits produziert das slowakische Vetropack-Werk einen Teil der Grünglasflaschen. Mit den eigens entwickelten Aufsätzen kann man die Flaschen von true fruits wahlweise als Teekanne, Salzstreuer oder Essigbehälter weiterverwenden.

Eine wahre Freude für die Augen sind die farbenfrohen Smoothies von true fruits. Für den grünen Smoothie liefert Vetropack Nemšová einen Teil der ebenfalls grünen Glasflaschen. Hinter den mit einer Twist Off-Mündung versehenen 0,25-Liter-Flaschen steckt der Leitgedanke «true fruits – no tricks». Und dies passt perfekt zu Glasverpackungen. Die Flaschen werden mit Siebdruck bedruckt. Neben den Informationen über das Produkt sowie dessen Inhalt weist die Oberfläche auch immer wieder kreative Texte auf. So punktet der grüne Smoothie beispielsweise mit Grünkohl, Spinat, Ingwer, Matcha-Tee und einer ordentlichen Portion an Früchten. Die Smoothies kann man in Deutschland, Österreich und in der Schweiz kaufen.

Glasflaschen schützen ihren Inhalt perfekt. Und weil die Flaschen so wertvoll sind, hat sich true fruits ein Upcycling mit diversen Verschlusssystemen überlegt: vom Teesieb über den Streuer für Salz oder Zucker bis hin zum Giesser für Öl oder Essig.

HOCHPROZENTIG

Ein Hauch Folklore

Das ukrainische Unternehmen OLYMP hat eine neue 0,375-Liter-Flasche des Malinovka-Wodkas auf den Markt gebracht. Die Weissglasflaschen produziert Vetropack Gostomel.

Wer sein alltägliches Essen zu einem Festmahl gestalten möchte, für den ist der Malinovka-Wodka die perfekte Ergänzung. Die Spirituose von OLYMP wird nach traditionellem Rezept gebrannt und besteht aus rein natürlichen Zutaten: Getreidealkohol der Güteklasse «Lux», Wasser, Honig und aromatisierter Alkohol. Die dreifache Destillation verleiht dem Wodka einen runden Geschmack. Bei «Lux» darf der Anteil an Methylalkohol, gemessen am Anteil reinen Alkohols, nicht mehr als 0,02 Prozent aufweisen. Methylalkohol wird bei der Produktion von Spirituosen in geringen Mengen freigesetzt.



Die Rückseite der 0,375-Liter-Flasche zieren Gravuren, die traditionelles Dekor und die Hauptbotschaft «Malinovka. Immer Ferien» widerspiegeln. Elegante Relief-Elemente und die Schlichtheit der Etikette sowie der Drehkork-Verschluss harmonisieren miteinander und verleihen dem Wodka visuell eine festliche Komponente. Das ukrainische Vetropack-Werk in Gostomel stellt die Weissglasflaschen her. Design wurden sie von der Allberry-Agentur in Kiew, die für Design von alkoholischen Getränken in der Ukraine bekannt ist.

BRAZIL

Muskatperlen perfekt verpackt

Der La Festa-Sekt des Schaumwein-Herstellers Odessa stammt aus den Weinbergen entlang der Schwarzmeerküste. Vetropack Gostomel produziert die oliv-farbigen Glasflaschen für das perlende Getränk.

Ein Hauch von Ferien an der italienischen Riviera spürt man, wenn man den Schaumwein La Festa genießt. Denn dieses leuchtend gelbperlende Getränk ist aus Muskattrauben und wird nach der italienischen «Federico Martinotti»-Methode – besser bekannt als Charmat-Methode – hergestellt. La Festa hat den verlockenden Geschmack weisser Trauben kombiniert mit tropischen Früchten, Akazienblüten, Honig und Lychees. Die eleganten 0,75-Liter-Flaschen in Olive aus dem ukrainischen Vetropack-Werk widerspiegeln das frische und zugleich süsse Aroma exzellent. Die weichen und klaren Linien des Flaschenkörpers unterstreichen das elegante Aussehen – ein Blickfang in jedem Supermarkt-Regal.



UNVERKENNBAR

Novität für Bulgarien

Konsumentinnen und Konsumenten in Bulgarien kommen in den Genuss von Coca-Cola in einer neuen 0,75-Liter-Weissglasflasche. Die Flaschen fertigt das slowakische Vetropack-Werk.

Coca-Cola ist weltweit das beliebteste und am meisten verkaufte Softgetränk. Begonnen hat die Erfolgsgeschichte 1886 in Atlanta im US-Bundesstaat Georgia. Der amerikanische Apotheker John Pemberton suchte ein einzigartiges, erfrischendes Getränk. Fast 100 Jahre später, 1965, wurde Coca-Cola zum ersten Mal in Bulgarien produziert.

Die neue 0,75-Liter-Flasche in Weiss stellt Vetropack Nemšová her. Vetropack Austria hat in Zusammenarbeit mit Coca-Cola die Mehrwegflasche entwickelt. Ein schlanker, schlichter, aber eleganter Körper sowie die unverkennbare Gravur «Coca-Cola» zeichnen die Flasche aus. Getoppt wird sie mit einem Schraubverschluss mit rotem Deckel.





GRUPPENWEIT

Trainingszentrum Pöchlarn

Gut geschulte, qualifizierte und motivierte Mitarbeitende sind die treibende Kraft eines jeden Unternehmens. Nun wurde in Pöchlarn, Österreich, ein Trainingszentrum errichtet, welches auf die gruppenweite interne Weiterbildung von Mitarbeitenden in der Produktion spezialisiert ist.

Steigende Anforderungen bezüglich Qualität und Produktivität an die Mitarbeitenden in der Produktion sowie die steigende Komplexität der Produktionsmaschinen erfordern viel Know-how. Um diesen hohen Anforderungen weiterhin gerecht zu werden und in Zusammenarbeit mit den Kunden die gewünschten Produkte herzustellen, setzt Vetropack vermehrt auf interne Weiterbildung. Deshalb wurde am österreichischen Standort Pöchlarn ein Trainingszentrum gebaut, in dem Mitarbeitende aller Werke geschult werden.

Das Herz des Trainingszentrums ist eine IS-Maschine die mit insgesamt sechs Stationen bestückt werden kann. Sie steht in einem rund 100 Quadratmeter grossen Trainingsraum. Im Gebäude befindet sich ebenfalls ein Unterrichtszimmer für 15 Personen. Vetropack ist der direkte Praxistransfer sehr wichtig: Das im Trainingszentrum erworbene Wissen ergänzt gezielt das Lernen im Arbeitsalltag.

Vorteile

Gut ausgebildete und motivierte Mitarbeitende arbeiten effizient und nachhaltig, sie kennen sich in ihrem Sachgebiet aus, sind sich über die Auswirkungen ihrer Arbeit bewusst und

können bei Problemen schnell und wirksam eingreifen. Das ist ein zentraler Beitrag für den Erhalt der hohen Produktqualität und zudem eine sehr wirksame Unfallprävention.

Der Start für die Kurse und Workshops ist im ersten Halbjahr 2017.





ZEIT ZUM FEIERN

Lasst die Korken knallen!

Seit 20 bzw. 25 Jahren sind Vetropack Straža in Kroatien und Vetropack Moravia Glass in Tschechien Teil der Vetropack-Gruppe. Beide Werke gehören zu den grössten Arbeitgebern ihrer Region und leisten einen wichtigen Beitrag zur lokalen Wirtschaft. Mit neusten Technologien und fachlichem Know-how produzieren sie die gewünschten Glasverpackungen für Lebensmittel und Getränke.

Im Jahr 1986 begann die Vetropack-Gruppe ihren Expansionskurs nach Osteuropa. Und zwar mit der Übernahme des Glaswerks Pöchlarn in Niederösterreich. Das Werk feiert dieses Jahr sein 30-jähriges Bestehen in der Gruppe. Wir werden in der nächsten Vetrotime-Ausgabe mehr darüber berichten. An dieser Stelle widmen wir uns den beiden Jubilaren in Kroatien und Tschechien.

Vetropack Straža in Kroatien

Am 9. September 1996 erwarb Vetropack die Mehrheitsbeteiligung am kroatischen Glaswerk in Hum na Sutli. Schwierige Jahre standen an, denn die ökonomische Situation war aufgrund der Nachkriegszeit in keiner guten Lage. Doch das Glaswerk hatte grosses Potenzial. Langjährige Kundenbeziehungen und die hochmotivierte Belegschaft waren die Grundlage für den Weg zu einem erfolgreichen Unternehmen.

Ältestes Glaswerk der Gruppe

Einsatz und Durchhaltewillen wurden belohnt. Heute, 20 Jahre später, gehört das älteste Glaswerk der Vetropack-Gruppe – es wurde 1860 gegründet – zu einem modernen, zukunftsorientierten Produktionsstandort und einem sehr

wichtigen Pfeiler für den Erfolg der Gruppe. Die Tochtergesellschaft ist in Kroatien und in den Nachbarländern sehr bekannt. Vetropack Straža leistet einen wichtigen Beitrag zur lokalen Wirtschaft und zur Schonung der Umwelt. So ist beispielsweise seit 2015 eine neue Abgasreinigungsanlage in Betrieb. Rund 237'000 Tonnen Verpackungsglas pro Jahr produziert das Werk, in welchem rund 580 Mitarbeitende beschäftigt sind.

Der frühere Geschäftsführer von Vetropack Straža sagte einmal: «Wir waren glücklich, als wir von Vetropack übernommen wurden. Denn so hatten wir einen Besitzer, der sich um die künftige Unternehmensentwicklung, um Mitarbeitende und um die örtliche Bevölkerung kümmerte. Aber auch Vetropack profitierte von der Akquisition. Hier in Hum na Sutli fanden sie kompetente und motivierte Mitarbeitende, die dem Unternehmen gegenüber sehr loyal sind.»

Vetropack Moravia Glass in Tschechien

Dieses Jahr feiert Vetropack Moravia Glass ein Vierteljahrhundert als Vetropack-Tochtergesellschaft. Dank der unermüdlichen Unterstützung der Gruppe in all den Jahren



gehört das Glaswerk in Tschechien zu den führenden Produzenten von Verpackungsglas. Ebenso ist es einer der grössten Arbeitgeber der Region und die Verantwortlichen legen grossen Wert auf Massnahmen, die den Energieverbrauch in der Produktion verringern. Darüber hinaus ist das tschechische Vetropack-Werk ein zuverlässiger Arbeitgeber und Geschäftspartner. Es produziert schon seit über 130 Jahren qualitativ hochstehende und umweltfreundliche Glasverpackungen für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie.

Höchste Qualität dank neuester Technologien

Vetropack Moravia Glass produziert 300 verschiedene Glasbehälter und bietet den Kunden eine bunte Palette an Formen und Farben an. Wünscht der Kunde ein Produkt, welches nicht am Standort in Kyjov produziert wird, wird dieses von einem anderen Werk der Gruppe geliefert. Nicht zuletzt dank den Investitionen in die neuesten Technologien entspricht das Verpackungsglas dem heutigen Stand der

Technik. In den 90er-Jahren begann die erste grosse Investitionswelle: Zwei neue Schmelzwannen, das Lagerhaus für die Glasverpackungen sowie die Recycling-Anlage wurden installiert. Später kam im Zusammenhang mit der erhöhten Produktionskapazität ein Abgasreinigungsfiler dazu. Das neueste Schmuckstück ist die vergrösserte Recycling-Anlage.

Neben dem Fokus der Reduktion von Treibhausgasemissionen, legt das tschechische Glaswerk insbesondere ein Augenmerk auf das Recycling. Denn Glasscherben sind als Sekundärrohstoff von substantieller Bedeutung für die Produktion von Behälterglas. Je mehr Altglas verwendet wird, desto mehr kann man die natürlichen Ressourcen sowie die für das Schmelzen benötigte Energie schonen.

Mit rund 450 Mitarbeitenden gehört Vetropack Moravia Glass zum grössten Arbeitgeber der Region und produziert jährlich rund 216'500 Tonnen Verpackungsglas.



RIGA FOOD 2016

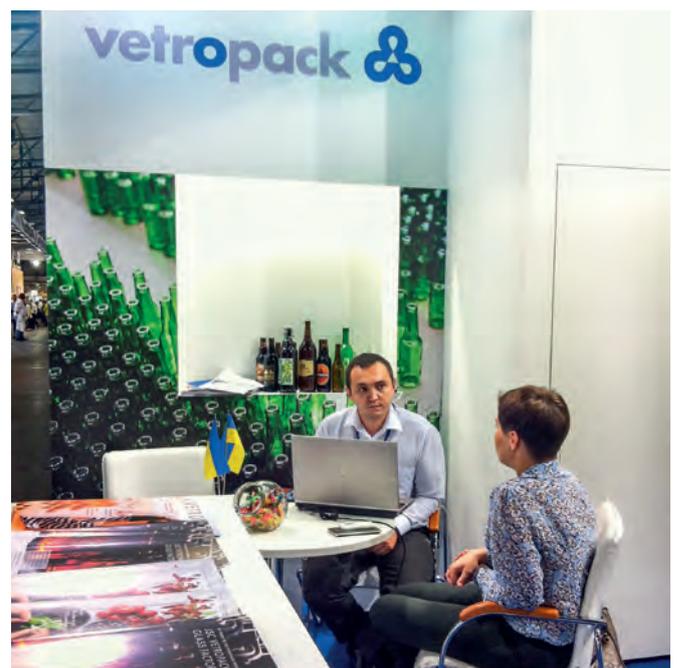
Begehrte Glasbehälter

Vom 7.-10. September 2016 zeigte Vetropack Gostomel an der Riga Food 2016 das breite Sortiment an Glasbehältern. Die Ausstellung gehört zu den wichtigsten Messen der baltischen Lebensmittelindustrie.



Der Stand des ukrainischen Vetropack-Werks zog an der Riga Food alle Blicke auf sich. Die breite Produktpalette fand sowohl bei Besuchern als auch bei anderen Ausstellern grossen Anklang. Neben dem Standard-Sortiment waren Glasbehälter für Craft Biere, Weine, Fruchtsäfte und Limonaden sehr beliebt. Ebenfalls beeindruckten die Weithalsgläser in verschiedenen Grössen, Formen und Design. Denn das Einmachen von Gemüse und Früchten hat in Lettland einen hohen Stellenwert. Genauso wie selbst gemachte Konfitüren und Honig oder eingelegtes Fleisch sowie eingelegten Fisch aus dem Glas.

Die neusten Produkte und Dienstleistungen wurden von rund 700 Unternehmen aus 37 Ländern in der lettischen Hauptstadt präsentiert. Des Weiteren zeigten Köche, Konditoren, Barkeeper und Sommeliers ihre Kreativität in verschiedenen Wettbewerben.





PRIX VETROPACK 2016

Preisgekrönter Chasselas aus Aigle

Den diesjährigen Prix Vetropack erhielt der Weisswein «Merveille des Roches» vom waadtländischen Weingut Cellier du Chablais. Der aus Chasselas-Trauben gekelterte Tropfen überzeugte durch sein harmonisches Aroma.

«Merveille des Roches» ist Preisträger des Prix Vetropacks 2016. Diese Auszeichnung wird jeweils von der Vetropack AG im Rahmen der internationalen Weinprämierung Zürich verliehen. Und zwar an den Produzenten des besten Schweizer Weiss- oder Rotweins aus einer Hauptrebsorte. Dazu zählen Chasselas und Müller-Thurgau (Riesling-Silvener) bei den Weissweinen und Pinot noir (Blauburgunder), Gamay sowie Merlot bei den Rotweinen. Der Gewinner kann eine Glasflasche nach seinen Wünschen in Zusammenarbeit mit den Experten von Vetropack personalisieren lassen. Die Preisverleihung fand am 31. August 2016 im Kongresshaus in Zürich statt.

Geschützt durch die Bergketten der waadtländischen und savoyischen Voralpen liegt das Rhonetal. Die terrassierten Sonnenhänge in der Region Aigle sind ein idealer Boden für Weinreben. Dort wachsen auch die Trauben für den Chasselas «Merveille des Roches». Chasselas-Weine tragen im Waadtland oft den Namen ihrer geografischen Herkunft. So steht auf der Etikette des oben genannten Weissweins

in grossen Buchstaben AIGLE. Ein Blick genügt und Weinliebhaber wissen sofort, welchen edlen Tropfen sie vor sich haben.





BIERART

Abstrakte Bildwelten – gemalt mit Bier

Bier ist viel mehr als nur ein beliebtes Getränk. Der mehrfach ausgezeichnete deutsche Künstler Willi Mayerhofer hat Bier als Malfarbe entdeckt. Zahlreiche «Bierbilder» sind bisher entstanden. Erstmals gezeigt werden diese Bilder unter dem Titel «BIERabstrakt» vom 18. November 2016 bis 15. Februar 2017 im Hopfenmuseum in Wolnzach, Deutschland.

Naturtrübe Kellerbiere, dunkle Weissbiere, Starkbiere, Bockbiere und Biobiere: für Liebhaber des Gerstensafts klingt diese Aufzählung sehr vertraut. Für Kunstliebhaber weniger. Aber das dürfte sich ändern, denn der deutsche Maler und Grafiker Willi Mayerhofer hat Bier als Malfarbe entdeckt. Ihn begeistert das breite Spektrum der warmen Brauntöne, die beim Malen mit Bier entstehen – vom rötlichen Sepia über Bernsteinfarben bis Terrakotta.

Kein Wunder stehen in Mayerhofers Atelier viele offene Bierflaschen. Und mit einem schelmischen Lächeln gesteht der Maler, dass er seine «Farben» auch gerne mal trinke. Vielleicht sind es auch deshalb bayrische Biere, die der gebürtige Bayer am liebsten verarbeitet – in seiner Kunst und ab und zu auch in seinem Magen. Ganz nach dem Motto, was für die Leinwand gut ist, ist es auch für Kopf, Bauch und Seele. Obwohl, Leinwand ist nicht der Untergrund, auf

dem die Bierbilder entstehen. Sie ist nicht saugfähig genug, stellte Mayerhofer nach mehrmaligem Experimentieren fest. Wesentlich besser geeignet sind unbedruckte Bierdeckelkartons oder handgeschöpfte Papiere. Sie saugen die Farbe auf und es können so durch mehrfaches Auftragen des Biers auch dunklere Farbflächen entstehen.

Mehr als eine Bieridee

Weit über die Grenzen Deutschlands hinaus bekannt geworden ist Willi Mayerhofer als abstrakter Expressionist. Gekonnt setzt er die Farbe ein, spielt mit Licht und Schatten, bannt seine Gedanken und Gefühle mit Acryl auf die Leinwand. Ähnlich verfährt er auch, wenn er mit Bier malt. Und dennoch – oder gerade deswegen? – wirken die abstrakten Bierbilder in den Augen des Betrachters wie harmonische Landschaften. «Ich wiederhole jeden Pinselstrich so lange, bis der Moment perfekter Harmonie erreicht ist, der meinen



Ansprüchen genügt. Immer auf der Suche nach dem Aussergewöhnlichen, es aufspüren und unaufhörlich weiterverfolgen, manchmal zweifeln, niemals aufgeben», erklärt der Künstler sein Schaffen. Kunstkritiker bezeichnen ihn als «Poet unter den Abstrakten» oder fühlen sich an die Bildwelt von Caspar David Friedrich (deutscher Maler 1775-1840) erinnert.

Mayerhofer sehen und erleben

Neben der «BIERabstrakt»-Ausstellung im Deutschen Hopfenmuseum in Wolnzach (18. November 2016 bis 15. Februar 2017) gibt es auf Mallorca, Spanien, in Passau und München, Deutschland, sowie in Les Issambres, Frankreich, auch Dauer-

ausstellungen der expressionistischen Werke des eigenwilligen Künstlers. Details unter: www.willi-mayerhofer.com.

Vita des Künstlers

Willi Mayerhofer wurde 1951 in Köschning, Deutschland, geboren und studierte Grafik und Malerei in München. 1976 gründete er eine Werbeagentur in Ingolstadt, ebenfalls in Deutschland. 1993 bezog er ein Atelier in Les Issambres, Südfrankreich. Seit 2001 lebt und arbeitet er als freier Maler europaweit. Der Künstler wurde international bekannt durch Ausstellungen in Frankfurt, München, Wien, Mailand, Monaco, Nizza, Mallorca und Barcelona.





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 44 392 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