

VETRO TIME

Bülach
Skvelé miesto na prácu®

Skupina
Kúpa sklárne
v Moldavsku

Fókus
Sklo je trendy



4	Zaujalo nás	Postavené zo skla
6	Skupina	Vetropack kupuje sklárne v Moldavsku
8	Fókus	Šťastie zo skla, šťastie v skle
15	Certifikácia	Sme šťastní, že pracujeme v Bülachu!
17	Skupinový manažment	Nový technický riaditeľ
18	Nový dizajn	Rozmanitosť v skle
23	Čriepky kultúry	Vášeň pre sklo: „Ateliér Männerhaut“



Zmeškali ste vydanie Vetrotime?
Predchádzajúce čísla nájdete
pomocou QR kódu vedľa.

Tiráž

Redakcia a text

Corporate Communications

Vetropack Holding Ltd, Bülach

Sadzba

Arnold & Braun Grafik Design, Luzern

Tlač

Tlačiareň Van Druck, Sedlčany

Fókus: V sklenenej športovej fľaši zobrazenej na titulnom obrázku je oživená bežná voda z vodovodu. Do stredu fľaše bol vložený kód určený na prenos informácie do vody. Ergonomická športová a ľahko uchopiteľná fľaša sa vyrába v chorvátskom závode Vetropack v meste Hum na Sutli.



Vážení čitatelia,



všimli ste si, že bežec na obálke časopisu Vetrotime má všetky znaky mladého mestského človeka určujúceho trendy? V ruke nedbalo drží smartphone, ktorý si môže pri behu pripevniť na ruku. Jeho slúchadlá sú bezdrôtové. Jeho srdcová frekvencia a počet krokov sa zobrazujú na fitness hodinkách, ktoré dnes nosí veľa ľudí. Ale tieto veci nie sú tým, čo niekoho robí trendy. A napriek tomu je tento človek skvelý tvorca trendov – to je zrejmé na prvý pohľad. Je to skutočnosť, že pije z farebnej sklenenej športovej fľaše! A sklo je „in“. Dokazujú to nielen mestskí športovci, ale aj veľa ďalších mladých mužov a žien, z ktorých sú niektorí uvedení v tomto vydaní Vetrotime (strany 8 až 12). Ukrajinský umelec Volodymyr Mozheiko to zhrňa v skratke: „Sklo je ďalšia veľká vec, pretože je vyrobené z prírodných materiálov, ľahko sa recykluje a neznečisťuje životné prostredie.“

V správach zo spoločnosti nájdete informáciu, že naša centrála v Bülachu bola uznaná ako Great place to work® (strana 15). Som veľmi potešený, že nám bola udelená táto certifikácia, a som presvedčený, že všetky ostatné závody ju budú nasledovať.

Som si istý, že ste všetci v médiách čítali, že sme kúpili novú sklárňu v Moldavsku. Viac sa o tom dozviete na strane 6.

Koniec koronavírusovej epidémie je v nedohľadne. Od začiatku krízy s koronavírusom celá skupina Vetropack dodržiava pravidlo dvojmetrového sociálneho rozstupu, kdekoľvek je to možné. To je dôležité pre nás i našich zákazníkov, dodávateľov a zamestnancov. Preto sme sa rozhodli nezúčastniť sa tento rok BrauBeviale v Norimbergu. Naozaj je nám ľúto, že sa nemôžeme stretnúť osobne, avšak koronavírus mení náš každodenný život a núti nás porušovať uctievané tradície.

Existujú však dve tradície, ktoré nikdy neporušíme – zaujímavé informácie v našom zákazníckom časopise a naše srdečné vianočné pozdravy. Vážení čitatelia, prajem vám, vašim rodinám a priateľom príjemné sviatočné obdobie a dobrý začiatok roka 2021.

Zostaňte zdraví!

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding Ltd

Zaujalo nás



Prepojenie starého a nového

Most mieru v Tbilisi

Most mieru v gruzínskom hlavnom meste Tbilisi spája Staré Tbilisi s moderným parkom Rike neďaleko Prezidentského paláca. 150 m dlhý most pre chodcov sa klenie ponad rieku Kura. Bol otvorený v roku 2010 a stal sa významnou dominantou mesta.

Most bol navrhnutý talianskym architektom Michele De Lucchi. Dizajn oceľovej a sklenenej klenby pripomína morského tvora. Počas noci je osvetlená interaktívnym svetelným displejom, ktorý je vyrobený z tisícov LED svetiel. Osvetlenie, ktoré ožíva 90 minút pred zotmením a svieti ešte 90 minút po východe slnka, strieda štyri rôzne svetelné programy zobrazené na klenbe každú hodinu. Niekedy sa most rozsvieti vo vlnách z jednej strany rieky na druhú.

Vzdušný a zložitý

Palmenhaus Schönbrunn

Skleník vo viedenských záhradách zámku Schönbrunn bol uvedený do prevádzky v roku 1880 cisárom Františkom Jozefom. Dvorný architekt Franz Xaver Segenschmid vytvoril pekný kus práce: s dĺžkou 111 metrov a celkovou rozlohou 2 500 m² bol v čase svojho otvorenia najväčším skleníkom na svete. Do vonkajšej železnej konštrukcie je vložených 45 000 sklenených tabuliek, ktoré sa vynímajú medzi zakrivenými železnými nosníkmi ako koža a dodávajú budove vzdušný a spleťitý vzhľad. Vysoký centrálny pavilón a dva menšie bočné pavilóny sú prepojené tunelovými pasážami a tvoria tri rôzne klimatické pásma – chladný dom na severe, „mierne“ pásmo v centrálnom pavilóne a tropické podnebie v južnom pavilóne.



© Stefan Steinbauer, Pixabay

Palmenhaus Schönbrunn je posledným a najväčším skleníkom svojho druhu v kontinentálnej Európe a je domovom mnohých stredomorských, tropických a subtropických rastlín.

Nad mrakmi

The Shard v londýnskej štvrti Southwark – s výškou 310 metrov – bol do začiatku tohto roka najvyšším mrakodrapom v Európskej únii. Slávny taliansky architekt Renzo Piano navrhol budovu v tvare pyramídy ako vertikálne mesto s napojením na stanicu London Bridge. Jej využitie zahŕňa kancelárske priestory, hotel, stravovacie podniky a luxusné apartmány.

Budova je pomenovaná a navrhnutá podľa skleneného črepu. Názov nie je náhodný, pretože nie je nezvyčajné, že sa sklenená fasáda, ktorá sa objavuje v hornej časti budovy, prerezáva hustým mrakom nad ulicami Londýna. Na fasádu bolo inštalovaných viac ako 11 000 sklenených tabúl s plochou 56 000 m². V budove je 44 výťahov, ale líška, ktorá sa počas stavebných prác dostala až na 72. poschodie, vyšla po schodoch.



Majestátna

Hudobný sklad

Elbphilharmonie v HafenCity sa už dávno stala jednou z najobľúbenejších pamiatok v Hamburgu. Švajčiarski architekti Herzog a de Meuron vytvorili koncertnú sieň z prázdneho starého skladu, ktorý slúžil na skladovanie kakaa a kávy. Komplex budov uprostred rieky Labe stojí na 1 700 vystužených betónových pilieroch. Spolu s tromi koncertnými halami, domami, hotelom, 45 apartmánmi a námestím s 360° panoramatickým výhľadom na mesto.



Sklenené prekrytie na Kaispitze siaha do výšky 110 metrov, najnižší bod je o 30 metrov nižšie. Toto dielo bolo navrhnuté ako celistvá sklenená fasáda použitím modulárnej konštrukčnej metódy. Možnosti prirodzeného vetrania miestností boli jedným z dôležitých faktorov pri plánovaní. Celkovo bolo inštalovaných 1 100 rôznych sklenených prvkov na ploche asi 21 800 štvorcových metrov. Jeden prvok váži do 1,2 tony a musí odolať víchrici, prívalovému dažďu a vetru až do rýchlosti 150 km/h.

Vetropack kupuje sklárne v Moldavsku



rozvinúť existujúcu moldavskú sklárne. Stratégiou spoločnosti Vetropack vždy bolo integrovať svoje akvizície do širšej skupiny Vetropack a pritom zachovať ich miestne charakteristiky a identitu.

Nová sklárne Vetropack v Kišiňove ročne produkuje približne 100 000 ton sklenených obalov pre potravinársky a nápojový priemysel, ktoré sa predávajú na rastúcom domácom i vývoznom trhu. V súčasnej dobe zamestnáva moldavská sklárne približne 450 zamestnancov a v roku 2019 dosiahla obrát približne 40 miliónov EUR.

Vetropack podpísal dohodu o prevzatí sklárne v Moldavsku.

Zakúpením moldavskej sklárne v Kišiňove skupina Vetropack pokračuje vo svojej expanznej stratégii. Tento nový prírastok do skupiny Vetropack, ktorý sa skladá z dvoch samostatných prevádzkových jednotiek (GlassContainer Company a Glass Container Prim), posilní postavenie spoločnosti Vetropack na trhu v strednej a východnej Európe.

Bezkonkurenčné skúsenosti spoločnosti Vetropack v regióne strednej a východnej Európy vyústili do prirodzenej voľby

„Touto akvizíciou pokračujeme v expanzii v regióne, ktorý je nám veľmi známy - región, kde máme sklárske skúsenosti už takmer tri desaťročia“

*Johann Reiter
CEO Vetropack Holding Ltd*

dársku súťaž. Strany zapojené do akvizície sa zaviazali, že nebudú zverejňovať kúpnu cenu.

Stav: 18. novembra 2020

Táto akvizícia predstavuje ďalší krok v rámci stratégie expanzie a rastu spoločnosti Vetropack a umožní trvalý a hodnotný prínos pre skupinu Vetropack ako celok.

Uzavretie zmluvy je plánované na november 2020 a podlieha schváleniu orgánmi pre hospo-

Prevenia

Nedáme koronavírusu šancu

*Prebiehajúca pandémia COVID-19 je obrovskou globálnou výzvou. Vetropack nesie zvláštnu zodpovednosť voči svojim zákazníkom, dodávateľom a zamestnancom.**

Vetropack je dôležitým prvkom systému ako výrobca sklenených obalov pre potravinársky a nápojový priemysel. Zabezpečenie dodávok širokej verejnosti a účasť v dodávateľskom reťazci sú hlavnými úlohami a Vetropack robí všetko pre to, aby ich splnil.

Skupinový pracovný tím priebežne hodnotí meniace sa okolnosti a určuje opatrenia, ktoré je potrebné prijať a ktoré potom uskutočňujú miestne krízové tímy. Už vo februári boli cestovné aktivity obmedzené na minimum a zamestnanci boli informovaní o hygienických opatreniach. Videokonferencie sa stali súčasťou každodennej práce.

Naša európska sieť ôsmich výrobných závodov na sklenené obaly Vetropack a ich špecializované tímy spolupracovali s podporou našich dodávateľských partnerov na zabezpečení toho, aby náš výrobný proces zostal neprerušený a bezpečný a poskytoval našim zákazníkom kvalitné výrobky.

Kto je pripravený, ten nie je ohrozený

Teraz, keď sa uvoľnili možnosti kontaktu, ostražitosť, udržiavanie sociálnej dištancie a dodržiavanie hygienických pravidiel sú dôležitejšie než predtým. Od začiatku krízy s koronavírusom celá skupina Vetropack dodržiava pravidlo dvojmetrového odstupu, kedykoľvek je to možné – alebo, preložené do reči Vetropack – „dodržiavame odstup aspoň 20 fliaš od seba“. Koncom leta bola v skupine uvedená táto kampaň. Plagáty a šetriče obrazovky pripomínajú zamestnancom vo všetkých lokalitách veľký význam zachovania spoločenského odstupu.

Nedáme koronavírusu šancu, dodržíme odstup najmenej 20 fliaš*.

vetropack 

*minimálne 2 metre a viac



Sklo je „hip“



Fľaše, poháre na pitie, konzervy: naši rodičia a prarodičia používali sklo a my tiež – tento materiál je čokoľvek, len nie staromódny, a v skutočnosti je vždy v trende!

Bez skla by sa možno ľudská história mohla uberať iným smerom. Prírodné sklo ako obsidián sa ako nástroj používalo už veľmi dávno. Mariánske sklo – Lapis specularis – sadra tvorená čírymi kryštálmi – bolo Rimanmi používané ako predchodca okenného skla. Do tohto obdobia sa ľudia už naučili, ako sklo vyrábať a pracovať s ním. Najstaršou sklenenou nádobou, ktorú je možné s istotou datovať, je kalich vyrobený okolo roku 1 450 p. n. l. Od tej doby je nemožné si predstaviť každodenný život bez skla. Karafy, poháre, fľaše, šperky, nábytok a dokonca i zbrane boli a sú naďalej vyrábané a používané vo všetkých možných tvaroch a farbách. Pretože udržateľnosť je na dennom poriadku, sklenené nádoby a sklo vlastne zažívajú skutočný návrat. Dnes je sklo nielen udržateľné a užitočné, ale je aj trendy.

Viac než len trend

Nie je to však len trend, ale skutočnosť, že sklenené obaly majú v porovnaní s inými obalovými materiálmi značné výhody. Sklenené obaly nemajú vplyv na vôňu ani chuť a nijako neovplyvňujú svoj obsah. Zachovávajú prirodzenú pôvodnú chuť a vitamíny produktu.

V tomto roku si spoločnosť Friends of Glass a Európska federácia kontajnerového skla (FEVE) nechali urobiť spotrebiteľský prieskum, ktorý sa uskutočnil medzi viac ako 10 000 ľuďmi v 13 európskych krajinách. Štúdia odhalila, že ľudia kupujú viac skla než predtým, pričom 90 % účastníkov prieskumu uviedlo, že by sklo odporúčili priateľom a rodine ako najlepší obalový materiál, čo je oproti roku 2016 nárast o 11 %.

Tieto zistenia je možné pripísať výnimočnej recyklovateľnosti skla a rastúcemu povedomiu spotrebiteľov o potrebe ochrany životného prostredia. Vďaka rozsiahlej sieti miestnych recyklačných zariadení, výrobe recyklovaného skla a využívaniu prírodných surovín je sklo stopercentne a donekonečna recyklovateľné v miestnom uzavretom systéme. Práve z dôvodu vysokej miery recyklovateľnosti si 40 % všetkých účastníkov prieskumu vyberá sklo pred inými obalovými materiálmi.



Simon Berger: s kladivom na sklo

„Musí to vyzeráť skvele a vyžarovať určitú silu,“ znie motto, ktorým sa riadi sklársky umelec Simon Berger z Niederönzu vo švajčiarskom Berne. Kvalifikovaný stolár sa špecializuje na portréty, ktoré zachytí na sklo – nie však štetcom, ale skôr kladivom! „Úprimne, nepamätám si, ako som k tej myšlienke dospel,“ hovorí 44-ročný muž. „Ale to nie je podstatné. Ako umelec chcem naozaj robiť niečo, čo ešte nebolo tisíckrát videné.“ Trh s umením je vysoko konkurenčný a každý, kto si chce dlhodobo vybudovať meno, potrebuje jedinečné predajné kúsky. Sklo je samozrejme v umení mimoriadne obľúbeným materiálom. Ale zničiť ho, aby sa z neho niečo stalo, je nielen mimoriadne, má to i určitú poéziu. „Nechcem však tvrdiť, že moje umenie je založené na hlbokých konceptoch,“ hovorí Simon. „Svoju prácu mám naozaj rád a chcem, aby sa páčila aj iným ľuďom.“ A to sa stane, akonáhle si uvedomia, že nestoja pred rozbitým oknom, ale pred skutočným portrétom.

Žiadne črepy

Celý proces sa začína portrétovou fotografiou, ktorú umelec upraví na počítači tak, aby bola naplno odhalená hra svetla a tieňa. „Potom sa pokúsim preniesť tento obrázok z fotografie na sklo čo najvernejšie,“ hovorí Simon. Aby sa plátno pri prvom zásahu nerozpadlo na tisíc kusov, Simon používa vrstvené bezpečnostné sklo, ktoré je dostupné všade v obchodoch. „Alebo takmer všade,“ smeje sa umelec, keď nám hovorí o online kontakte z Indie, ktorý chcel tiež vyskúšať metódu kladiva, ale nebol schopný získať žiadne vrstvené bezpečnostné sklo. Náraz sklo skutočne oslabí, ale keď je portrét zarámovaný a nie je vystavený nadmernému namáhaniu, môže byť napokon zavesený bez váhania na akúkoľvek stenu.

Svoju úlohu zohrávajú aj nehody

Vytvorenie každého umeleckého diela je dobrodružstvom, pretože sklo nie vždy robí to, čo si umelec predstavuje. „K sklu som si vytvoril určitý vzťah medzi láskou a nenávisťou,“ smeje sa Simon. Vysvetľuje však, že výzva čo najhladšieho začlenenia nehôd do diela je súčasťou jeho fascinujúcej umeleckej práce. Hovorí, že prvý zásah kladivom je najťažší. „Akonáhle je sklo rozbité, môžem celkom dobre ovládať účinok kladiva.“ Aj napriek štyrom rokmi skúseností však Simon nie je imúnny voči omylom. „Teraz kazím len každý druhý obrázok,“ priznáva Simon vecne. Doma má veľkú zbierku neúspešných pokusov. Zbytočných? Rozhodne nie! „V určitom okamihu z nich uskutočním inštaláciu.“ Simon by rád vytvoril aj sklenený portrét veľkého rozmeru. „V blízkej budúcnosti prijem takú výzvu – čím väčšie umelecké dielo, tým väčší wow faktor!“





Daniela Mišáková: pre oči a chuťové bunky

Slovenská fotografka Daniela Mišáková zachytáva cenné okamihy v živote detí a rodín. Sklo sa stalo súčasťou Danielinho života pred deviatimi rokmi, keď sa jej narodila prvá dcéra. Odvtedy je zdravie celej rodiny jej prioritou, a to zahŕňa i výber sklenených nádob na balenie a skladovanie. Doma si ukladá svoje obľúbené bylinné čaje a kávu do pohárov a obed si do práce nosí v sklenených nádobách. V práci sa jej často pýtajú, prečo prepravuje jedlo v skle. „Pre moje potraviny sú sklenené obaly omnoho bezpečnejšie než tie plastové,“ vysvetľuje fotografka. „A sú oveľa estetickjšie, ani nehovoriac o tom, že na prvý pohľad presne vidíte, čo vnútri máte. Sklenené nádoby nenarúšajú chuť a vôňu jedla, sú čisté a bezpečné.“



Volodymyr Mozheiko: sklo je budúcnosť

Volodymyr Mozheiko je multitalentovaný tanečník, choreograf a režisér jazzového baletu v Kyjeve a tanečník významných ukrajinských umelcov ako Tina Karol a „Dzidzio“. Celý deň pije vodu. Nakoľko sa zaujíma o životné prostredie, svoje nápoje kupuje len v sklenených fľašiach. Volodymyr verí, že po vedeckom a technologickom rozmachu je konečne čas na rozmach životného prostredia. Krokom k tomu je nahradenie umelých materiálov prírodnými – napríklad sklom. Pre Volodymyra Mozheika nie je pochyb: sklo je ďalšia veľká vec, pretože je vyrobené z prírodných materiálov, ľahko sa recykluje a neznečisťuje životné prostredie.



Ivan Vuković: beh so sklenenou fľašou

Ivan Vuković (37) je manažérom rozvoja podnikania v chorvátskej dcérskej spoločnosti medzinárodnej strojárnej firmy. „Po náročnom dni v práci si rád zabehnem odpočinúť,“ hovorí. „Snažím sa behať štyrikrát až päťkrát týždenne šesť až osem kilometrov naraz, bez ohľadu na ročné obdobie alebo počasie.“ To mu pomáha uvoľniť sa a prevziať výzvy moderného života. Keď je v pohybe, pije len zo sklenených obalov. „Môže to znieť trendy, ale je to moje uvedomé rozhodnutie,“ vysvetľuje. „Vyberám si, čo je zdravšie pre mňa a lepšie pre životné prostredie.“ Ako zodpovedná osoba hovorí, že je to pre neho neuveriteľne dôležité.

**„Ak ide o fľaše s vodou,
vždy si vyberiem
sklo!“**

Ivan Vuković
Business Development Manager,
Chorvátsko



Raffaella Caso: udržateľnosť cez internet

„Moje online dobrodružstvo sa začalo v roku 2010,“ spomína Raffaella Caso. „Moja 18-mesačná dcéra si pochutnávala na bio jogurte, ktorý bolo v tom čase náročné v Miláne zohnať. Zistila som, aké ťažké je žiť udržateľne a rozhodla som sa, že s tým chcem niečo urobiť.“ Nasledujúci deň bol web BabyGreen na svete. Web sa teraz stal referenčným bodom pre tisíce rodín, ktoré sa zaujímajú o udržateľnosť. Raffaella Caso na sklenené nádoby nedá dopustiť, pretože sú praktické, zdravé a bezpečné. A prostredníctvom svojich webových stránok zistila, že tisíce matiek myslia a konajú presne rovnakým spôsobom. Štatistiky tiež ukazujú, že v Európe sa za posledných niekoľko rokov nakúpilo viac skla než kedykoľvek predtým. „Samozrejme je to do istej miery len trend,“ hovorí. „Ale pokiaľ tento trend pomôže zvýšiť povedomie, je to pre mňa v poriadku!“



Kerstin Madner: sklo je bezpečné

Kerstin Madner, 41 rokov, je PR konzultantkou komunikačnej agentúry vo Viedni. Realizuje projekty a usporadúva akcie v úzkej spolupráci so svojimi klientami. Jej univerzálna profesia jej poskytuje zaujímavé pohľady do rôznych priemyselných odvetví. Potrebujú relaxáciu pre túto

„Zdravé stravovanie a životné prostredie hrajú v našom každodennom živote dôležitú úlohu. Najradšej konzumujeme jedlo a nápoje balené v skle.“

*Kerstin Madner
PR konzultantka, Rakúsko*

náročnú prácu získava Kerstin hlavne vo svojej rodine. „Najradšej trávim voľný čas s našou šesťročnou dcérou,“ hovorí. „Sme aktívna rodina a užívame si mnoho výletov v prírode. Ako matka prirodzene venujem zvláštnu pozornosť zdraviu a spokojnosti našej rodiny. Zdravé stravovanie a životné prostredie hrajú v našom každodennom živote dôležitú úlohu. Najradšej konzumujeme jedlo a nápoje balené v skle.“

Sklo jej dáva istotu, že to, čo jej rodina je, bolo zabalené prirodzene, že sa do obsahu neuvoľňujú žiadne škodlivé látky a že chuť je chránená a nezmenená. „A dokonca potom, ako som si pochutnala na jedle, mám čisté svedomie,“ hovorí Kerstin. „Recyklovať sklo je jednoduché a staré sklo je možné znovu použiť na výrobu nových fliaš a pohárov.“





Anička Fialová: každý malý krok sa počíta

Anička Fialová z moravského Bzenca oceňuje tradície vo svojom regióne. A vie, aké dôležité je posunúť ich ďalším generáciám. S tým súvisí naše zaobchádzanie so životným prostredím. „Stav, v ktorom necháme planétu ďalšej generácii, závisí na každom z nás,“ hovorí Anička. „Nemusíme byť ekologickými aktivistami, niekedy stačia aj malé veci. Triedim svoj odpad, a ako môžete vidieť, pijem vodu zo sklenenej fľaše.“ Ako učiteľka môže Anička v tejto oblasti tiež veľa urobiť. Ak sa napríklad deti v materskej škole naučia, prečo je dôležité odpad triediť alebo používať sklenené nádoby, využijú tieto znalosti vo svojom živote – a môžu dokonca ovplyvniť svojich rodičov alebo prarodičov.



Rozhovor s Jane Muncke, výkonnou riaditeľkou Fóra pre balenie potravín

Existuje súvislosť medzi obalom a zdravím?

Obaly uvoľňujú chemické látky do potravín. Rôzne materiály sa však veľmi líšia, pokiaľ ide o to, ktoré látky migrujú do potravín a v akom množstve migrujú chemikálie. Sklo, keramika a nerezová oceľ sú anorganické materiály a chemická migrácia je minimálna. S výnimkou tesnení vo viečkach sú to výhradne anorganické, prirodzene sa vyskytujúce zlúčeniny. Papier, plasty a kompozitné materiály (napr. kartóny na nápoje) sú vyrobené z organických zlúčenín. V prípade plastov sú to hlavne syntetické chemické látky, ktoré niekedy migrujú vo veľmi vysokých množstvách, ale tlačiarenské farby na papier migrujú do potravín tiež. Odborníci sa domnievajú, že každodenné vystavenie chemickým látkam je silne ovplyvnené obalom potravín a inými materiálmi prichádzajúcimi do styku s potravinami. Niektoré z týchto chemických látok sú zdraviu škodlivé.

Kde môžu sklenené obaly bodovať oproti iným obalom?

Ak ide o zdravie, sklo je v porovnaní s inými materiálmi dobrým riešením. Sklo je stuhnutá kvapalina a jeho póry sú malé, takže nimi nemôžu prejsť žiadne chemikálie. Preto sa sklo označuje ako inertné. To znamená, že nedochádza k interakcii medzi sklom a látkami v ňom zabalenými a žiadne látky nemôžu cez sklo vniknúť dovnútra. Vďaka tejto vlastnosti je veľmi vhodné ako obal na potraviny.



Jane Muncke je držiteľkou titulu doktor toxikológie životného prostredia a titulu MSc vedy o životnom prostredí na Švajčiarskom federálnom technologickom inštitúte v Zürichu (ETHZ). Od septembra 2012 pôsobí ako výkonná riaditeľka a hlavná vedecká riaditeľka na Food Packaging Forum.



Návrat

Heineken WOBO World Bottle – svetová fľaša

Pivová fľaša, ktorá by viedla druhý život ako tehla. To bola nová myšlienka 60. rokov pre svetovú fľašu Heineken WOBO World Bottle. Týmto spôsobom mal byť minimalizovaný odpad a súčasne efektívne znovu použitý hodnotný materiál. V minulom roku spoločnosť Heineken prevzala iniciatívu a znovu si nechala vyrobiť fľaše WOBO. Vetropack Austria prijal túto výzvu.

Pôvodný dizajnový koncept fľaše Heineken WOBO World Bottle vytvoril Freddy Heineken v 60. rokoch. V tej dobe bolo v uliciach Caribu veľké množstvo odpadu, z toho veľa pivových fliaš Heineken a ľudia žili v chudobných chatkách. Freddy Heineken chcel vyriešiť oba problémy jednou fľašou, ktorá mala viesť druhý život ako tehla: WOBO.

Inovácia sa na trh nikdy nedostala, pretože ploché strany fliaš nevydržali vysoký tlak CO₂ pri pive. To je realita skúmania nových konceptov a kreatívneho myslenia, ale dnes koncept WOBO stále inšpiruje dizajnérov. Preto sa spoločnosť Heineken opäť vrátila k výrobe týchto fliaš a ich použitiu na vytvorenie dekoratívnych vzorov v baroch, na stenách, policiach a mnohých ďalších miestach.

Ako partner pre tento špeciálny projekt bol vybraný Vetropack Austria. V závode v Pöchlarni bola Svetová fľaša WOBO vyrábaná v dvoch veľkostiach – 300 ml a 500 ml – presne ako pôvodná fľaša zo zeleného skla s podielom črepov viac než 60 percent. Dizajn originálov bol doplnený skleneným reliéfom s logom Heineken a nápisom „WOBO World Bottle“. Klenuté dno bolo samostatnou výzvou, ktorej bolo treba čeliť pri procese navrhovania. Dno muselo byť navrhnuté tak, aby dokonale zodpovedalo úzkemu hrdlu, čo umožnilo stabilne skladať fľaše WOBO do seba ako tehly.

Tieto fľaše WOBO nemusia byť určené na plnenie a servírovanie piva Heineken, ale vyzerajú skvele ako všestranné, kreatívne dizajnové prvky a naďalej inšpirujú kreatívnu myseľ k vylepšeniu dizajnu baru.



Výroba svetovej fľaše Heineken WOBO

Ukazujúci sa v najlepšom svetle



V tanečnej sále hotela a reštaurácie Löwen v Hausen am Albis blízko Zürichu predstavujú fľaše na šampanské potešenie v mnohých ohľadoch - vrátane toho estetického.

Keď vstúpíte do tanečnej sály v hoteli a reštaurácii Löwen v Hausen am Albis, kde strop siaha do výšky takmer piatich metrov, prvá vec, ktorá vás zaujme, sú štyri obrovské svietidlá visiace zo stropu a osvetľujúce miestnosť príjemným svetlom. Až na druhý pohľad si uvedomíte, že sa nejedná o bežné lustre, ale o nádherné dizajnérske kúsky vyrobené z oceľových prstencov a fliaš na šampanské.

Jedinečné spojenie vlastností

Joelle Apter a Michael von Arx, mladý pár, ktorý vedie podnik Löwen, sa dlho pohrával s myšlienkou uviesť hotelovú tanečnú sálu v barokovom štýle do pôvodného stavu a dať jej slávnostný lesk. Ohľadom osvetlenia sa spojili s Martinom Nievergeltom zo susednej dediny Uerzlikon. Použitie skla ako základného prvku pre svietidlá bolo dané od samého začiatku, vysvetľuje produktový dizajnér. „Potenciál skla je obrovský vďaka jedinečnej kombinácii jeho vlastností, ako je priehľadnosť, lom, rozptyl, stabilita a úžitkovosť.“ Ďalej tiež poznamenáva, že pri svetle nefunguje nič lepšie ako sklo.

Sochárska viacrozmernosť

Martin Nievergelt nakoniec prišiel s nápadom zariadiť sálu štyrmi jedinečnými kusmi - modernými, majestátnymi,

rovnako veľkými - tvorenými 60 fľašami na šampanské, ktoré budú vyžarovať teplé svetlo a budú umiestnené medzi dvoma oceľovými prstencami. Šampanské sa výborne hodí k tejto miestnosti, ktorá je využívaná predovšetkým pre slávnostné príležitosti a kde sa počas celého roka otvorí veľa fliaš šumivého vína. Fľaše na šampanské sú však pre tvorbu Martina Nievergelta ideálne aj z estetického dôvodu - vďaka baňatému tvaru a dlhému hrdlu prepožičiavajú svietidlám sochársku viacrozmernosť.

Fľaše na šampanské ako sponzorský dar

Dizajnér predstavil Joelle Apterovej a Michaelovi von Arxovi niekoľko návrhov a táto dvojica si okamžite uvedomila, že musí maximálne využiť fantastický potenciál lustrov z fliaš na šampanské! Nievergelt sa potom spojil so spoločnosťou Müller + Krempel, ktorej sa tento nápad tak zapáčil, že ponúkla 240 fliaš na šampanské ako sponzorský dar.

Očarujúce predstavenie skla

To, ako veľmi sklo pôsobí dojmom ľahkosti, sa ukázalo práve pri realizácii lustrov. Martin Nievergelt poznamenal: „Najskôr som na strop namontoval oceľové prstence bez fliaš. Každý, kto vstúpil do miestnosti, sa tváril veľmi skepticky ohľadom hmotnosti ocele a premýšľal, či to naozaj bude fungovať. Áno, fungovalo to.“ Aj keď fľaše v skutočnosti zväčšili objem svietidiel, zrazu spôsobili, že všetko vyzeralo ľahko a hmatateľne. „Svetlo aj sklo vyžarujú ľahkosť a vzájomne ešte zvyšujú tento efekt.“



Jedinečná atmosféra lustrov vyrobených z fliaš na šampanské sa prejaví až pri použití tanečnej sály. Fľaše rozptyľujú svetlo a pôsobia, že sa riad na stoloch nádherne blyští.



Great Place to Work®

Tu pracujeme radi!

Pracovisko Vetropack v Bülachu vo Švajčiarsku bolo vyhodnotené spoločnosťou Great Place to Work® ako „skvelé miesto na prácu“. Táto certifikácia označuje vynikajúce miesto na prácu a prítomnosť tímového ducha. Spoločnosť Vetropack sa teší, že toto pracovisko spĺňa náročné kritériá.

Ocenenie od spoločnosti Great Place to Work® ukazuje, že medzi zamestnancami a manažérmi existuje atmosféra dôvery a že zamestnanci v tejto spoločnosti radi pracujú. Zamestnanci rôznych vekových kategórií majú príležitosť sa osobnostne a profesijne rozvíjať, vzájomne si dôverujú, podporujú sa a sú hrdí na svoju prácu. Spolupráca s kolegami je zábava! Spoločnosť Vetropack získala certifikáciu pre centrálu v Bülachu v kategórii 20 a viac zamestnancov.

Ako sa z pracoviska stane skvelé miesto na prácu?

Aby mohla byť spoločnosť certifikovaná ako „skvelé miesto na prácu“, je potrebné uskutočniť nielen špeciálne navrhnutý a anonymný prieskum medzi všetkými zamestnancami – vrátane manažérov (Trust-Index™), ale vyžaduje sa aj prieskum medzi členmi manažmentu (Kultur-Audit™). Otázky v prieskume zamestnancov (Trust Index™) sú rozdelené do piatich kategórií: dôveryhodnosť, rešpekt, spravodlivosť,

tímový duch a hrdosť. Kultur-Audit™ ukazuje jasný celkový obraz organizácie, prevládajúcich hodnôt, procesov a kvality.

Certifikácia je udelená spoločnostiam, ktoré v prieskume zamestnancov dosiahnu skóre aspoň 65 percent a splnia minimálne kritériá v prieskume medzi členmi manažmentu.

Spoločnosť Great Place to Work® zhromažďuje viac ako 20 rokov údajov k vyhodnocovaniu atmosféry na pracoviskách v organizáciách. Pritom základom vynikajúcej atmosféry na pracovisku vždy bola dôvera. Hodnotí sa týchto šesť faktorov: atmosféra na pracovisku založená na vzájomnej dôvere, uznávané hodnoty, kvalita vedenia, rozsah, v ktorom všetci zamestnanci rozvíjajú svoj potenciál, výsledná inovačná sila a pridaná hodnota.

Ocenenie

Minerálna voda Karpatska Dzherelna získala ukrajinskú cenu za balenie

0,5-litrová fľaša na minerálnu vodu Karpatska Dzherelna je víťazom súťaže „Ukrajinské hviezdy balenia 2020“ a je nominovaná na svetové ocenenie. Fľašu v tvare slzy vyrobil Vetropack Gostomel.

Fľaša minerálnej vody fascinuje svojou elegantnou jednoduchosťou. Rytina na povrchu zobrazuje horskú krajinu a vznášajúceho sa orla, čím zdôrazňuje prírodný pôvod minerálnej vody. Fľaša má príjemný aj úžitkový dizajn. Zosilnené dno zaručuje stabilitu, zatiaľ čo 100 % recyklovateľný materiál predstavuje rešpekt výrobcu k životnému prostrediu.

Spolu s týmto ocenením získal ukrajinský závod spoločnosti Vetropack pôsobivých 16 cien súťaže Ukrajinské hviezdy balenia.



Vetropack Švajčiarsko inštaloval odstraňovač etikiet



Výroba skla v St-Prex spracováva až 80 % črepov. To znamená, že ročne sa roztaví až 100 000 ton použitého skla. Začiatkom leta spoločnosť Vetropack vo svojej sklárni v St-Prex zaviedla systém odstraňovania etikiet, aby efektívnejšie spracovávala použité sklo.

Použité sklo dodávané do závodu St-Prex obvyčajne obsahuje vysoký podiel etikiet a iných druhov povrchovej úpravy. Predtým sa požívali optické zariadenia na triedenie všetkého tohto „iného ako skleneného“ materiálu z použitého skla v automatizovanom procese. Vďaka novoinštalovanému systému sa však zvyšky etikiet odstraňujú v špeciálnom dopravníku trením črepov o seba ešte pred optickým triedením. Odstraňovač etikiet a stroje na optické triedenie skla inštalované v roku 2019 umožňujú sklárni Vetropack v St-Prex zefektívnenie spôsobu využitia použitého skla.

Predstavenstvo

Nový technický riaditeľ pre oddelenie techniky a výroby na úrovni skupiny

Predstavenstvo spoločnosti Vetropack Holding Ltd vymenovalo Dr. Guida Stebnera za nového riaditeľa pre oddelenie techniky a výroby na úrovni skupiny s účinnosťou od 1. januára 2021. Stane sa aj členom správnej rady.

Dr. Guido Stebner, 54 rokov, vyštudoval metalurgiu na Clausthall Zellerfeld University of Technology v Nemecku. V roku 1997 s vyznamenaním obhájil dizertačnú prácu na tému „Design of coated rollers for casting steel according to the twin-roll process“ na RWTH Aachen University v Nemecku. Po ukončení štúdia ho kariéra zaviedla do oceliarskeho priemyslu.



Pôsobil na manažérskych pozíciách v oblasti výskumu, výroby a techniky v skupine ThyssenKrupp Group. Pracoval aj v Nemecku, Francúzsku, Taliansku a Spojených štátoch amerických.

V roku 2013 fínska oceliarska skupina Outokumpu prevzala oceliarske operácie spoločnosti ThyssenKrupp a Dr. Stebner sa stal vedúcim výroby v spoločnosti Outokumpu Stainless USA, neskôr bol povýšený na člena správnej rady. V roku 2016 prestúpil do spoločnosti Swiss Steel AG, ktorá je súčasťou švajčiarskej skupiny Schmolz + Bickenbach, a viedol divíziu výroby a technológií. Ako manažér pracoval na technickom oddelení spoločnosti Deutschen Edelstahlwerke, ktorá je tiež členom Schmolz + Bickenbach Group, v roku 2018 plnil úlohy na pozícii COO.

Komunikácia

Online po prvý raz

Toto leto po prvý raz vyšla exkluzívne online Polročná správa 2020 a časopis pre zamestnancov skupiny Vetropack. Tieto dve publikácie tak nasledovali trend, ktorý sa začal Integrovanou výročnou správou v roku 2019, a sú v súlade s aktivitami spoločnosti Vetropack zameranými na podporu digitalizácie a udržateľného spôsobu myslenia.

Poskytnutie online publikácie neprináša len novú skúsenosť s digitálnym prostredím pre cieľovú skupinu zamestnancov, ale s prechodom na



novú, online formu integrovanej výročnej správy, sa skupina Vetropack rozlúčila s jej pôvodnou tlačенou verziou, a tým naznačila svoje smerovanie do budúcnosti. Nová integrovaná výročná správa reaguje na meniace sa potreby cieľových skupín a integráciu informácií. Časopis pre zamestnancov tiež nasleduje tento príklad a naplňa snahu Vetropacku o digitalizáciu.

Vyššia prehľadnosť a flexibilita

Corporate Communications v súčasnosti pripravujú interný komunikačný plán, ktorý sa zameriava na súčasné a budúce informačné potreby. Internet a sociálne médiá formujú naše očakávania. Je tiež dôležité rýchlo a efektívne komunikovať, udržiavať dialóg, integrovať vedomosti a prijímať i poskytovať spätnú väzbu. S ohľadom na to budú nové komunikačné médiá v priebehu niekoľkých budúcich mesiacov preskúmané alebo dokonca novoimplementované.

Ďalším nástrojom na digitalizáciu komunikácie zamestnancov vo Vetropacku je aplikácia pre zamestnancov Beekeeper. Cieľom aplikácie je uľahčiť a zefektívniť komunikáciu v rámci spoločnosti, ako je to v prípade roja včiel. Beekeeper znamená, že zamestnanci môžu byť zastihnuteľní na rôznych pracoviskách a oddeleniach v reálnom čase. Beekeeper je momentálne v pilotnej prevádzke na centrále v Bülachu.



Šumivé

Oživenie osviežujúcej tradície

Víno riedené minerálnou vodou alebo sódou je jedným z najobľúbenejších nápojov na uhasenie smädu počas horúcich dní. Podobne uspokojuje je sklenená fľaša s objemom 0,33 litra od spoločnosti Vetropack Austria, v ktorej sa podáva „Spritzer“ od rakúskeho vinárstva Aigner.

Vedeli ste, že „G´spritzte“ alebo „Spritzer“ boli vynájdené v Rakúsku? Víno zmiešané s minerálnou vodou alebo sódou je obzvlášť obľúbeným nápojom v lete, či už ako aperitív alebo ako jednoduchý, zmyselný spoločník lahodného jedla.

Vinárstvo Aigner v Gumpoldkirchene je jedným z najvýkonnejších a najmodernejších vinárstiev v Rakúsku. V lete 2020 uviedlo na trh osviežujúci miešaný nápoj z bieleho vína a minerálnej vody: „Spritzer“. Dodáva sa v sklenenej fľaši s objemom 0,33 litra zo zeleného skla, ktorá poskytuje obsahu potrebnú ochranu pred svetlom a zaručuje spotrebiteľom sviežosť i pri ďalšom skladovaní. Štandardná fľaša vyrábaná spoločnosťou Vetropack ponúka správne množstvo priestoru pre sytený nápoj. Plní sa až tesne pod okraj, aby bol obsah vystavený čo najmenšiemu množstvu kyslíka. Tvar fľaše bez ramien je tiež veľmi praktický a znamená, že si Spritzer môžete vychutnať priamo z fľaše.



Patentované

Inovatívne drážky a zárezy

Na vinici Terre De La Custodia sa po storočia menili plody umbrijskej odrody terroir na vynikajúce víno. Ružové sa dodáva v jedinečnej fľaši z bieleho skla s objemom 750 ml od spoločnosti Vetropack Italia.

Vinice Terre De La Custodia, päť kilometrov od Montefalca, takisto vzhliadajú k storočnej tradícii. Čokoľvek, čo tak dlho prežije, musí byť i naďalej inovatívne, čo sa dá určite povedať o Terre De La Custodia. Pre ružové víno Montefalco Sagrantino bola vyvinutá číra sklenená fľaša – výsledok dokonalej syntézy estetiky a funkčnosti. Pútavá drážka na prednej strane fľaše vedie k vnútornej priehlbine, ktorá zhromažďuje usadeniny na dne fľaše a bráni ich pohybu, zatiaľ čo zadný zárez zabezpečuje, že pri nalievaní neunikne ani kvapka. Prečo sa do tejto špeciálnej fľaše neplní každé víno, keď má také jasné výhody? Odpoveď je jednoduchá: Terre De La Custodia si to nechala patentovať!



Skvostné

Iskrivý vzhľad

Čokoľvek vhodné pre kráľovské chuťové bunky by malo aj vyzerať kráľovsky. Preto popredný ukrajinský výrobca ovocného vína Mikado plní svoje nové šumivé víno Mikado Princess s nízkym obsahom alkoholu do nádhernej fľaše od spoločnosti Vetropack Gostomel.

Vďaka svojim dôstojne zvažujúcim sa ramenám a dlhému štíhlemu krku má nová fľaša s objemom 0,75 litra klasický elegantný tvar. Jej majestátny dojem je výrazne umocnený povrchom skla – vďaka gravírovaniu so vzorom kryštálu fľaša svieti ako brúsený rubín, keď na ňu dopadne svetlo. Nový produkt spoločnosti Vetropack Gostomel je teda dokonalým ochrancom šumivého nápoja prvotriednej kvality s jedinečnou príchuťou ovocia a bobúľ.

Pútavá súhra farieb, vytvorená kombináciou fľaše a nápoja spoločne, je tiež takmer slávnostná – jemne ružový odlesk šumivého vína zodpovedá farbe čerešňového kvetu tradične zobrazeného na etikete renomovanej značky. Víno, fľaša, etiketa a svetlo sú v tejto úplne novej tvorbe jedinečným spôsobom spojené v harmónii a pomáhajú zdôrazniť slávnosť a zvláštnu povahu každej príležitosti, pri ktorej sa podáva Mikado Princess.



Elegantné

Z Trapani do sveta

Sicílske červené víno Nero d'Avola je svetovo uznávané. Vinárstvo Alibrianza pôsobí v oblasti Trapani a svoje víno plní do elegantných 750 ml fliaš zo skla cuvée vyrobených vo Vetropacku Italia v Trezzane sul Naviglio pri Miláne.

Rodinný podnik Alibrianza bol založený v roku 1981 a pôvodne sa sústredil na obchodovanie s prémiovými vínami pre medzinárodnú klientelu. Skoro sa však vynorila túžba vyrábať svoje vlastné víno. Alibrianza najskôr prevzala vinicu Cascina Radice v Piemonte, ktorá je veľmi tradičná, a potom pridala vinice na Sicílii – ostrove, kde sa viniciam darí vďaka stredomorskému podnebiu, mnohým hodinám slnečného svetla a osviežujúcemu morskému vánku.

Jednou z pôvodných sicílskych odrôd je Nero d'Avola s plnou chuťou. Pre každú Nero d'Avola, ktorú Alibrianza pestuje v regióne Trapani, vyrába Vetropack Italia sklenenú fľašu vo farbe cuvée s objemom 750 ml. Odzrkadľuje plné ovocné víno s výraznými ramenami a robustným telom. V roku 2019 získala Alibrianza zlatú medailu na China Wine & Spirits Awards.

Kultivovaný

Inšpirovaný horcom

Start-upová spoločnosť Gents z Zürichu zaútočila na špičkovú barovú scénu so svojim tonikom. Od tohto roku vyrába estetickú fľašu s objemom 0,2 litra z číreho skla pre známy nápoj Vetropack Austria v meste Pöchlarn.

Tonik je jednou z najobľúbenejších horkých limonád. Je považovaný za výnimočne vznešený nápoj, preto nie je prekvapením, že moderní mladí podnikatelia sa snažia o výrobu ešte lepších tonikov – je to cieľ, ktorý start-up Gents z Zürichu určite dosiahol. Recept na tonik je založený na bylinách a znalostiach kulinárskeho umenia získaných počas dlhých rokov. Obsahuje švajčiarske prísady, ako repný cukor a horec zbieraný v pohorí Jura so špeciálnym povolením. Horec žltý – *Gentiana lutea* – zapožičal spoločnosti svoje meno.

Fľaše, v ktorých Gents ponúka svoje nápoje, vyrába spoločnosť Vetropack Austria v Pöchlarne. Rovné hrdlo a jemne zakrivené ramená ukazujú výrobky vo fľaši z číreho skla s objemom 0,2 litra v najlepšom svetle. Okrem klasického toniku už existuje niekoľko ďalších príchuťí, napríklad „Gents Swiss Roots Ginger“ alebo „Gents Swiss Craft Ginger“.



Na prvý pohľad:
najnovšie výrobky



Originálne

Ideálny spoločník

Remeselné pivo sa stretlo s bezkonkurenčným úspechom na celom svete. Vyrábajú ho hlavne malé pivovary ručne a s veľkou starostlivosťou. Pivá ako tieto patria do elegantného a udržateľného skla – napríklad pivo Steinweg, pre ktoré spoločnosť Vetropack Gostomel vyrába výnimočné fľaše.

Steinweg je malý špecializovaný pivovar na Ukrajine. Poháre na pivo Steinweg sú vizuálnym výrazom nápoja, pre ktorý boli vytvorené – originálne a veľmi jedinečné, naznačujú atmosféru malej továrne a vplyv steampunku. V neobvyklom dizajne je zachytený ako retro štýl, tak aj progresívny spôsob myslenia.

Pivovar si zvolil hnedé sklo pre 0,6-litrovú fľašu, ktorá je schopná obsiahnuť polliter a poskytuje svojmu penivému lahodnému nápoju najlepšiu ochranu pred potenciálne škodlivým svetlom. Závitový uzáver je obzvlášť pútavý a používateľsky prívetivý, vďaka čomu je táto fľaša ideálnou spoločníčkou na výlety. Touto spoluprácou Steinweg a Vetropack Gostomel ukázali, že niečo také bežné a zdanlivo dokonalé ako pivová fľaša, môže byť pozoruhodne inovované.



Na Vaše pranie môžeme vyvíjať a vyrábať dokonalé sklenené obaly presne pre Vás: farba a vzhľad – voľba je na vás.



Adekvátne

Ovocná príchuť v skle

Rakúska značka sirupu Yo vyrába sirupy najvyššej kvality. Tri nové produkty sú dokonale chránené krásne tvarovanými čírymi sklenenými fľašami s objemom 0,5 litra, ktoré vyrába závod Vetropack Austria v Pöchlarne.

Sklo a príroda – dokonalá kombinácia. Každý, kto vyrába alebo konzumuje ekologické produkty, kladie veľký dôraz na kvalitu, zdravie a ochranu životného prostredia. Sklo chráni svoj obsah výnimočne dobre, pretože ho nijako neovplyvňuje a má neutrálnu chuť a vôňu.

Eckes Granini Austria GmbH tiež súhlasí. Ich značka YO je známa v celom Rakúsku i mimo neho výrobou vysokokvalitných ovocných sirupov. Nedávno boli variácie rozšírené o tri nové príchuť organického sirupu: malinový a citrónový, ríbezľ a medovka lekárska. Tieto novinky sa dodávajú v sklenených fľašiach s objemom 0,5 litra vyrábaných spoločnosťou Vetropack Austria v závode Pöchlarn s osvedčeným dizajnom fliaš YO. Fľaše z číreho skla sa dajú naozaj pohodlne chytiť do ruky vďaka zúženiu pod ramenami. Štíhly tvar, v kombinácii so skleneným obalovým materiálom, zdôrazňuje prvotriednu kvalitu obsahu.

Rakúska tradícia

Rauch Fruchtsäfte: od zmluvnej prevádzky na plnenie ovocia do fliaš po globálnu spoločnosť

Franz Josef Rauch, vôbec prvý priekopník vo výrobe ovocných štiav, založil v roku 1919 v rakúskom Vorarlbergu malý podnik na plnenie fliaš ovocím, z ktorého sa stal jeden z najväčších výrobcov ovocných štiav v Európe. Originálna startupová spoločnosť, aj po viac ako sto rokoch, stále vyrába tie najlepšie ovocné nápoje.



V roku 1919 svet formoval rozpad monarchie a hospodárska kríza po skončení prvej svetovej vojny. Útrapy boli obrovské. Mladý Franz Josef Rauch túto situáciu využil čo najlepšie a založil si vlastný malý obchod so stáčaním ovocných štiav do fliaš.

Tento podnik na plnenie fliaš pre miestnych farmárov mal slúžiť iba ako druhoradý zdroj príjmu v náročných časoch. Franz Josef Rauch, ktorý bol presvedčený, že „ľudia budú vždy musieť jesť a piť“, položil základy úspešného príbehu vo Vorarlbergu, počnúc originálnym startupom až po vypracovanie sa na medzinárodnú spoločnosť na výrobu ovocných štiav. Jablčný mušt, ktorý bol obzvlášť populárny v 20. rokoch 20. storočia, udržal podnikanie v chode, ale o desať rokov neskôr to bol jablkový džús bez alkoholu, ktorý udával trend.

Dve manželky zakladateľa spoločnosti - obe sa volali Katharina - zohrali pri týchto úspechoch nemalú rolu. Franz Josef Rauch mal s prvou manželkou dvanásť detí a tri roky po jej smrti sa znovu oženil. Katharina Seyfried sa odvtedy starala o veľkú rodinu a podporovala svojho manžela pri uskutočňovaní jeho vízie. Pravdepodobne spolupracovala pri vývoji príchutí výrobkov Rauch. Nie je preto žiadnym prekvapením, že Rauchovo organické trio

Naturally Cloudy Apple, Red Currant a Apricot pre catering bolo venované v rámci oslavy výročia spoločnosti práve týmto dvom silným ženám.

Tri generácie a nespočetné výzvy, úspechy, významné udalosti a potom neskôr aj problémy. Napriek tomu je Rauch nie len jedným z popredných výrobcov ovocných štiav v Európe, ale stále je rodinným podnikom. Tak ako znie motto spoločnosti: „Vážime si staré a vítame nové“, chce spoločnosť naplniť svoje poslanie priekopníka orientovaného na budúcnosť, ako aj zachovať svoju dlho etablovanú kultovú značku.

V jubilejnom roku 2019 bola uvedená ikonická výročná edícia pre stravovací priemysel a spolu s ňou bola z vlastnej tradície vytvorená značka gastronómie Franza Josefa Raucha. Kultové zelené 0,9-litrové vratné fľaše so strmeňovým uzáverom sa používali už v 20. a 30. rokoch 20. storočia na plnenie vlastných originálnych štiav spoločnosti a ich uvádzanie na trh do pohostinstiev vo Vorarlbergu. Vyrába ich spoločnosť Vetropack Austria a plnia sa v sídle spoločnosti v Rankweile vo Vorarlbergu, rovnako ako biele fľaše Rauch s objemom 0,2 litra pre gastronomický priemysel a fľaše s dlhým hrdlom s objemom

0,33 litra. Všetky majú farebné etikety, ktoré originálnemu dizajnu dodávajú moderný retro vzhľad a poskytujú dokonalú ochranu najrôznejším prírodným ovocným džúsom s osobitou chuťou.





Männerhaut

Štyria umelci, jedna vášeň: sklo

Štúdio „Atelier Männerhaut“ s voľným vstupom bolo založené v roku 1991 vo Frauenau v Nemecku. Na tomto mieste sklárske umenie a remeslo vedú k plodnej symbióze, v ktorej sklo ako materiál vždy zohráva hlavnú úlohu.

Männerhaut? Pred tridsiatimi rokmi slogan časopisu „pánska pokožka je tiež úplne prirodzená“ inšpiroval skupinu mužov v bavorskom meste Frauenau, aby nazvali svoje štúdio „Männerhaut“ (pánska pokožka). Štyria sklárski umelci Roland Fischer, Jo G. Hruschka, Stefan Stangl a Alexander Wallner neboli počas troch desaťročí viazaní iba vášňou pre sklárske umenie, ale aj blízkym priateľstvom. Títo nezávislí umelci a remeselníci sú vyškolení sklári a rezači skla. Sklo je teda ich profesiou.

Staré sa stretáva s novým

Umelci navrhujú a dokončujú svoje práce vo svojej dielni v Zwieseli. Diela týchto štyroch umelcov nie sú všetky vytvárané len v sklárskych peciach, ale aj z ďalšieho spracovania surového skla vyrobeného v hutníckom závode, ako aj z rôznych iných druhov skla. Pomocou tradičných techník spracovania skla, ako je maľovanie, rezanie alebo gravírovanie skla, v kombinácii s modernými pracovnými metódami, ako je tavenie, rezanie vodným lúčom alebo lepenie, vytvárajú umelci osobitné umelecké diela. Je pre nich dôležité, aby sa v tomto procese využilo čo najmenej ďalších dodatočných zdrojov, napríklad energie. Jo G. Hruschka už niekoľko rokov pracuje so všetkými druhmi upcyklovaných nádob. Niečo neobvyklé

a kuriózne - ako miska alebo socha - je vytvorené z bežného každodenného skla. Títo štyria umelci radi spoznávajú možnosti tvorivého pretvárania skla.

Tradícia skla v Bavorskom lese

„Skléné mesto“ Zwiesel v Bavorskom lese je od 15. storočia známe svojím sklárskym priemyslom, výrobou krištáľu a vysokou školou technického skla. Jednou z výrazných dominant mesta je najvyššia svetová pyramída vytvorená z vínových čiaš, ktorá meria viac ako 8 metrov. Malá susedná dedina Frauenau je známa svojím múzeom skla a predovšetkým sklenenými záhradami, ktoré sa môžu pochváliť mnohými dielami „Ateliéru Männerhaut“.



**Kontaktné adresy
predaj****Švajčiarsko**

Telefón +41 44 863 34 34
marketing.ch@vetropack.com

Rakúsko

Telefón +43 2757 7541
marketing.at@vetropack.com

Česká republika

Telefón +420 518 733 111
marketing.cz@vetropack.com

Slovensko

Telefón +421 32 6557 111
marketing.sk@vetropack.com

**Chorvátsko, Slovinsko,
Bosna-Hercegovina,
Srbsko, Čierna Hora,
Macedónsko, Kosovo**

Telefón +385 49 326 326
prodaja@vetropack.com

Ukrajina

Telefón +380 4439 241 00
sales.ua@vetropack.com

Taliansko

Telefón +39 02 458771
sales.it@vetropack.com

**Ostatné krajiny západnej
Európy**

Telefón +43 7583 5361
export.west-europe@vetropack.com

**Ostatné krajiny východnej
Európy**

Telefón +420 518 733 341
export.cz@vetropack.com