

VETRO TIME

Бюлах

Чудове місто для роботи®

**Група
Купівля
скляного заводу
в Молдові**

**В центрі уваги
Скло – це тренд**



4	Приваблює погляд	Зроблений зі скла
6	Група	Vetropack купує скляний завод у Молдові
8	Сконцентруйся	Щастя від скла та у склі
15	Сертифікований	Ми раді, що працюємо у Бюлаху!
17	Управління Групою	Новий технічний директор
18	Новий дизайн	Різноманіття скла
23	Фрагменти культури	Пристрасть до скла «Ательє Меннерхаут»



Пропустили видання Vetrotime?
Знайдіть попередні випуски
за QR-кодом.

Вихідні дані видання

Редагування і текст: Corporate Communication Vetropack Holding AG
Оформлення: Arnold & Braun Grafik Design
Друк: ТОВ «Авеню-Гіфтс»

В центрі уваги: У спортивній скляній пляшці, зображеній на обкладинці, оживає навіть вода з-під крану. Код з певною інформацією, нанесений на центрі пляшки, передає цю анімаційну інформацію у воду. Ергономічна спортивна пляшка, що має чудову ручку, виготовляється на хорватському заводі Vetropack Хумна-Сутлі.



Шановні читачі!



Чи звернули ви увагу на те, що бігун на обкладинці журналу Vetrotime має всі атрибути молодої людини, яка живе в ритмі міста? Він тримає смартфон у руці, який легко можна приєднати до передпліччя на час вправ. Якщо навушники, то тільки бездротові. Частота серцебиття та кількість кроків відображаються на дисплеї фітнес-трекера, який став трендом для сучасних людей. Так, цей хлопець – справжній трендсеттер, але не завдяки новітнім гаджетам, а тій кольоровій скляній спортивній пляшці. І це одразу помітно. Адже саме той факт, що він п'є з ємності зі скла, і є трендом. Скло «в ділі».

Проте крутість цього чудового матеріалу нам доводять не лише атлети, що живуть в ритмі міста – багато інших респондентів, які з'являються у цьому виданні Vetrotime (сторінки 8-12), чітко транслюють ту ж саму думку. Український хореограф Володимир Можейко влучно зазначає: «За склом майбутнє, бо воно складається з натуральних матеріалів, просте в переробці та не забруднює довкілля».

Новини Групи Компаній Vetropack: завод у Бюлаху, Швейцарія, визнали Чудовим місцем для роботи (сторінка 15). Я дуже радий, що ми отримали цю сертифікацію, та впевнений, що згодом до нас приєднаються всі підприємства Vetropack.

Ви точно знаєте з новин, що ми купили завод у Молдові. Детальніше про це можна прочитати на сторінці 6.

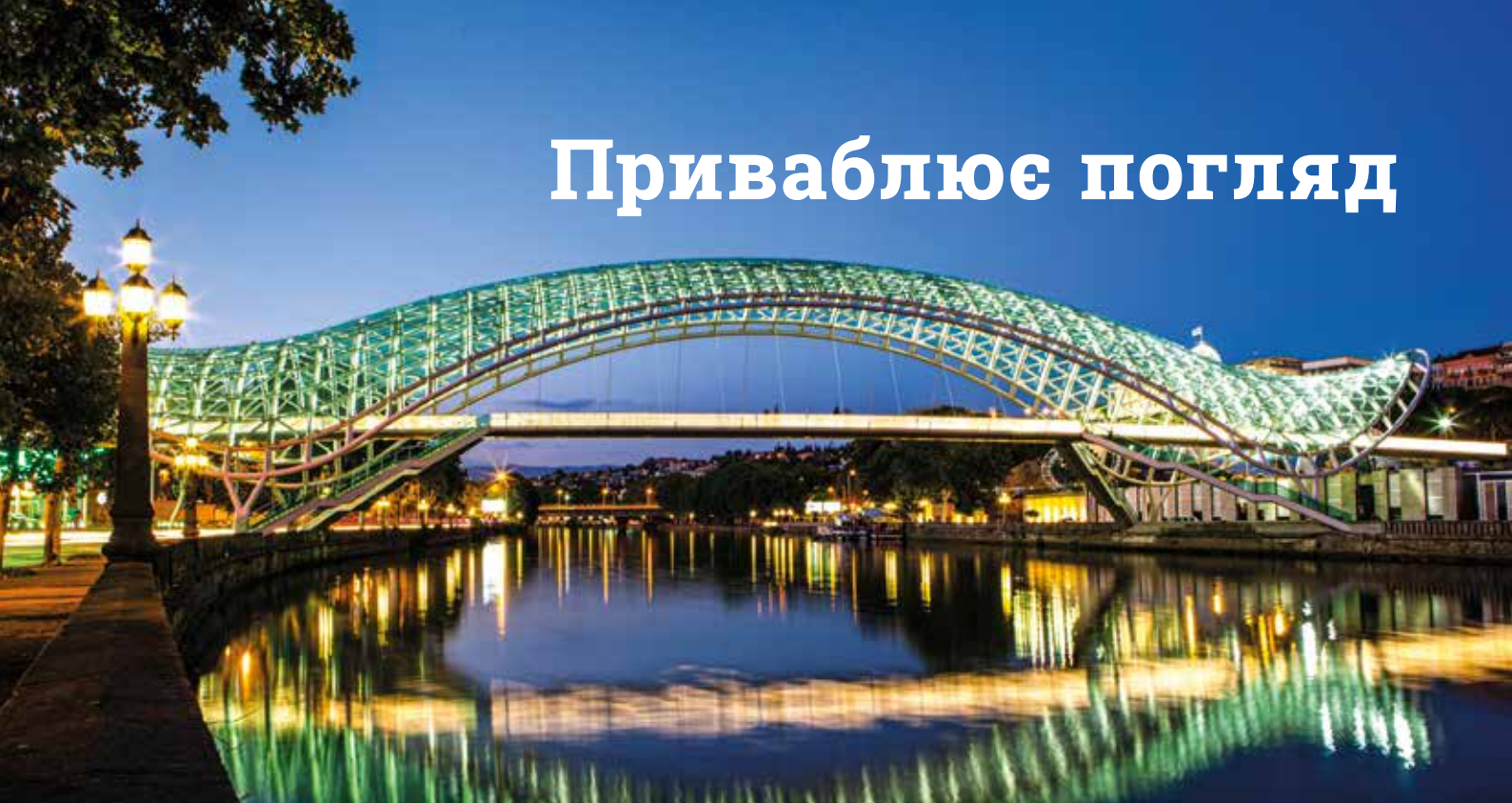
Пандемія ще не закінчилася. З початку кризи, спричиненої коронавірусом, Група Компаній Vetropack запровадила правило дистанціювання в 2 метри всюди, де це фізично можливо. Для нас, наших клієнтів, постачальників та співробітників це надзвичайно важливо. І саме тому ми вирішили не брати участь у виставці BrauBeviale в Нюрнберзі цього року. Нам справді прикро, що ми не зможемо бути присутніми на очній зустрічі, однак пандемія вносить свої корективи в життя кожного з нас та змушує призупинити дороги для нас традиції.

Але є дві непорушні традиції – захоплюючі статті в нашому журналі для клієнтів та найщиріші привітання з Новим Роком та Різдвом. Шановні читачі, я бажаю вам та вашим близьким веселих свят та гарного початку нового 2021 року.

Бережіть себе та своє здоров'я!

Йоханн Райтер,
Генеральний директор Vetropack Holding Ltd

Приваблює погляд



Поєднуючи минуле з майбутнім

Міст Миру в Тбілісі

Міст Миру в Тбілісі, столиці Грузії, поєднує старе місто з парком Ріке неподалік від Резиденції Президента. Дугоподібний пішохідний міст завдовжки 150 метрів, що простягається над річкою Кура, став визначною пам'яткою з часів відкриття в 2010 році. Проект мосту було розроблено італійським архітектором Мікеле Де Луккі.

Дизайн навісу з металевими та скляними елементами нагадує морську істоту, а освітлюється міст вночі за допомогою інтерактивного світлового дисплея, генерованого тисячами світлодіодних вогнів. Освітлення, яке працює протягом 90 хвилин до заходу сонця і стільки ж після сходу, має чотири різні програми, що відображаються на навісі щогодини. Іноді міст світиться хвилями з одного боку річки до іншого.

Повітряна витонченість

Пальмова оранжерея Шенбрунна

Оранжерея у віденських садах палацу Шенбрунн була введена в експлуатацію в 1880 році імператором Францом Йосифом. Перед придворним архітектором Францом Ксавером Зегеншмідом постала задача надзвичайної складності: з довжиною в 111 метрів та загальною площею в 2,500 м² ця оранжерея була найбільшою у світі на момент її відкриття. В зовнішній залізний каркас конструкції вмонтовано 45 тисяч скляних панелей, які, ніби шкіра, прилягають до вигнутих залізних балок та надають будові повітряної витонченості та вишуканого вигляду. Високий центральний павільйон і два нижніх збоку об'єднані переходами у вигляді тунелів, що утворюють три різноманітні



© Stefan Steinbauer, Pixabay

кліматичні зони: холодну зону в північній стороні будівлі, помірну – по центру та тропічну – в південній.

Пальмова оранжерея Шенбрунна – остання та найбільша в своєму роді на території континентальної Європи домівка для середземноморських, тропічних та субтропічних рослин.

Понад хмарами

310-метровий лондонський Шард (в перекладі з англійської означає «уламок»), що знаходиться в районі Саутварк, був найвищим хмарочосом у Європейському Союзі до початку цього року. Відомий італійський архітектор Ренцо Піано спроектував Шард у формі піраміди як вертикальне місто з прив'язкою до станції Лондонський міст. Величезна будівля вміщує в собі офісний центр, готель, заклади ресторанного бізнесу та елітні апартаменти.

Хмарочос названо та спроектовано за мотивами уламка скла. Назва зовсім не випадкова, бо скляний фасад на верхівці будівлі ніби прорізає густі хмарини, якими затягнуте небо над Лондоном. Даний фасад складається з більш ніж 11 тисяч скляних панелей площею 56 000 м². Будівля має 44 ліфти, але лисиця, котра спромоглася піднятися на 72-й поверх під час будівництва, використовувала сходи для своєї місії підкорити Шард.



Величність

Магазин музичних інструментів

Ельбська філармонія в портовому районі Хафенсіті стала однією з найбільш популярних пам'яток Гамбурга. Концертну залу було збудовано на місці старого складу кави та какао швейцарським архітектурним бюро Херцог та де Мьорон (Herzog & de Meuron). Комплекс будівель посеред річки Ельби стоїть приблизно на 1700 залізобетонних стовпах. Окрім трьох концертних залів тут розміщені готель, 45 квартир та майданчик з панорамним видом 360° на місто.



Висота скляної будівлі в Кайспітце становить 110 метрів з найглибшою дугою приблизно на 30 метрів нижче. Вона була розроблена як однокорпусний скляний фасад із використанням модульного методу конструкції. Можливість природної вентиляції приміщень була важливим фактором планування. Загалом було встановлено 1100 різних скляних елементів на площі близько 21 800 квадратних метрів. Один елемент важить приблизно 1,2 т та витримує штормовий вітер зі швидкістю 150 км/год та/або проливні дощі.

Vetropack купує склозавод в Молдові



скла», – констатує Йоханн Райтер, генеральний директор групи Vetropack. Неперевершений досвід Vetropack у регіоні Центральної та Східної Європи робить природним вибором розвиток існуючих молдовських склозаводів.

Стратегія Vetropack завжди полягала в тому, щоб інтегрувати свої придбання в більш широку групу Vetropack, але при цьому зберігати їхні локальні особливості та самобутність. Новий склозавод Vetropack в Кишиневі щорічно виробляє приблизно 100 000 тонн скляної упаковки для харчової промисловості та напоїв, яка продається на внутрішньому та експортному ринках.

На сьогодні на молдовському склозаводі працює близько 450 співробітників, і в 2019 році було досягнуто приблизно 40 мільйонів євро обороту. Це придбання є ще одним кроком в рамках стратегії розширення та зростання

Vetropack, що зробить довготривалий і цінний внесок у групу Vetropack в цілому.

Договір купівлі-продажу планується до підписання в листопаді 2020 року за умови схвалення антимонопольних органів. Сторони погодилися не розголошувати ціну придбання.

Vetropack підписала угоду про купівлю склозаводу в Молдові

З придбанням молдовського склозаводу в Кишиневі, група Vetropack продовжує свою стратегію розширення. Це нове доповнення до групи Vetropack, що складається з двох окремих операційних підрозділів (Glass Container Company та Glass Container Prim), зміцнить ринкові позиції Vetropack у Центральній та Східній Європі.

«Завдяки цьому придбання ми продовжуємо розширюватися у регіоні, з яким ми добре знайомі – регіоні, де ми маємо майже три десятиліття досвіду виготовлення

«Завдяки цьому придбання ми продовжуємо розширюватися у регіоні, з яким ми добре знайомі – регіоні, де ми маємо майже три десятиліття досвіду виготовлення скла»

Йоханн Райтер

Генеральний директор Vetropack Holding Ltd

Запобігаємо

Ми не даємо пандемії шансу!

Пандемія COVID-19, що триває й зараз, є величезним викликом для всього світу. Vetropack несе особливу відповідальність перед своїми клієнтами, постачальниками та працівниками.*

Як виробник скляної упаковки для харчової промисловості, Vetropack є важливим гвинтиком у системі: забезпечення постачання широкому загалу та участь у ланцюгу поставок є основною відповідальністю, і Vetropack зробив усе можливе для її виконання. Загальна робоча Група постійно оцінювала мінливість обставин та визначала заходи, які потрібно було вжити для застосовування на локальному рівні.

Ще в лютому подорожі були зведені до мінімуму, а працівників поінформували про гігієнічні заходи. Відеоконференції стали частиною повсякденної роботи. Наша європейська мережа з восьми виробничих майданчиків для скляних контейнерів Vetropack та їхні спеціалізовані групи працювали за підтримки наших партнерів з постачання, щоб гарантувати безперебійність та безпеку нашого виробничого процесу, забезпечуючи наших клієнтів якісною продукцією.

Попереджений – значить озброєний

Тепер, коли обмеження контактів було послаблено, важливіше, ніж будь-коли, бути пильними щодо продовження дотримання соціальної дистанції та гігієнічних правил. З початку коронавірусної кризи Група Компаній Vetropack всюди, де це фізично можливо, дотримується правила дистанціювання – або, якщо перекласти мовою Vetropack – «ми тримаємо відстань принаймні в 20 пляшок одне від одного». Відповідна кампанія була розгорнута по всій Групі наприкінці літа.

Наявні плакати та заставки, які нагадують працівникам усіх відділів про велику важливість збереження соціальної дистанції. Якщо відстань неможливо витримати, то обов'язково носіть маску, оскільки ми хочемо захистити себе та інших від інфекції.

*Алфавітний порядок, не зважений

Ми не даємо Короні жодного шансу та дотримуємося дистанціювання принаймні від 20 пляшок.

*мінімум 2 метри та більше

vetropack 



Скло – завжди модно

Пляшки, склянки, консервні банки: наші батьки та дідусі з бабусями поклонялися склу, так само як і ми – адже цей матеріал ніколи не вийде з моди!

Без скла людська історія, можливо, пішла б іншим шляхом. Натуральне скло подібне до обсидіану, адже його почали використовувати як інструмент дуже давно. Селеніт – різновид гіпсу, сформований з прозорих кристалів – використовували римляни в якості попередника віконного скла. Однак до цього часу люди вже навчилися самостійно виробляти скло та працювати з ним. Найдавніша скляна тара, яку з певністю можна відзначити, – це чаша, виготовлена приблизно в 1450 році до нашої ери. З тих пір повсякденне життя стало неможливо уявити без скла. Графіни, банки, пляшки, ювелірні вироби, меблі та навіть зброя вироблялись і продовжують вироблятися з використанням скла в різноманітних формах та кольорах. Оскільки екологічність – свідомий підхід використання та збереження ресурсів Землі, скляна тара та скло в цілому дійсно відроджуються. Сьогодні скло не тільки відновлюване та корисне, але й популярне.

Більше ніж тренд

Однак це не тенденція, а факт, що скляна тара має значні переваги порівняно з іншими пакувальними матеріалами. Вона не впливає на запах або смак і жодним чином не впливає на вміст. Скло зберігає натуральний смак про-

дукту, оригінальний аромат та вітамінний склад. Цього року «Друзі скла» та Європейська федерація скла для контейнерів (FEVE) замовили опитування споживачів, яке було проведено серед понад 10 000 людей у 13 європейських країнах. Дослідження показало, що люди купують більше скла, ніж будь-коли, 90% учасників опитування заявили, що рекомендували б скло як найкращий пакувальний матеріал друзям та родині – на 11% більше, ніж у 2016 році.

Ці висновки можна пояснити винятковою здатністю скла до 100 % переробки та усвідомленням споживачами необхідності піклуватися про навколишнє середовище, яка невпинно зростає. Завдяки розвинутій системі місцевих підприємств з переробки та виробництву скловиробів з переробленого скла та використанню природної сировини, скло на 100% піддається повторній переробці із замкнутим циклом.

Завдяки здатності скла обертатися в замкненому на всі 100% циклі, безкінечно набуваючи нових форм без втрати якості, 40% усіх учасників опитування надають перевагу саме склу, аніж іншим пакувальним матеріалам.



Саймон Бергер: з молотком і склом

«Воно повинне виглядати круто і випромінювати певну силу» – такий девіз наслідує художник по склу Саймон Бергер із Нідерценца, що в Берні, Швейцарія. Кваліфікований столяр спеціалізується на портретах, які він робить на склі – однак не пензлем, а радше молотком! «Я, чесно кажучи, не можу згадати, як я прийшов до цієї ідеї», – каже 44-річний чоловік. «Але це не має значення в будь-якому випадку. Як художник, я просто хочу зробити те, чого ще не бачили тисячу разів раніше». Ринок мистецтва є надзвичайно конкурентоспроможним, і будь-хто, хто хоче створити собі ім'я на тривалий термін, потребує унікальної точки продажу – чогось визначного. Звичайно, скло – надзвичайно популярний матеріал у мистецтві. Але знищити його, щоб зробити з нього щось нове – не лише надзвичайно, але й певним чином поетично. «Однак зараз я не хочу стверджувати, що моє мистецтво базується на глибоких концепціях», – говорить Саймон. «Я справді хочу просто робити те, що подобається, і щоб інші люди також вподобали те, що я створив». І вони це розуміють, коли зрозуміють, що стоять не перед розбитим полотном, а перед скляним портретом.

Без уламків скла

Весь процес починається з портретної фотографії, яку художник редагує на комп'ютері, щоб розкрити повністю гру світла і тіні. «Потім я намагаюся набити це зображення на склі, наскільки це можливо», – говорить Саймон. Щоб полотно не розбилося на тисячу уламків з першого удару, Саймон використовує ламіноване захисне скло, яке є в магазинах скрізь. «Або майже скрізь», – сміється художник, розповідаючи нам про онлайн знайомого з Індії, який також хотів випробувати метод молотка, але не зміг отримати жодного ламінованого захисного скла. Фізичний вплив справді послаблює скло, але коли портрет оформлений у рамку і не зазнає надмірного напруження, його врешті можна без вагань повісити на будь-яку стіну.

Випадки також важливі

Процес створення кожного витвору мистецтва – це пригода, бо скло не завжди робить те, що уявляє художник. «У мене склалися певні стосунки любові і ненависті зі склом», – каже Саймон, сміючись. Але він пояснює, що виклик якомога плавнішого поєднання невдалих і вдалих спроб є частиною захоплення його художньої роботи. Перший удар молотком є найскладнішим, каже він. «Після того як скло розбите, я можу досить добре контролювати ефект молотка». Тим не менше, навіть маючи чотирирічний досвід роботи за плечима, Саймон не захищений від пропусків ударів. «Зараз лише кожна друга картина виходить невдало», – визнає Саймон. У нього велика колекція невдалих спроб вдома. Даремно? Звичайно, ні! «Якось я встановлю з ними інсталяцію». Саймон також хотів би створити скляний портрет у величезних масштабах. «Найближчим часом я приймаю такий виклик – чим більший витвір мистецтва, тим більший вау-ефект!»





Даніела Мішакова (Daniela Mišáková): для очей та смакових рецепторів

Словацький фотограф Даніела Мішакова фіксує дорогоцінні моменти у житті дітей та сімей. Скло стало частиною життя Даніели дев'ять років тому, з народженням першої донечки. Відтоді вона пріоритетно ставиться до здоров'я своєї родини, і також обирає скляну тару для упаковки та зберігання. Вдома вона зберігає улюблені трав'яні чаї та каву в банках, а обід бере на роботу у скляній тарі. Там її часто запитують, чому вона приносить їжу в скляних контейнерах. «Вони набагато безпечніші для мого харчування, ніж пластикові контейнери», – пояснює фотограф. «І вони набагато естетичніші, не кажучи вже про те, що ви можете з першого погляду точно побачити, що знаходиться в контейнері. Скляні емності не погіршують смаку та запаху їжі, вони чисті та безпечні».



Володимир Можейко: майбутнє за склом

Володимир Можейко – надзвичайно талановитий танцівник, хореограф та режисер Jazz Ballet Kiev, а також учасник шоу-балетів таких відомих виконавців української естради як Тіна Кароль та Дзідзьо. Він п'є воду протягом дня. І, оскільки цей чоловік справді турбується про навколишнє середовище, то купує воду лише в скляних пляшках. Володимир вважає, що після епохи бурхливого науково-технічного буму настав час для екологічного. І один з кроків назустріч прориву – заміна штучних матеріалів на ті, що мають природне походження – скло, наприклад. Для Володимира Можейка не існує жодних сумнівів у тому, що скло – це щабель майбутнього, адже воно складається з природних матеріалів, просте в переробці та не забруднює навколишнє середовище.



Іван Вукович (Ivan Vuković): біг зі скляними пляшками

37-річний Іван Вукович працює менеджером з розвитку бізнесу в хорватській філії міжнародної інжинірингової фірми. «Після важкого робочого дня я люблю бігати, щоб відпочити», – каже він. «Я намагаюся бігати чотири-п'ять разів на тиждень принаймні від шести до восьми кілометрів за раз незалежно від пори року чи погоди». Це йому допомагає розслабитися та прийняти виклики сучасного життя. Коли він у русі, він п'є лише зі скляної тари. «Вам може здатися, що я слідую трендам, але це моє свідоме рішення», – пояснює він. «Я обираю те, що здоровіше для мене та краще для навколишнього середовища». Як відповідальна людина, він каже, що це для нього неймовірно важливо. «Що стосується пляшок з водою, я завжди обираю скло!»

«Що стосується пляшок з водою, я завжди обираю скло!»

*Іван Вукович,
менеджер з розвитку бізнесу,
Хорватія*



Раффаела Касо (Raffaella Caso): онлайн стійкість

«Моя пригода в Інтернеті розпочалася в 2010 році, – згадує Раффаела Касо. «Моя 18-місячна донечка обожнювала органічні йогурти, які у той час у Мілані було важко знайти. Мені стало зрозуміло, наскільки важко жити екологічно, але я вирішила, що хочу щось з цим зробити». Наступного дня BabyGreen був онлайн. Зараз вебсайт став орієнтиром для тисяч сімей, які зацікавлені у сталому розвитку. Раффаела Касо обожнює скляну тару, оскільки вона практична, корисна для здоров'я та безпечна. І завдяки своєму вебсайту вона виявила, що тисячі матерів думають і роблять точно так само. Статистика показує, що в Європі за останні кілька років було придбано більше скла, ніж будь-коли раніше. «Звичайно, це, певною мірою, просто тенденція», – каже вона. «Але якщо ця тенденція допомагає підвищити обізнаність та бути свідомими, це добре!»



Керстін Меднер (Kerstin Madner): скло – безпечне

41-річна Керстін Меднер – PR-консультант агентства зі зв'язків з громадськістю та публікацій у Відні. Вона реалізовує проекти та організовує заходи у тісній співпраці зі своїми клієнтами. Її універсальна професія дає їй розуміння різних галузей. Керстін відпочиває разом зі своєю

родиною, що дуже необхідно для такої вимогливої роботи. «Я волію проводити свій вільний час з моєю шестирічною донькою», – каже вона. «Ми – активна сім'я і насолоджуємося незліченними поїздками на природу. Як мати, я, звісно, приділяю особливу увагу здоров'ю та добробуту моєї родини. Здорове харчування та дружній до навколишнього середовища стиль життя відіграють важливу роль у нашому повсякденні. Ми вважаємо за краще споживати їжу та напої, розфасовані у скляний посуд».

«Здорове харчування та дружній до навколишнього середовища стиль життя відіграють важливу роль у нашому повсякденному житті. Ми вважаємо за краще споживати їжу та напої, розфасовані у скляний посуд».

Керстін Меднер,
консультант з PR,
Австрія.

Скло дає впевненість в тому, що їжа для її родини упакована природним чином, шкідливі речовини не впливають на вміст, а смак захищений і незмінний. «І навіть насолоджуючись їжею, я маю чисте сумління», – каже Керстін. «Скло можна легко переробити, а сировину, що була у вжитку, можна використовувати повторно для виготовлення нових пляшок і банок».





Анічка Фіалова (Anička Fialová): кожен малий крок має значення

Анічка Фіалова з міста Бженец в Моравії цінує традиції свого регіону. І вона знає, як важливо передати їх наступним поколінням. Наше ставлення до навколишнього середовища пов'язане саме з цим. «Стан, у якому ми залишимо планету наступному поколінню, залежить від кожного з нас», – говорить Анічка. «Ми не повинні бути екологічними активістами, часом достатньо навіть дрібниць. Я сортую свої відходи і, як бачите, п'ю воду зі скляної пляшки». Як вчитель, Анічка також може багато чого зробити в цій галузі. Наприклад, якщо діти дізнаються в дитячому садку, чому важливо сортувати відходи або користуватися скляною тарою, вони використовуватимуть ці знання у своєму житті та навіть матимуть змогу впливати на своїх батьків чи бабусь і дідусів.



Інтерв'ю з Джейн Мунке (Jane Muncke), генеральним директором Форуму харчової упаковки

Чи існує зв'язок між упаковкою та здоров'ям?

Харчова упаковка виділяє хімічні речовини в їжу. Однак різні матеріали дуже відрізняються між собою в залежності від того, які речовини потрапляють у їжу та в яких кількостях. Скло, кераміка та нержавіюча сталь – це неорганічні матеріали, і в їхньому випадку хімічна міграція мінімальна. За винятком прокладок у кришках, це виключно неорганічні, природні сполуки. Папір, пластик та композиційні матеріали (наприклад, коробки для напоїв) виготовляються з органічних сполук. Що стосується пластмас, то це в основному синтетичні хімічні речовини, що створюються людиною та іноді мігрують у довкілля в дуже великих кількостях так само, як і друкарські фарби на папері. Фактично, експерти вважають, що на повсякденний вплив хімікатів сильно впливає упаковка харчових продуктів та інші матеріали, що контактують з їжею. Деякі з цих хімічних речовин небезпечні для здоров'я.

У яких випадках скло – це найкращий матеріал для упаковки?

Що стосується здоров'я, скло є хорошим рішенням порівняно з іншими матеріалами. Скло – це затверділа рідина з невеликими порами, так що жодні хімічні речовини не можуть просочитися. Ось чому скло також називають інертним. Це означає, що між склом і упакованими в ньому речовинами не відбувається взаємодії, тож жодні речовини не можуть пройти через скло зовні. Ця характеристика робить його придатним для упаковки харчових продуктів.



Джейн Мунке має ступінь доктора токсикології навколишнього середовища та ступінь магістра екологічних наук Швейцарського федерального технологічного інституту в Цюриху (ETHZ). З серпня 2012 року вона є головою та головним науковим керівником Форуму з упаковки харчових продуктів.



Реновація/Відродження

Всесвітньо відома пляшка WOBO від Heineken

Пивна пляшка, що отримала друге життя в якості цеглини – це інноваційна ідея, що стала відомою в 1960-х роках як пляшка для будівництва WOBO від Heineken. Завдяки цьому рішення вдалося б зменшити відходи до мінімуму, і максимально ефективно повторно використовувати цінний матеріал. Минулого року компанія Heineken взяла на себе ініціативу щодо відновлення виробництва пляшок WOBO. Vetropack Австрія прийняла виклик.

Оригінальна концепція дизайну Heineken WOBO World Bottle була запропонована/ розроблена Фредді Хайнекеном у 1960-х. Тоді на вулицях Кариба серед куп сміття можна було побачити в тому числі й пивні пляшки Heineken. Також пан Хайнекен помітив, що жителі настільки бідні, що не можуть навіть побудувати собі житло через брак будматеріалів, або живуть в бідних хатинах. Фредді Хайнекен хотів вирішити обидві проблеми за допомогою пляшки, яка б, за його задумом, отримала друге життя в якості цегли WOBO.

Але такому нововведенню ніколи не судилося потрапити на ринок, оскільки плоскі борти пляшок не витримували високого тиску CO2 у пиві. Саме така вона – реальність вивчення нових концепцій та нестандартного мислення, але й до сьогодні ідея WOBO все ще надихає дизайнерів. Ось чому Хайнекен думав про «переробку» пляшок і їхнього подальшого застосування при створенні декоративних конструкцій у барах, на стінах, полицях та ін.

Vetropack Австрія вибрано партнером для цього особливого проекту. На заводі в Пьохларні пляшку WOBO виготовляли у двох розмірах – 300 мл та 500 мл – точно як в оригінальних пляшках, і в зеленому кольорі з відсотком використаного скла більше 60%. Дизайн оригіналу доповнено логотипом Heineken та написом «WOBO World Bottle» у формі скляного рельєфу. Арочна основа була особливим викликом, з яким стикалися в процесі будівництва. Основа мала бути спроектована так, щоб ідеально

відповідати шийці пляшки, що б дозволило стабільно класти WOBO як цеглу.

Можливо, цим пляшкам WOBO не судилося бути заповненими пивом Heineken, але вони чудово виглядають як універсальні, креативні елементи дизайну та продовжують надихати творчих людей на розвиток особливого стилю в дизайні барів.



Виготовлення пляшки WOBO від Heineken:



Представлений у найкращому світлі

У банкетній залі готелю-ресторану Льовен у місті Хаузен-ам-Альбіс, що поблизу Цюриха, пляшки ігристого вина символізують задоволення у всіх значеннях слова – включно з естетичним рівнем.



Коли заходиш у банкетну залу готелю-ресторану Льовен у місті Хаузен-ам-Альбіс, де стеля сягає висоти майже 5 метрів, перше, що впадає в очі, це 4 величезні освітлювальні конструкції, що звисають зі стелі, наповнюючи кімнату особливо приємним світлом. І лише придивившись розумієш, що це не просто люстри, а чарівні дизайнерські елементи, зроблені зі сталевих кілець та пляшок ігристого вина.

Унікальна суміш особливостей

Джоель Аптер та Майкл (Міхаель) фон Аркс, молода пара, керівники закладу Льовен, довго гадали як відновити залу для урочистостей в стилі бароко, зберігаючи її характер та початковий обрис, додавши святкового настрою. З приводу освітлення вони звернулися до Мартіна Нівергельта із сусіднього села Уерцлікон. За словами дизайнера проекту, в якості основи для приладів освітлення треба застосовувати скло. «Потенціал скла величезний завдяки унікальному поєднанню таких якостей як прозорість, заломлення, дифузія, стабільність та ціна». Ще дизайнер зазначає, що ніщо не взаємодіє краще зі світлом як скло.

Скульптурна багатомірність

Зрештою Мартін Нівергельт запропонував ідею обладнати святкову залу чотирма унікальними деталями, сучасними та величними в однаковій мірі – 60 пляшок ігристого вина,

що випромінюють тепле світло, розміщуючись між двома металевими обручами. Ігристе вино ідеально пасує до цієї кімнати, яка в основному використовується для святкових заходів, де відкупорюється безліч пляшок ігристого щорічно. Тим паче, на думку пана Нівергельта, пляшки такого виду ідеально підходять і з естетичних міркувань – випукла форма та довга шия надають світильникам скульптурну багатомірність.

Пляшки ігристого від спонсора

Дизайнер запропонував пані Аптер та пану фон Арксу кілька варіантів, але вони одразу зрозуміли, що треба встановлювати люстри з пляшок ігристого вина, адже їхній потенціал – фантастичний! Після цього Мартін Нівергель зв'язався з компанією Müller+Krempel, і ця ідея настільки вразила нових партнерів, що вони погодилися проспонсувати готель 240 пляшками.

Вражаюча гра скла

Наскільки скло посилює враження легкості, стало очевидним вже під час роботи над люстрами. «Спочатку я просто закріпив на стелі конструкцію лише з двох обручів. Здавалося, що кожен, хто заходив у кімнату, надто скептично ставився до ваги металу та запитував, чи спрацює ця ідея. Звісно спрацює. Навіть незважаючи на те, що пляшки справді збільшили об'єм конструкції, неочікувано вони також зробили вигляд конструкції легким та відчутним», – говорить пан Нівергельт. Світло та скло випромінюють лег-



кість, а в поєднанні лише посилюють цей ефект. Унікальне враження, що створюється люстрами, виготовленими з пляшок, проявляється в повній мірі лише тоді, коли зала для урочистостей приймає гостей. Пляшки розсіюють світло, створюючи відблиски, які, в свою чергу, наповнюють посуд на столах неповторним блиском.



Чудове місце для роботи®

Ми раді, що працюємо у Бюлаху!

Vetropack Бюлах у Швейцарії отримав сертифікат «Чудове місце для роботи®». Ця сертифікація означає, що компанія надає привабливі умови праці та має високу культуру довіри. Vetropack пишається тим, що відповідає високим вимогам.

Нагорода Great Place to Work® показує, що між працівниками та менеджерами існує культура довіри та що співробітникам подобається працювати в цій компанії. Працівники всіх поколінь мають можливість розвиватися особисто та професійно, вони довіряють та підтримують одне одного і пишаються своєю роботою. Співпраця з колегами – це весело! Vetropack отримав сертифікат в категорії 20 працівників та більше.

Як отримати сертифікат?

З одного боку, щоб отримати сертифікат «Чудове місце для роботи», потрібно провести спеціально розроблене та анонімне опитування всіх працівників, включно з менеджерами, Trust-Index™, а з іншого – провести опитування керівництва Kultur-Аудит™. Питання анкети співробітників Trust Index™ розділені на п'ять категорій: довіра, повага, справедливість, командний дух та гордість.

Kultur-Audit™ демонструє чітку загальну картину організації, переважну культуру, процеси та якість. Сертифікація присуджується тим, хто досяг результатів щонайменше 65 відсотків в опитуванні працівників Trust Index™ та відповідає мінімальним критеріям в аналізі управління Kultur-Audit™.

Сертифікат «Чудове місце для роботи®» збирає дані за більше ніж 20 річний період для аналізу корпоративної культури організації. Довіра завжди була основою корпоративної культури. Аналізувалися шість факторів: корпоративна культура на робочих місцях, заснована на взаємній довірі, пережиті цінності, якості лідерства, міра, в якій усі співробітники розвивають свій потенціал, інноваційність та додана вартість.

Відзнака

Скляна пляшка «Карпатська Джерельна» – переможець конкурсу «Українська зірка упаковки»

Оригінальна 0,5 л пляшка «Карпатська Джерельна» – переможець конкурсу «Українська зірка упаковки-2020» та номінант на світову нагороду. Скляна пляшка преміум якості, реалізована склозаводом Vetropack Гостомель, має краплевидну форму, що підкрює витонченою простотою.

Пляшка для мінеральної води зачаровує елегантністю. Випукле гравіювання на її поверхні імітує гірський пейзаж та опис орла на його фоні, тим самим підкреслюючи натуральне походження мінеральної води. Пляшка може похизуватися не лише досконалим виглядом, але й практичністю: потовщене дно гарантує стійкість на конвеєрі, а можливість 100% повторної переробки виражає дбайливе ставлення виробника до довкілля.

Перемогу такого роду Vetropack Гостомель святкує не вперше, адже в скарбничці Vetropack вже 16 таких нагород.



На підприємстві Vetropack Швейцарія встановлено машину для видалення етикеток



Для виготовлення скла на заводі у Сен-Пре використовуються до 80% склобою. Це означає, що щорічно на підприємстві переплавляється 100,000 тонн використаного скла. На початку літа компанія Vetropack встановила на склозаводі у Сен-Пре систему для видалення етикеток з метою ефективнішої обробки використаного скла.

Переважно використана склотара постачається на завод у Сен-Пре з етикетками та покриттям. Раніше ці сторонні матеріали автоматично відділялися від скла за допомогою оптичних пристроїв. Завдяки встановленню нової системи, тепер залишки від етикеток та покриття видаляються за рахунок тертя частинок склобою між собою в камері конвеєра. Машина для видалення етикеток, а також встановлені у 2019 році склосортувальні машини, дозволили склозаводу Vetropack у Сен-Пре вдосконалити спосіб обробки використаного скла.

Рада директорів

Новий технічний директор на Інженерно-виробничому підрозділі на рівні Групи

Рада директорів Холдингу Vetropack Лтд. призначила доктора Гвідо Штебнера новим технічним директором (СТО) на Інженерно-виробничому підрозділі на рівні Групи з 1 січня 2021 року. Він також стане членом Правління.

Доктор Гвідо Штебнер, 54 роки, вивчав металургію в Клаустальському технічному університеті в Німеччині. У 1997 році він з відзнакою захистив докторську дисертацію на тему «Проектування роликів для металевого покриття за дво-прокатним методом» в Рейнсько-Вестфальському технічному університеті, місто Аахен, Німеччина. Після закінчення

навчання він розпочав свою професійну кар'єру в сталеливарній промисловості. Займав керівні посади в області досліджень, виробництва і технологій в компанії ThyssenKrupp Group, і, завдяки своєму постійно зростаючому полю діяльності, працював у Німеччині, Франції, Італії та США.



У 2013 році, після того як фінська сталева група Outokumpu взяла на себе виробництво сталі ThyssenKrupp, Штебнера призначили відповідальним за виробництво в Outokumpu Stainless USA і підвищили на посаді до члена правління. У 2016 році він перейшов в Swiss Steel AG, частину швейцарської групи Schmolz + Bickenbach, де очолив виробничо-технологічний підрозділ. У 2018 році він працював на посаді директора з виробничих питань та очолював технологічний підрозділ Deutschen Edelstahlwerke, який також входить до групи Schmolz + Bickenbach.

Комунікація/Спілкування

Вперше онлайн

Цього літа вперше було опубліковано Піврічний звіт 2020 року та Журнал про співробітників Групи Компаній Vetropack лише в онлайн форматі. Таким чином, ці два видання стали продовженням тенденції, котра розпочалася з Інтегрованого річного звіту 2019 року. Вони відповідають діяльності Vetropack, спрямованої на просування діджиталізації та стійкого образу мислення.

Публікація видань в онлайн форматі не тільки створює цифровий досвід для цільової аудиторії компанії: з переходом на новий,



інтегрований річний звіт в онлайн форматі Група Компаній Vetropack також попрощалася зі своїм колишнім (минулим) підходом, тобто друкуванням видань, демонструючи свою направленість на майбутнє. Журнал про співробітників також слідує цьому прикладу, ставши частиною процесу діджиталізації Vetropack.

Більше прозорості та гнучкості

Наразі відділ Корпоративних Комунікацій знаходиться в процесі розробки дорожньої мапи внутрішнього зв'язку, що зосереджена на поточних та майбутніх інформаційних потребах. Також вкрай важливою є можливість швидкої та ефективної комунікації, підтримання діалогу та отримання зворотного зв'язку. Враховуючи ці умови, в найближчі кілька місяців буде переглянуто або навіть створено нові способи комунікації.

Ще одним інструментом для діджиталізації спілкування у Vetropack є додаток для співробітників «Beekeeper/Бджоляр». Ціль цього додатка – зробити спілкування таким же простим та ефективним, як у рої бджіл. «Beekeeper/Бджоляр» застосовують, щоб зв'язатися з колегами з будь-якого відділу в режимі реального часу. Наразі на підприємстві Vetropack у місті Бюлах проводиться пілотне тестування цього додатка.

Відскануйте код, аби
передивитись найновіші продукти



Шипучий

Відродження освіжаючої традиції

Вино з додаванням мінеральної або газованої води – це один з найбільш популярних напоїв, покликаний втамовувати спрагу в спекотні дні. І не менш приємною є пляшка об'ємом 0,33 л від Vetropack Австрія, в яку розливають цей чудовий напій Шорле від австрійського винного заводу Айгнер.

А чи знали ви, що Шорле винайшли австрійці? Мікс вина з мінеральною або газованою водою користується особливою популярністю влітку, в якості як аперитиву, так і чудового доповнення до смачної страви.

Виноробний завод Айгнер в австрійському містечку Гумпольдскірхен є одним з найкращих та найбільш сучасних підприємств Австрії. Улітку 2020 року завод випустив освіжаючий напій Шорле, мікс білого вина та мінеральної води, в пляшках із зеленого скла об'ємом 0,33 л, які забезпечують напій необхідною кількістю світла та гарантують свіжість споживачам навіть після довгого періоду зберігання. Стандартна пляшка, виготовлена підприємством Vetropack, пропонує саме ту кількість вільного місця між напоєм та кришечкою, яка підходить для газованого напою. Пляшку наповнюють майже до краю спеціально для того, щоб уберегти вміст від впливу кисню. Форма пляшки без «плечей» також дуже практична та дозволяє насолоджуватися Шорле, не переливаючи його в склянку.



Запатентована

Інноваційне різьблення

На винограднику Терре Де Ла Кустодія, грона землі Умбрія перетворювалися у визначні вина протягом багатьох сторіч. Рожеве вино розливають у пляшки з білого скла об'ємом 750 мл, які виготовляють на заводі Vetropack Італія.

Монтефалько в пригороді Умбрії славиться своїм видатним вином із Середньовіччя. Перші лози винограду тут з'явилися завдяки французьким монахам в монастирях.

Виноградник Терре Де Ла Кустодія, що знаходиться в п'яти кілометрах від Монтефалько, також шанує багаторічні традиції. Все, що залишилось до цього часу первинним та автентичним, повинно набути хоча б якоїсь нотки інноваційності, і це, безумовно, про Терре Де Ла Кустодія. Для рожевого вина Монтефалько Сагрантіно розробили білу скляну пляшку – результат ідеального синтезу естетики та функціональності. Приваблива впадина на лицьовому боці пляшки веде до внутрішньої впадини, що призначена для утримання залишків вина та недопущення їхнього вільного переміщення, а виямка позаду гарантує, що ці залишки нікуди не дінуться під час розливу. Чому не кожне вино розливається у цю спеціальну пляшку, котра явно має ряд переваг? Відповідь дуже проста – Терре Де Ла Кустодія запатентувала її.



Чарівна

Ігриста суть

Український виробник фруктових вин Мікадо не припиняє дивувати своїх шанувальників новими оригінальними смаками. Нещодавно колекцію напоїв бренду доповнило слабоалкогольне ігристе вино Мікадо Princess, що може похизуватися не лише королівським смаком, а й зовнішнім виглядом. Витончена пляшка Мікадо Princess виготовляється заводом Vetropack Гостомель.

Неможливо оминати поглядом цю вишукану 0,75 л пляшку, дизайн якої поєднує у собі грацію та міцність. Класична форма з плавними похилими плечима та довгою шиєю заграла по-новому завдяки кристалоподібним гравіюванням, що оздоблюють поверхню пляшки і виблискують на сонці мов найкоштовніший діамант. Виконання у білому склі дозволяє поціновувачам естетики насолодитися рожевими переливами напою, відтінок якого нагадує ніжний цвіт сакури, традиційно зображеної на етикетці бренду. Усі ці деталі створюють неповторну гармонію форми та наповнення, як і має бути у напої зі східною душею.

Ігристе вино Мікадо Princess розкішним рубіном виблискуватиме на святковому столі, прикрашаючи буденність не лише приємним фруктовим ароматом, а й досконалим зовнішнім оформленням.



Елегантна

Від Трапані всьому світу

Сицилійське червоне вино Неро д'Авола відоме по всьому світу. Виноробний завод Алібріанца виготовляє вина в районі міста Трапані та розливає його в елегантну пляшку кюве об'ємом 750 мл, яку виготовляють на заводі Vetropack Італія в місті Треццано-сульт-Навільйо, що поблизу Мілану.

Родинне підприємство Алібріанца було засновано в 1981 році та спершу спеціалізувалось на торгівлі винами преміум-класу для міжнародних клієнтів. Але згодом власники загорілися бажанням виготовляти вино власноруч. Почало підприємство Алібріанца з виноградника Касцина Радіс в П'ємонті, котрий став традиційним, а пізніше додало виноградники на Сицилії – острові, де лози почувують себе пречудово завдяки середземноморському клімату, великій кількості сонячного світла та освіжаючому морському бризу.

Одним з місцевих сортів на Сицилії є повноцвіт Неро д'Авола. Для кожного винограду цього сорту, який вирощує Алібріанца в регіоні Трапані, Vetropack Італія виготовляє скляну пляшку кюве об'ємом 750 мл з яскраво вираженими плечима та міцним тілом, забезпечуючи не лише належний захист смакових якостей насиченого фруктового вина, а й надаючи продукту привабливого зовнішнього вигляду. У 2019 році родинне підприємство Алібріанца отримало відзнаку – золоту медаль у конкурсі «Китайське вино та спиртні напої».

Вирощена

На основі тирличу

Стартап із Цюриха із назвою Gents гучно увірвався на полиці елітного бару зі своєю тонізуючою водою. Починаючи з цього року, витончені пляшки з білого скла об'ємом 0,2 л, в яких подають цей культовий напій, виготовляються заводом Vetropack Австрія в Пьохларні.

Тонізуюча вода – це один з найбільш популярних лимонадів з гіркуватим присмаком. Напій вважається особливо культовим, тому не дивно, що молоді підприємці намагаються удосконалити й без того неперевершений смак. А це і є саме та ціль, якої вже досягли стартапери Gents із Цюриха. В основі рецепту цієї тонізуючої води лежать високі знання кулінарного мистецтва та спеціальний набір трав, який підбирали роками. Використовуються такі швейцарські інгредієнти як буряковий цукор та тирлич, вирощені на схилах гірського масиву Юра та зібрані за спеціальним дозволом. Жовтий тирлич – *Gentiana lutea* – і став основою назви компанії.

Пляшки, в яких Gents продають свій культовий напій, виготовляються заводом Vetropack Австрія в Пьохларні. Прямі шия та м'яко вигнуті плечі пляшки 0,2 л пляшки з білого скла додають напою особливого шарму. Також у доповненні до класичного смаку з тирличем лінійка Gents може похизуватися такими цікавинками як «Gents Swiss Roots Ginger» та «Gents Swiss Craft Ginger», обидві на основі імбиру.



Відскануйте код, аби
передивитись найновіші продукти



Оригінальне

Ідеальне доповнення

Крафтове пиво користується неабияким успіхом в усьому світі. Здебільшого його виготовляють невеликі пивоварні власноруч з надзвичайною обережністю. Унікальне пиво потребує особливого пакування. Прекрасно втілює цю ідею багаторазовий пивний кухоль Штайнвег/Steinweg, розроблений спеціально для крафтового пива. Це оригінальне скляне пакування виробляється заводом Vetropack Гостомель.

Штайнвег/Steinweg – невеличка крафтова пивоварня в Україні. Пивний кухоль Штайнвег/Steinweg – це візуальне відображення напою, з підкресленою оригінальністю та унікальністю. Це відчуття особливої атмосфери та стилю стімпанк. Це поєднання ретро стилю та прогресивного образу мислення.

Пивні кухлі Steinweg мають ємність 0,6 л, що прирівнюється до однієї пінти, традиційної міри об'єму пива у Великій Британії. Коричневе скло захищає смак пінного напою від негативного впливу сонячного світла. Назва бренду, вигравіювана у верхній частині кухля, додає дизайну унікальності. Для зручності використання кухоль закривається герметичною гвинтовою кришкою, а рельєфні елементи у його нижній частині не лише вдало доповнюють зовнішній вигляд, але й забезпечують зручність використання.



За Вашим бажанням ми можемо створити та виготовити досконалий за своєю формою скляну тару персонально для Вас: яскраву та витончену – вибір за Вами.



Відповідне

Смак фруктів у склянці

Австрійський бренд сиропів YO виготовляє напої найвищої якості. Їхні три нові творіння стали ще більш досконалими завдяки гарно спроектованій 0,5 л пляшці з білого скла, яку виготовляють на заводі Vetropack Австрія в Пьохларні.

Скло та органіка – ідеальне поєднання. Той, хто виробляє або споживає органічні продукти, високо цінує якість, здоров'я та дбає про навколишнє середовище. Скло є особливим видом пакування, оскільки жодним чином не впливає на вміст, є нейтральним на смак та запах, забезпечуючи належний рівень якості.

Eckes Granini Austria GmbH також погоджується з цим фактом. Його торгова марка YO відома по всій Австрії та за її межами завдяки виробництву високоякісних фруктових сиропів. Зараз лінійка поповнилася трьома органічними напоями зі смаками малина та лимон, смородина, меліса. Нові сорти випускаються у скляних пляшках об'ємом 0,5 літра, вироблених заводом Vetropack Австрія в Пьохларні у добре зарекомендованому дизайні YO. Скляні пляшки з білого скла є особливо зручними завдяки спеціальним впадинам під плечима, їх легко тримати в руці. Завдяки скляній упаковці стрункої форми фруктові сиропи довго залишаються свіжими та утримують натуральний смак.

Традиції Австрії

Фруктові соки Rauch (Rauch Fruchtsäfte): від контрактного бізнесу до міжнародної компанії

Франц Йозеф Rauch (Franz Josef Rauch), першовідкривач сокової індустрії, в 1919 році заснував невеликий бізнес по розлиттю соків у пляшки в Форарльберзі, Австрія, який потім перетворився в одну з найбільших компаній по виробництву соків у Європі. Оригінальна компанія ще й досі виготовляє найкращі фруктові напої зі 100-річним досвідом.



У 1919 році концепція світу формувалася в рамках розпаду монархії та економічної кризи, спричинених закінченням Першої світової війни. Юний Франц Йозеф Rauch використав таку напружену ситуацію на свою користь та заснував свій власний невеликий бізнес по розлиттю соків у

пляшки, який для звичайних фермерів слугував би джерелом додаткового заробітку у складний час. А Франц Йозеф Rauch, переконаний, що «людям завжди хотітиметься їсти та пити», заклав основу в Форарльберзі для успішного стартапу, починаючи з контрактного бізнесу та перетворюючи його в міжнародну компанію по виготовленню соків. Яблучний сидр, який був особливо популярний в 1920-х роках, зберіг починання пана Рауха, але через 10 років саме ці яблука, тільки у вигляді безалкогольного соку, задали тренд.

Дві дружини засновника компанії – і причому обох звали Катаріна – зіграли значну роль у досягненні успіху. Пан Rauch мав дванадцять дітей від першого шлюбу та знову одружився після третьої річниці смерті першої коханої. З того часу Катаріна Сейфрід доглядала за великою сім'єю та допомагала чоловікові втілити його бачення в реальність. Також, ймовірно, вона мала право голосу при виборі смаків соків. Тому не дивно, що органічне тріо Природно-хма-

ринкового Яблука, Червоної Смородини та Абрикоса були присвячені саме цим сильним жінкам на річницю з дня заснування компанії.

Три покоління та нескінченні виклики, успіхи, яскраві моменти та спади згодом: Rauch це не лише один з лідерів-виробників соків у Європі, а й все-таки сімейна справа. «Ми цінуємо старе та вітаємо нове» – такий слоган обрала собі компанія. Таким чином, підприємство хоче зберегти свій давній культурний бренд та виправдати власні очікування як першовідкривач, орієнтований на майбутнє.

В ювілейний рік було запущено культове видання для ресторанної індустрії 2019 року, та разом з тим ім'я Франц Йозеф Rauch стало гастрономічним брендом з власними традиціями. Культова зелена 0,9 л пляшка багаторазового використання була у вжитку ще в 1920-1930-х роках для розлиття власних оригінальних соків та подальшого продажу в готелях Форарльберга. Пляшки для соків Rauch виготовляються Vetropack Австрія, з подальшим розлиттям напоїв на головному підприємстві в Ранквайлі, Форарльберг. Цей самий процес відбувається і з білими пляшками Rauch по 0,2 л для закладів громадського харчування та пляшками по 0,33 л з довгою шиєю.

Всі вони прикрашені яскравими етикетками, які надають сучасному дизайну ретро вигляду та забезпечують ідеальний захист для найрізноманітніших натуральних фруктових соків з характерним смаком.





Меннерхаут

Чотири митці, одна пристрась: скло

Вільна студія «Ательє Меннерхаут» (у перекладі з німецької «чоловіча шкіра») була заснована в 1991 році на території громади Фрауенау, Німеччина. Тут скляне мистецтво та майстерність знаходять відбиття в плідному симбіозі, де скло як матеріал займає головне місце

Меннерхаут? Тридцять років тому журнальний слоган «чоловіча шкіра також цілком природна» надихнув групу чоловіків з баварського містечка Фрауенау дати своїй студії назву «Меннерхаут», тобто чоловіча шкіра. Протягом трьох десятиліть митців Роланда Фішера, Джо Г. Грушку, Штефана Штангла та Александра Вальнера поєднувала не лише пристрась до скла, а й також близька дружба. Позаштатні митці та ремісники навчають склярів та склорізів. Таким чином, скло є їхньою професією.

Зустріч старого та нового

Митці проектують та завершують роботу в своїй майстерні в містечку Цвізель. Роботи чотирьох майстрів створюються не в скляних печах, а в результаті подальшої обробки склобою, який так само як й інші види скла виготовляють на металургійному заводі. Використовуючи традиційні методи обробки скла, такі як розпис, різка або гравірування та поєднуючи їх із сучасними методами роботи, наприклад, плавленням, гідроабразивною різкою та склеюванням, митці створюють неповторні витвори скляного мистецтва. У цьому процесі для них важливо використовувати якомога менше додаткових ресурсів. Джо Г. Грушка, наприклад, вже кілька років працює з усіма різновидами вже перероблених банок. Щось незвичайне та цікаве, як-от

тарілка чи скульптура, створюється зі звичайного буденного скла. Ці чотири майстри люблять спостерігати за процесом переродження скла в щось нове.

Традиції скла в Баварському лісі

Цвізельське «Скляне містечко» поблизу гірського масиву Баварський ліс славилось завдяки розвиненій скляній індустрії, виробництві кришталю та скляному технікуму ще з XV століття. Однією з пам'яток міста є найбільша піраміда з келихів, висота якої сягає 8 метрів. Невеличке містечко Фрауенау по сусідству відоме своїм Скляним музеєм та передусім Скляними садами, що можуть похвалитися низкою робіт з «Ательє Меннерхаут».



**Контактні адреси
Збут****Швейцарія**

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

Австрія

Телефон +43 2757 7541
Факс +43 2757 7541 202
marketing.at@vetropack.com

Чеська Республіка

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

Словаччина

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

**Хорватія, Словенія
Боснія та Герцеговина
Сербія, Чорногорія
Північна Македонія, Косово**

Телефон +385 49 326 326
prodaja@vetropack.com

Україна

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

Італія

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

Інші країни Західної Європи

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

Інші країни Східної Європи

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