

VETRO TIME



Hart im Nehmen

Im neuartigen Verfahren
werden Glasflaschen thermisch gehärtet,
was diese besonders widerstandsfähig macht –
bei geringerem Gewicht.

4

Durchhaltewillen

Am Ende zahlt sich das
Vertrauen in die Vision aus

8

Abnehmen leicht gemacht

Nachhaltiger Markenauftritt in
der innovativen Mehrwegflasche

24

Innovation voran

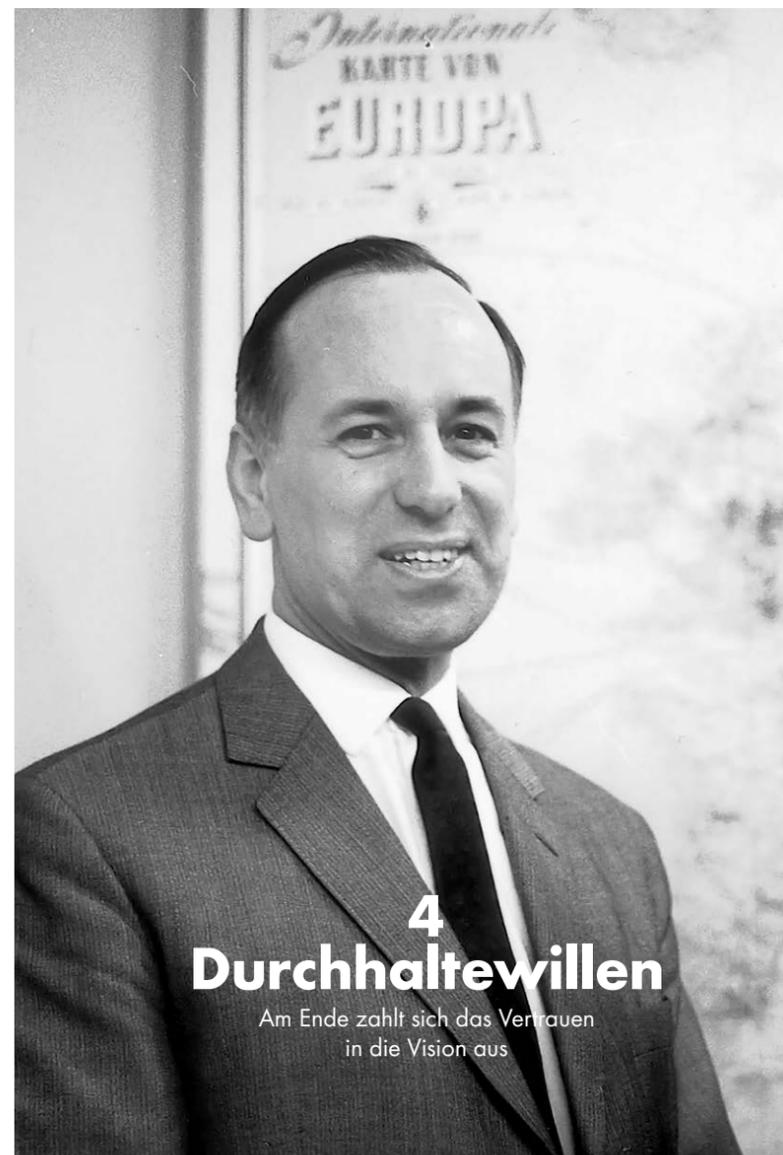
Mit Forschung zum Trendsetter
der Glasindustrie

- 16 Unsere Verantwortung**
CO₂-Reduktionsziele bei SBTi eingereicht
- 18 Bike for Health**
Initiative für Gesundheit und Umwelt
- 19 Pflanzen für die Zukunft**
Gemeinsam den Fussabdruck reduzieren
- 20 St-Prex**
Produktionsstopp Ende Juni eingeleitet
- 22 Glas von seiner schönsten Site**
Modernes Design trifft auf vereinfachte Navigation
- 23 Sprachrohr**
Die Bedürfnisse der Kunden im Fokus
- 24 Innovation voran**
Mit Forschung zum Trendsetter der Glasindustrie
- 28 Von 120 auf 30**
Mit Time-Window-Management zu mehr Produktivität
- 30 Digital Recycling**
Dank Partnerschaften zur verbesserten Recyclingquote
- 34 Keine unnötigen Bewegungen**
Smart Factory – kürzere Vorlaufzeiten und Transparenz
- 36 Mit 70 frisch und lecker**
Das legendäre Cockta ist 70 Jahre alt
- 40 Unverfälscht**
Runa: naturbelassen, gesund und haltbar
- 43 Zuverlässig trotz widriger Umstände**
Mit Unternehmergeist zur stabilen Produktion



8 Abnehmen leicht gemacht

Nachhaltiger Markenauftritt in der innovativen Mehrwegflasche



4 Durchhaltewillen

Am Ende zahlt sich das Vertrauen in die Vision aus

12 Das ist Vermessen

Gefahrenpunkte schnell lokalisieren oder gar verhindern – mit moderner Messtechnik



Innovation und Effizienz

Liebe Leserinnen und Leser,

In einem schwierigen Marktumfeld ist es entscheidend, ständig in die Zukunft zu investieren und sich weiterzuentwickeln. Unser Smart-Factory-Ansatz in Boffalora zeigt, wie Innovation als eine der fünf strategischen Säulen das Rückgrat unserer Strategie bildet. Dort steigern wir die Effizienz und schonen die Umwelt. Technologische Fortschritte bieten nicht nur in der Produktion, sondern auch in puncto Sicherheit enorme Vorteile.

Ein schwerer, aber notwendiger Schritt ist die Schliessung unserer Glasproduktion in St-Prex. Das traditionsreiche Werk litt seit Jahren unter Standort- und Rentabilitätsproblemen. Dieser Beschluss fiel uns nicht leicht, und ein fairer Sozialplan für alle betroffenen Mitarbeitenden war stets unser oberstes Ziel.

In jahrelanger Forschung haben wir Mehrweg-Glasflaschen entwickelt, die bei geringerem Gewicht widerstandsfähiger sind und gleichzeitig öfter befüllt werden können. In dieser Ausgabe beleuchten wir den Ursprung des revolutionären Härtingsverfahrens, das kürzlich mit dem WorldStar Award ausgezeichnet wurde. Zudem präsentierten wir dieses Frühjahr, zusammen mit Gösler und Brau Union, eine einheitliche Mehrwegflaschenlösung mit dem neuen Verfahren.

Ohne Innovation bleibt nachhaltiger Erfolg unerreichbar. Deshalb arbeiten wir in unserem Innovationszentrum mit Hochdruck an verschiedenen Projekten – freuen Sie sich auf einen seltenen Blick hinter die Kulissen. Innovativ ist auch unser neues Tagging-System auf der Website, das mit Hashtags (#) neue Beiträge zentralen Themen und Standorten zuordnet und Besuchern tiefere Einblicke bietet. Alternativ können Besucher unseren neuen Vetropack-Newsletter abonnieren.

Darüber hinaus treiben wir die Kreislaufwirtschaft weiterhin aktiv voran: In einem Pilotprojekt kooperieren wir mit dem Behälterglasverband (Feve), dem Lebensmittelhersteller Podravka Inc. und dem kommunalen Dienstleister Komunalac d.o.o., um herauszufinden, wie wir Verbraucher konsequent zum Recycling von Glasverpackungen motivieren können.

Mit unserer klaren strategischen Ausrichtung und dem kontinuierlichen Fokus auf Innovation und Effizienz sind wir gerüstet, um kommende Herausforderungen zu meistern. Wir danken unseren Kunden und Partnern für ihr Vertrauen und ihre Unterstützung und freuen uns darauf, gemeinsam mit ihnen erfolgreich zu sein.

Johann Reiter
CEO Vetropack-Gruppe

Herausgeberin
Vetropack Holding AG
Schützenmattstrasse 48
CH-8180 Bülach

Fotografie
Emhart Glass / Gabriel Ammon,
Aura Foto Film Verlag GmbH /
Michael Schafrank, Purgstall / Vetropack

Visuelles Konzept / Layout
Eclipse Studios GmbH, Schaffhausen
Reto Coaz

Korrektorat
Yvonne Bettschen

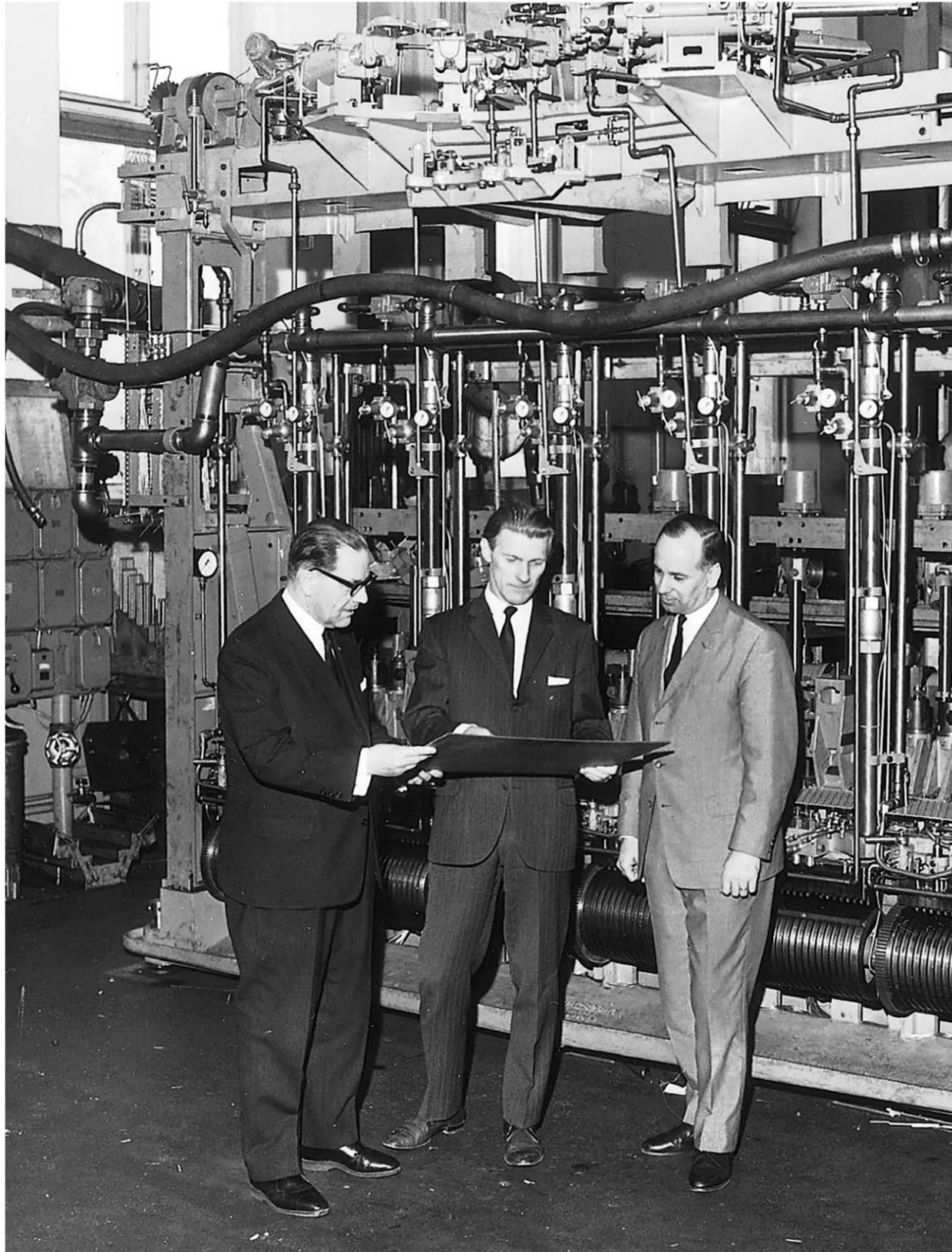
Druck
Merkur Druck
Klimaneutral gedruckt

Papier
Eminent, FSC-zertifiziert

Erscheint in
Deutsch, Englisch, Französisch,
Italienisch, Tschechisch, Slowakisch,
Kroatisch, Rumänisch, Ukrainisch

Kontakt
Vetropack Corporate Communications:
corporate.communications@vetropack.com

Druckprodukt mit hohem Klimabeitrag
printed in switzerland

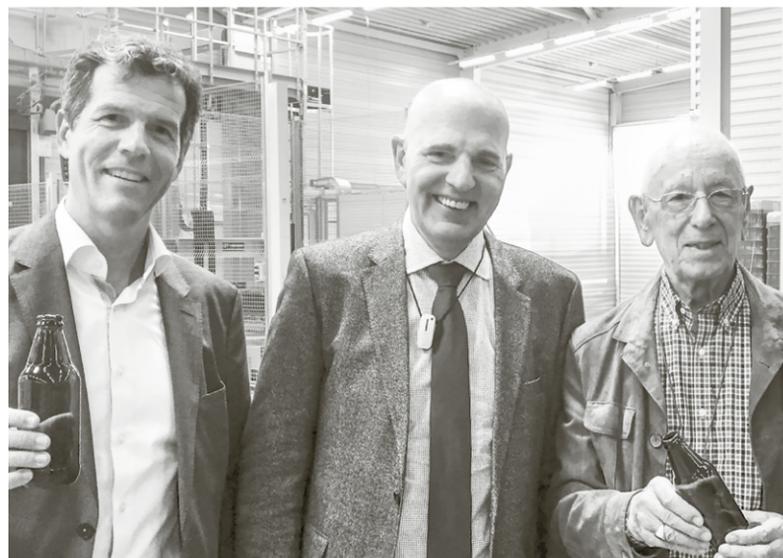


Michel Cornaz (rechts) war das ganze Leben lang in der Glasindustrie tätig. Nach seinem Abschluss an der ETH Zürich arbeitete er in den USA für Emhart Glass.

Durch halte willen

Eine echte Weltneuheit auf dem Markt: die erste Mehrwegflasche aus gehärtetem Leichtglas. Dieser Durchbruch ist das Ergebnis jahrzehntelanger Forschung. Ein Zeuge des Entwicklungsprozesses ist der 95-jährige Michel Cornaz.

Bild rechts: Michel Cornaz übernahm den Aufbau der Geschäftstätigkeit von Emhart Glass in Europa und Asien von Zürich aus. Insgesamt war er 42 Jahre lang für Emhart Glass tätig und von 1988 bis 1994 Präsident der Firmengruppe. Bild unten: v. l. n. r.: Richard Fritschi, Verwaltungsratsmitglied von Vetropack; Johann Reiter, CEO Vetropack-Gruppe; Michel Cornaz, Mitentwickler der ersten Stunde mit der ersten thermisch gehärteten Mehrwegflasche.



Innovator Michel Cornaz

Michel Cornaz war das ganze Leben lang in der Glasindustrie tätig, genau wie seine Brüder Raymond Cornaz, der Vater von Claude Cornaz, und Jean-Daniel Cornaz. Nach seinem Abschluss als Ingenieur-Chemiker an der ETH Zürich ging er 1952 in die USA, um ein Jahr lang in der Glasbehälterindustrie zu arbeiten und moderne Verfahrenstechniken kennenzulernen. Er begann bei Emhart Glass Inc., einem führenden amerikanischen Hersteller von Produktionsanlagen für die Glasindustrie in Hartford, Connecticut. Statt des einen ursprünglich geplanten Jahres blieb er sechs Jahre lang: In den USA war er für Emhart Glass Inc. in der Entwicklung, der Produktion und im Vertrieb der Produktionsanlagen tätig, bevor er den Aufbau der Geschäftstätigkeit in Europa und Asien von Zürich aus übernahm. Letztendlich arbeitete Michel Cornaz 42 Jahre lang für Emhart Glass. In den letzten sechs Jahren vor seiner Pensionierung war er von 1988 bis 1994 Präsident der gesamten Firmengruppe, die seit 1998 als Bucher Emhart Glass bekannt ist.

Michel Cornaz begleitete nicht nur die Entwicklung von Emhart Glass zu einer internationalen Organisation mit sieben Standorten, er baute auch Schulungszentren und Beratungsdienste auf. Und er hat als Präsident der Cornaz AG Holding die Entwicklung der Vetropack-Gruppe begleitet. In dieser Funktion stimmte er gemeinsam mit seinen Brüdern Raymond und Jean-Daniel, die in die Glashütte Bülach eingetreten waren und 1966 die Vetropack AG formten, die Expansion der Vetropack-Gruppe in Richtung Osten ab – von Raymond und Jean-Daniel Cornaz erfolgreich umgesetzt. Michel Cornaz verfügt über jahrzehntelange Erfahrung in der internationalen Glasindustrie und kennt ihre Entwicklung wie kaum ein anderer. Er hat auch die Entwicklung seit

den Anfängen verfolgt, die mit einer Zusammenarbeit von Vetropack und Bucher Emhart Glass begann.

Die Anfänge einer Vision

«Bereits 2011 starteten Vetropack und Emhart Glass ohne grosse Formalitäten das Forschungsprojekt «Hartglas», berichtet er. «Das Ziel war schon früh, gewichtsreduzierte, wiederverwendbare braune Bierflaschen herzustellen», erklärt Michel Cornaz. Um eine Massenproduktion in die Wege zu leiten, suchte man nach Möglichkeiten, den Prozess der Flaschenhärtung in den Produktionsprozess zu integrieren. Die Distanz von der Produktion der Flasche bis zum Kühllofen war allerdings so gross, dass die Flaschen keine genügend hohe Durchschnittstemperatur erreichten, mit der man sie gut hätte weiterbearbeiten können. «Die Idee von Emhart war, einen beheizbaren Zuführapparat zu installieren», so Michel Cornaz. «Der Apparat sollte gleichmässig vorgewärmte Flaschen zur Weiterverarbeitung in den Kühllofen transportieren.

Durchhaltevermögen zahlt sich aus

Leider wurde das Forschungsprojekt damals innerhalb von Emhart Glass aus Kostengründen eingestellt. Michel Cornaz erinnert sich daran, dass man die hohe Investition scheute, die dafür nötig gewesen wäre. Er bedauert, dass das Forschungsprojekt damals nicht gemeinsam weitergeführt wurde. Umso mehr freut Michel Cornaz sich heute darüber, dass Vetropack das Projekt selbstständig weiterverfolgte und in die fortschrittliche Technologie investierte. Er ist überzeugt davon, dass das frühere Forschungsprojekt eine wichtige Grundlage für die innovative Technologie geschaffen habe: «Die praktischen Erfahrungen aus dem Projekt waren ein erster Impuls», meint Michel Cornaz. «Wie



«Ich habe grösste Hochachtung, dass Vetropack diesen Schritt erfolgreich gemacht hat.»

Michel Cornaz

Ausgezeichnet verpackt: Leichtglas-Mehrwegflasche von Vetropack erhält WorldStar Award

Die World Packaging Organisation hat den leichten Mehrwegflaschen von Vetropack einen WorldStar Award in der Kategorie «Packaging Materials & Components» verliehen. Die robusten Leichtgewichte haben aber nicht nur die Jury schwer beeindruckt: Nach ihrem Ersteintritt bei der Mohrenbrauerei sind sie nun als Standardlösung für die österreichische Brauwirtschaft breit im Markt angekommen.

Fast zehn Jahre lang haben wir an unserem Verfahren geforscht. Ich bin stolz und dem Team unseres Innovationszentrums sehr dankbar für das hervorragende Ergebnis», betont Johann Reiter, CEO von Vetropack. Die Leichtglasflaschen hatten im Vorjahr bereits bei den Swiss Packaging Awards in zwei Kategorien gesiegt und sich so für die Teilnahme an den WorldStar Awards qualifiziert.

Seit ihrem ersten Einsatz im Pilotprojekt hat die Mohrenbrauerei die Verwendung von thermisch gehärteten Mehrwegflaschen auf weitere Biersorten ausgeweitet. Vetropack hat die leichten Flaschen weiterentwickelt und einer breiteren Nutzergruppe zugänglich gemacht: In Österreich wurden die Mehrwegflaschen als umweltschonende Standardlösung für die dortige Brauwirtschaft eingeführt.



Mehr zum Award
www.vetropack.com/worldstar-award

bei allen Erfindungen braucht es natürlich auch die Menschen, die hartnäckig sind und interessiert. Die ausprobieren, ob man nicht vielleicht auch die bestehenden Kühllofen nutzen kann.» Jeder Schritt – etwa die erzielten Resultate und hohe Qualität bei kleineren Flaschen und Leichtglas – gaben positive Impulse und ermöglichten wieder einen nächsten Schritt. Dieses Durchhaltevermögen erachte er als entscheidend: «In der Glasindustrie gab es immer wieder Menschen, die eine Vision hatten. Die dieses oder das noch ausprobierten und einfach nicht aufgaben», erzählt Michel Cornaz. Auf diesem Weg habe sich Vetropack über die letzten Jahre viel Know-how aufgebaut. Heute profitiert die Firma angesichts des Marktbedürfnisses nach leichteren und wiederverwendbaren Glasbehältern von seiner Expertise und Vorreiterrolle. Die 0,33-Liter-Mehrwegflasche ist nun die Standardlösung für die österreichische Brauwirtschaft. Ein echter Durchbruch, findet Michel Cornaz.

«Ich habe grösste Hochachtung, dass Vetropack diesen Schritt erfolgreich gemacht hat», sagt er. Er freut sich sichtlich über den Erfolg und unterstreicht: «Der Erfolg ermutigt, diesen Weg weiterzugehen, den nächsten Schritt zu tun, das Verfahren zu verfeinern und in den Prozess zu integrieren.» Denn, da ist er sich aus Erfahrung sicher: «Man muss immer auch probieren!» Das tun die Kollegen bei Vetropack in Österreich intensiv: Erich Jaquemar und sein Team haben etwa ausführlich getestet, wie man das Flaschen- und das Kistendesign so aufeinander abstimmen kann, dass die Belastungen der neuen Mehrwegflaschen durch die zahlreichen Umläufe entlang der gesamten Wertschöpfungskette reduziert werden können. Das Innovationszentrum in Pöchlarn entwickelt die Produktion Schritt für Schritt weiter.

Abnehmen leicht gemacht

«Bio gibt jetzt Stoff» – unter diesem Motto bewirbt Gösser sein erstes Biobier. Mit dem neuen Gösser Biostoff Lager betritt die traditionsreiche Biermarke einen wachsenden Markt. Für den passenden, nachhaltigen Markenauftritt sorgen die mit der innovativen Technologie von Vetropack produzierten 0,33-Liter-Mehrwegflaschen und ein neues Kistendesign. Mit 210 Gramm ist die Flasche um 30 Prozent leichter als herkömmliche Standardflaschen.



Das Design der praktischen Kiste ist den neuen Standardflaschen optimal angepasst.

Moderner, frischer, jünger: Gösser Biostoff Lager will genau das Bier sein, das Verbraucher sich zunehmend wünschen. Ganze 60 Prozent der Biertrinker in Österreich finden laut GfK (Gesellschaft für Konsumforschung), dass die Auswahl an Bio-bieren nicht ausreicht. «Uns überrascht das nicht. Gerade die Generation Z, also die 20- bis 28-jährigen Verbraucher, konsumieren selbstkritisch und nachhaltig. Und bei der genussbetonen Generation Y verhält es sich ähnlich: Für sie ist bewusster Konsum untrennbar mit der eigenen Einstellung verbunden. Gleichzeitig probiert diese Käuferschicht gern neue Produkte aus, die zu ihrem modernen Lifestyle passen», kommentiert Teresa Höfler, Senior Brand Manager bei der Brau Union.

In Zukunft will Gösser als innovative Biermarke diesen Marktanforderungen umso mehr gerecht werden. Dabei ist es Gösser von jeher wichtig, dass das Bier nicht nur das Beste aus der, sondern auch für die Natur ist. Die Anfänge der Marke reichen zurück bis ins Jahr 1000, als Gräfin Adula ein Kloster stiftete, in dem die Nonnen Bier brauten – was in jener Zeit üblich war. 1860 reaktivierte Max Kober im steirischen Ort Leoben die alte Klosterbrauerei und legte damit den Grundstein für die rasante Entwicklung von Gösser zur grössten Biermarke der Alpenrepublik.

Heute ist Gösser Teil der Brau Union Österreich, die seit 2003 zum Heineken-Konzern gehört. Die Brauerei legt grossen Wert auf die Verwendung hochwertiger Zutaten und die Einhaltung traditioneller Brauverfahren. Damit hat es das Unternehmen wie nur wenige andere geschafft, Tradition und Moderne zu vereinen, indem es sich stetig weiterentwickelt und dennoch seine Wurzeln bewahrt. Mit dem neuen Biobier geht Gösser den nächsten Schritt.

Biobier in innovativer Mehrwegflasche

«Dieser Schritt zeigt sich auch im Produktauftritt», erläutert Höfler. «Gösser Biostoff Lager überzeugt durch seine einzigartige Rezeptur. Kräftig goldgelb in der Farbe und mit aromatisch feinen Malztönen, ist es süffig leicht zu trinken. Mit 100 Prozent österreichischen Biorohstoffen verbindet das Bier Nachhaltigkeit und Genuss in einer innovativen 0,33-Liter-Mehrwegflasche.» Denn Gösser Biostoff Lager kommt in der neuen, leichten Mehrweg-Standardflasche auf den Markt, die zugleich einen Beitrag zur Erreichung der seit 2024 in Österreich verbindlichen Mehrwegquote leistet. Mit dem neuartigen Verfahren werden Glasflaschen thermisch gehärtet, was diese besonders widerstandsfähig

macht – bei geringerem Gewicht. «Die Technologie ermöglicht die effiziente Produktion von robusteren und zugleich leichteren Standardflaschen, die für Mehrweggebinde optimal geeignet sind, weil sie in Sachen Nachhaltigkeit, Convenience, Stabilität und einfacherer Logistik überzeugen», erklärt Erich Jaquemar, Strategischer Kundenbetreuer bei Vetropack in Österreich.

Nachhaltigkeit wird gelebt

Damit eignet sich die Flasche ideal, um die Markeneigenschaft des neuen Biobiers zu transportieren. «Nachhaltigkeit liegt im Kern der Marke Gösser aus der grünen Steiermark», sagt Höfler. «So wird Gösser Bier beispielsweise mit erneuerbarer Energie aus der hauseigenen Biogasanlage gebraut und die Etiketten sind seit langer Zeit aus Recyclingpapier. Eine einheitliche Mehrwegflaschenlösung stellt nun eine Alternative zur etablierten Einweg-Glasflasche mit vergleichbarem Gewicht dar und gibt damit die grosse Chance, noch nachhaltiger zu werden.»

Die Idee einer Standard-Mehrwegflasche, die von verschiedenen Brauereien gemeinsam genutzt wird, existiert im österreichischen Biermarkt schon länger. Mit zunehmender Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit für Konsumenten wuchs der Druck, die Idee Realität werden zu lassen. Es stellte sich die Frage nach einer geeigneten Flasche. Mit Vetropack arbeitet die Brau Union Österreich bereits seit Jahren zusammen. «Wenn es um Glasverpackungen geht, ist Vetropack ein verlässlicher Partner», kommentiert Dietmar Roher, Qualitätsexperte bei der Brau Union. Entsprechend gross war das Interesse, als Vetropack von der Suche nach einer geeigneten Mehrwegflasche erfuhr und der Brau Union die neue Technologie vorstellte.

Standard-Mehrwegflasche ist Meilenstein für Österreich

«Natürlich kam es darauf an, eine Lösung zu finden, der auch andere Brauereien zustimmen konnten», so Roher. Im Logistikverbund Mehrweg wurde eine Arbeitsgruppe ins Leben gerufen, die sich mit der technischen Machbarkeit des zukünftigen Systems auseinandersetzte. Für die Flaschenform gab es mehrere Anforderungen: Neben der Eignung zur Rückgabe in handelsüblichen Automaten sollte das Produkt als Mehrwegflasche wahrnehmbar sein und sich für diverse Kistenformate eignen. «Gemeinsam mit Handel, Brauereiwirtschaft

«Mit 100 Prozent österreichischen Biorohstoffen verbindet das Bier Nachhaltigkeit und Genuss in einer 0,33-Liter-Mehrwegflasche.»



Mehr Erfolgsgeschichten

www.vetropack.com/de/produkte-leistungen/erfolgsgeschichten/



Gösser Biostoff Lager ist das erste österreichische Bier, das in den neuen Standardflaschen auf den Markt kommt. Die mit der neuen Technologie produzierte Flasche leistet einen Beitrag zur seit 2024 in Österreich verbindlichen Mehrwegquote. Die Flasche reduziert den CO₂-Ausstoss auf ein Viertel und bietet mehr Stabilität.



und Dienstleistern einigte man sich dann auf eine 0,33-Liter-Mehrwegflasche. Für den österreichischen Biermarkt gelang damit ein Meilenstein», fasst Roher zusammen. Andere Länder haben schon eine Standardlösung für Teile des Mehrwegsystems – und hier kann Österreich nun aufholen.

30 Prozent leichter, CO₂-Ausstoss sinkt auf ein Viertel

Gemeinsam mit Vetropack wurde die 0,33-Liter-Standard-Mehrwegflasche entwickelt. Sie überzeugt auf mehreren Ebenen: Mit 210 Gramm ist die Flasche um 30 Prozent leichter als herkömmliche Standardflaschen. Geringeres Gewicht bedeutet leichteres Handling und weniger CO₂-Ausstoss. «Bei der Entwicklung haben wir nicht nur auf die einzelne Flasche geschaut, sondern Mehrweg als System betrachtet», sagt Jaquemar. «Das heisst: Flaschen- und Kistendesign sowie Paletten und Logistik sind aufeinander abgestimmt. Pro Palette lassen sich sechs statt fünf Kistenreihen bewegen.» Auf einer Standardpalette haben damit 96 Kisten Platz. Der CO₂-Ausstoss sinkt insgesamt im Vergleich zur herkömmlichen Einwegflasche auf ein Viertel – sowohl aufgrund der Einsparungen in der Logistik als auch aufgrund des hohen Anteils

an Recyclingglas bei der Rohglaserzeugung. Gleichzeitig wurde die Stabilität der Standardflasche in umfangreichen Tests nachgewiesen. «Aufgrund der geringeren Abnutzung an den Kontaktflächen kann sie im Vergleich zu herkömmlichen Gebinden etwa 20 Prozent mehr Umläufe erreichen. Die Flasche ist stabil und bietet damit nicht nur ökologische Vorteile», so Jaquemar weiter. In puncto Sicherheit profitierte die Brau Union zudem von einem neuen Service (Seite 12 ff.), den Vetropack seinen Kunden anbietet.

Das neue Gösser Biostoff Lager läuft längst über die Abfülllinien. Am 11. März kam das neue Biobier auf den Markt – als erstes österreichisches Bier in der innovativen Standardflasche, ausgeliefert in praktischen 12er Kisten. In naher Zukunft werden weitere Marken die leichte Flasche von Vetropack übernehmen. Gösser adressiert derweil die Bedürfnisse vor allem der jungen Verbraucher – als modernes Biobier in neuer, nachhaltiger Verpackung.

Das ist Vermessen



Glasbruch in der Abfülllinie ist für Unternehmen aus der Getränke- und Lebensmittelbranche der Albtraum schlechthin. Vetropack hilft seinen Kunden mit moderner Messtechnik, Gefahrenpunkte nicht nur schnell zu lokalisieren, sondern im besten Fall sogar zu verhindern.



Im Interview erläutert Michael Waltl vom Technischen Kundenservice des Unternehmens, wie ein Inline-Sensor Gefahrenpunkte zielgerichtet identifiziert und welche Entwicklungen sich hier abzeichnen.

Herr Waltl, Sie bringen bei verschiedenen Kunden von Vetropack einen Sensor zum Einsatz. Was hat es damit auf sich?

Das ist richtig. Wir versehen einen von uns hergestellten Dummy mit dem Inline-Sensor ShockQC der kanadischen Firma Masitek. Dieser misst mit hoher Präzision Impact-Belastungen, die auf einen Glasbehälter wirken. Damit können wir direkt in den Werken unserer Kunden feststellen, wo Abfülllinien oder weitere Verpackungsprozesse optimiert werden müssen, um Glasbruch zu verhindern.

Wie kam es denn dazu, dass Sie mit dieser Methodik und dem Sensor von Masitek arbeiten?

Ich bin bei Vetropack für den Technischen Kundendienst verantwortlich. Das heisst: Mein Team und ich bearbeiten vor allem Reklamationen – die sich in seltenen Fällen auf Glasbruch beziehen. Wo auch immer sie vorkommen, stellen sie für den Kunden ein dringliches Problem dar. Wenn wir der Ursache nachgehen, ist es von Vorteil, über ein messendes



Michael Waltl, Leiter des Technischen Kundendienstes bei Vetropack, unterstützt Kunden dabei, ihre Abfülllinien zu optimieren.

System zu verfügen, mit dem wir Schwachstellen auf der Abfülllinie rasch identifizieren können, denn oft ist mit dem blossen Auge nicht ersichtlich, wo genau die Behälter Schaden nehmen. Wir haben uns zwei Anbieter angeschaut und uns schnell für Masitek entschieden, da deren Produkt unserem Bedarf am ehesten entsprach.

Vermutlich gibt es Entwicklungen im Markt, die solche Technologien mehr und mehr erfordern?

Ja, das kann man sagen. Erstens werden Leichtglasflaschen als umweltfreundliche Verpackungsalternative immer beliebter, da sie den Konsumenten mehr ansprechen und deutlich Ressourcen sparen. Dafür sind andere Einstellungen in der Abfülllinie notwendig. Zweitens werden mehr Produkte im High-Speed-Bereich abgefüllt. Viele Abfülllinien verarbeiten mehr als 50 000 Flaschen pro Stunde. Die hohen Geschwindigkeiten führen zu höheren Belastungen auf der Linie. Natürlich haben sich über die Jahre auch die Abfülllinien vollständig gewandelt. Mit modernen Technologien sind höhere Geschwindigkeiten viel besser möglich. Dennoch kommen zu hohe Belastungen manchmal vor.

Sie unterstützen mit dem Sensor auch bei der Einstellung einer Linie für ein neues Produkt. Welchen Kunden konnten Sie denn bereits helfen? Die Einführung der Leichtglasflasche spielt hier sicherlich auch eine grosse Rolle?

Natürlich. Wir gehen mit dem Sensor zu solchen Kunden, die ein neues Produkt erstmals in einem bestimmten Gebinde abfüllen. Hier identifizieren wir mit dem Sensor Stellen auf der Linie, die noch optimiert werden sollten. Wir besuchen auch



Der in den Dummy eingesetzte Sensor registriert mögliche Gefahrenpunkte für den Glasbehälter auf der Linie.



«Jeder Glasartikel empfängt Belastungen anders. Also wird das jeweilige Glasprodukt unserer Kunden genau nachgebildet.»

Michael Waltl, Leiter des Technischen Kundendienstes

Kunden, bei denen ein bestimmtes Problem aufgetreten ist. Den Sensor haben wir seit 2020 im Einsatz und waren damit bisher bei zehn bis zwölf Unternehmen mit ganz unterschiedlichen Produkten. Das betraf Bierbrauer wie Gösser, die ja gerade ihr neues Biobier in der Leichtglas-Standardflasche auf den Markt gebracht haben, aber ich war damit beispielsweise auch schon bei Unternehmen aus dem Food-Bereich. In einem Fall ging es um Gewürzgläser, im anderen um Brot-aufstrich.

Wie genau funktioniert der Sensor?

Wie muss man sich den Ablauf vorstellen?

Wir arbeiten mit einer «Replica», also einem Dummy aus Kunststoff. Jeder Glasartikel empfängt Belastungen anders. Daher wird das jeweilige Glasprodukt unserer Kunden genau nachgebildet. Die Replik wird dann bei Masitek kalibriert und mit dem Sensor ausgestattet. Sensoren haben wir in drei unterschiedlichen Grössen. Mit der Replik fahren wir zum Kunden und lassen diesen Dummy dann über die Linie laufen. Der Sensor misst, wo genau Kräfte beispielsweise im Schulter- oder Sockelbereich auf das Behältnis wirken. Er misst auch die Höhe der Kräfte – in IPS (inches per second) –, was uns Aufschluss darüber gibt, ob für ein von uns produziertes Behältnis die Impact-Mindestfestigkeit überschritten wird. Die gemessenen Datensätze werden ganze 100 000 Mal pro Sekunde an einen PC übermittelt, wo sie ausgewertet werden.

Erhalten Sie die «Replica» von Masitek?

Nein, die «Replica» werden bis auf wenige Ausnahmen in unserer eigenen Lehrwerkstatt produziert. Dort werden alle zylindrischen Formen nachgebildet. Nur unrunde Formate können wir nicht selbst herstellen. Das spart uns erstens eine Menge Geld und zweitens ist es ein gutes Training für unsere Lernenden.

Welches Feedback haben Sie von Ihren Kunden bisher erhalten?

Für unsere Kunden stellen die mit dem Dummy gemessenen Daten natürlich wertvolle Informationen dar – auf deren Basis sie Glasbruch reduzieren oder vollständig vermeiden kön-

nen. Mittlerweile haben sich die Tests mit dem Inline-Sensor in der Branche herumgesprochen. Das hat dazu geführt, dass auch Grosskunden an uns herantreten. Ich fahre zum Beispiel bald zu einem Bierabfüller in Tschechien für ein Linienaudit mit dem Ziel, mögliche Gefahrenpunkte aufzudecken.

Wie schätzen Sie die Zukunft dieser Technik ein? Gibt es hier noch ungenutzte Potenziale?

Nun, abgesehen von den erwähnten drei Sensorgrössen ist derzeit noch ein weiterer, sehr kleiner Sensor in der Entwicklung. Das wird interessant, denn damit wäre es dann möglich, Kleinstgebilde bei noch höheren Geschwindigkeiten zu untersuchen. Weitere Themen sind Staudruck- und Topload-Messungen. So existieren in manchen Werken Stautische, wo die Artikel aus verschiedenen Gründen aufgestaut werden. Bestimmte Sensoren können den entstehenden Staudruck messen. Bei der Topload-Kontrolle geht es um die Frage, wie stark Axialkräfte auf das Verschlusssystem wirken, wenn dieses getestet wird. Aber die Impact-Messung ist die mit Abstand wichtigste Grösse, und hier haben wir alle Daten, die wir für die Analyse benötigen.

Von dieser erweiterten Leistung des Technischen Kundenservices profitiert der Kunde sicher enorm.

Genau. Mit dem Inline-Sensor ShockQC von Masitek haben wir jetzt ein messendes System, das Gefahrenpunkte ziel-sicher identifiziert. Das ist ein grosser Unterschied zu früher und eine enorme Hilfe für uns – und damit auch für unsere Kunden.

Vielen Dank für das Gespräch, Herr Waltl.



Wollen Sie von diesem Service profitieren?

Melden Sie sich direkt bei Michael Waltl:
michael.waltl@vetropack.com

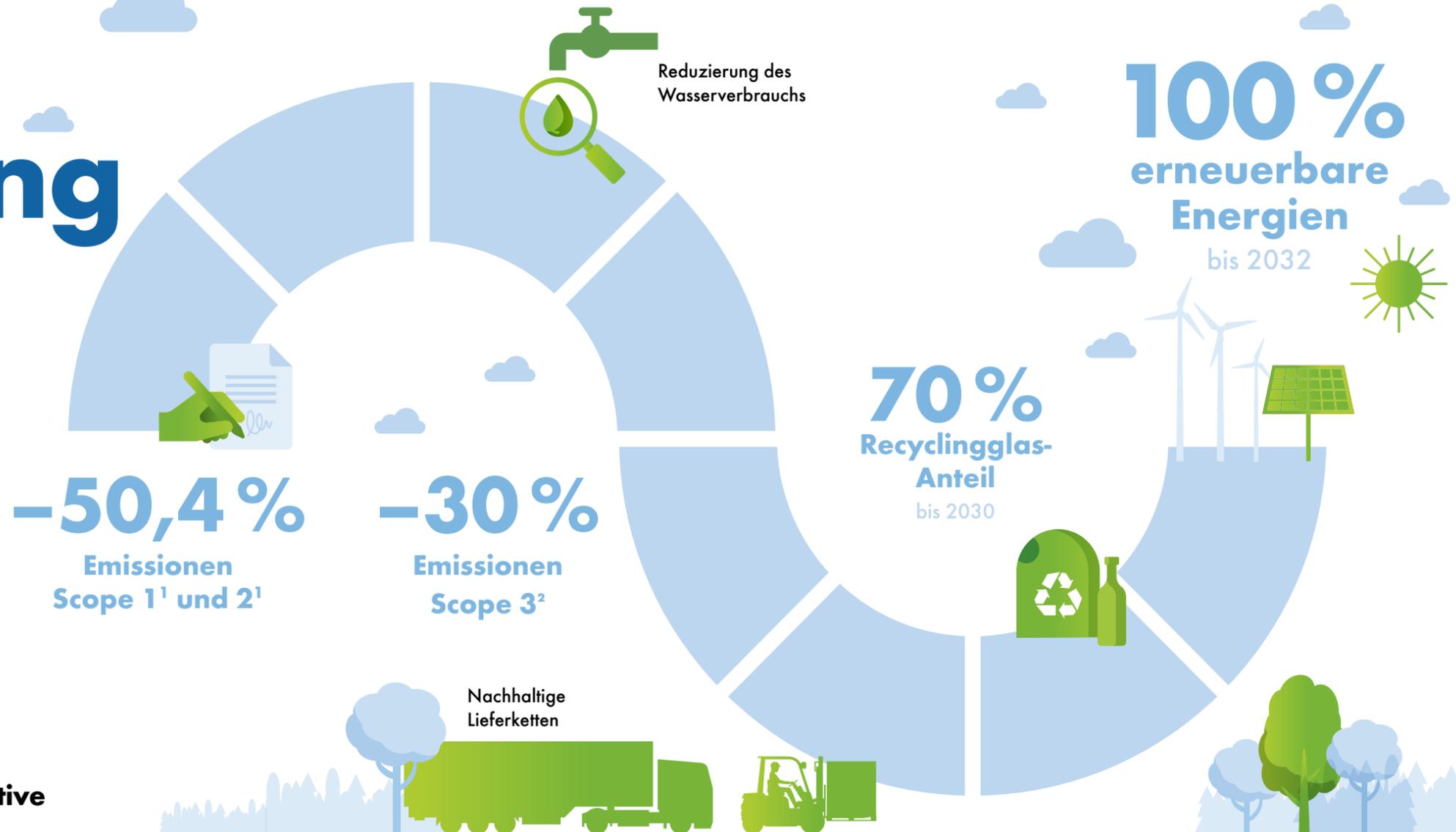
Unsere Verantwortung

Vetropack reicht Ziele für die CO₂-Reduktion bei der Science Based Targets initiative ein



Nicolas Lootens, Group Sustainability Manager: «Mit der Definition unserer Ziele im Einklang mit der Science Based Targets initiative gehen wir nun einen wichtigen Schritt in diese Richtung.»

Die Vetropack-Gruppe hat konkrete Ziele zur Reduktion ihrer CO₂-Emissionen bei der Science Based Targets initiative (SBTi) eingereicht. Wir planen 50,4 Prozent unserer Scope-1- und Scope-2-Emissionen sowie 30 Prozent der Scope-3-Emissionen bis 2032 zu reduzieren.



¹ Absolute Reduzierung bis 2032 im Vergleich zu 2021 (der SBTi zur Validierung vorgelegt, April 2024)
² Emissionen externer Prozesse

Unser nachhaltiges Engagement

2022 haben wir unser Engagement für die SBTi angekündigt. Die aktuellen Emissionsreduktionsziele basieren auf dem Referenzjahr 2021. Scope-1-Emissionen sind direkte Emissionen aus unserer Produktion, Scope-2-Emissionen sind indirekte Emissionen aus zugekaufter Elektrizität, und Scope-3-Emissionen entstehen durch externe Prozesse im Zusammenhang mit unserer Produktion und unserem Betrieb.

Nicolas Lootens, Group Sustainability Manager, unterstreicht die Dringlichkeit des Handelns: «Der Klimawandel ist bereits Realität, und es ist unsere Verantwortung, zur Bewältigung der Klimakrise beizutragen. Mit der Definition unserer Ziele im Einklang mit der Science Based Targets initiative gehen wir einen wichtigen Schritt in diese Richtung.»

Unsere Strategien zur Emissionsreduktion

Wir setzen auf verschiedene Massnahmen zur Reduktion unserer Scope-1- und Scope-2-Emissionen. Dazu gehören die Reparatur und der Neubau von Schmelzwannen, um Erdgas effizienter zu nutzen, sowie technische Innovationen wie Hybridschmelzwannen. Ein weiterer wichtiger Hebel ist die Erhöhung des Recyclingglas-Anteils auf 70 Prozent bis 2030 und die Umstellung auf 100 Prozent erneuerbare Energien bis 2032. Investitionen in Fotovoltaikanlagen in Österreich, Kroatien und Italien unterstreichen unser Engagement. Zur Verminderung unserer Scope-3-Emissionen fokussieren wir uns auf die Reduktion von Emissionen in den Kategorien eingekaufte Waren und Dienstleistungen, Kapitalgüter, energie- und brennstoffbezogene Aktivitäten sowie vorgelagerter Transport und Distribution. Innovative Ansätze wie der

«No Soda Trial» und die Nutzung recycelter Folien für Verpackungen spielen hierbei eine zentrale Rolle.

Zukunftsweisende Technologien

Wir forschen an Carbon-Capture-and-Storage-Technologien zur Speicherung oder Nutzung der beim Glasherstellungsprozess entstehenden CO₂-Emissionen. Die Mineralisierung des CO₂ aus dem Prozessgas könnte neue Rohstoffe für die Glaserzeugung und andere industrielle Prozesse liefern.

Über die Science Based Targets initiative

Die SBTi ermöglicht es Unternehmen, sich ambitionierte Emissionsreduktionsziele auf Basis neuester Klimawissenschaft zu setzen. Ziel der Initiative ist es, dass Unternehmen weltweit ihre Emissionen bis 2030 halbieren und bis 2050 den

SBTi-Standard von null erreichen. Johann Reiter, unser CEO der Vetropack-Gruppe, betont: «Die Festlegung unserer Ziele ist ein wichtiger Schritt für unseren zukünftigen Kurs.» Es ist unsere Verantwortung, nachhaltige Praktiken und innovative Lösungen zu fördern. Vetropack zeigt mit diesen ambitionierten Zielen und Massnahmen, dass Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg Hand in Hand gehen können. Gemeinsam setzen wir neue Maßstäbe in der Glasindustrie und tragen aktiv zur globalen Klimaschutzbewegung bei.



#Nachhaltigkeit
www.vetropack.com/de/nachhaltigkeit/

Bike for Health

Initiative für Gesundheit und Umwelt:
Entdecken Sie die Schönheit des Radfahrens



Zusammen mit der Personalabteilung wird zweimal jährlich ein Fahrradausflug für interessierte Kolleginnen und Kollegen organisiert. Der letzte Ausflug führte zur Naturattraktion Osypané břehy und anschliessend nach Bzenec.

Sonia Kroupová fährt dreimal pro Woche Rad, um sich fit zu halten und neue Orte zu erkunden. Ihr grösstes Erlebnis hatte sie im Bikepark Rokytnice nad Jizerou.

Edita Neusarová nutzt das Radfahren, um sich fit zu halten, interessante Orte zu besuchen und Spass zu haben. Sie verwendet ihr Fahrrad auch für kleine Besorgungen.

Stanislav Báľka fährt von Frühjahr bis Herbst mit dem Fahrrad in die Weinberge. Er schätzt die Umweltfreundlichkeit und die Geschwindigkeit des Fahrrads im Vergleich zum Gehen oder Autofahren. Seine Lieblingsroute führt ihn durch malerische Orte wie Velké Bílovice und Mikulov, wobei er oft in seiner Lieblingskneipe «U Ferdinanda» einkehrt.



#Teamwork
[www.vetropack.com/
de/teamwork/](http://www.vetropack.com/de/teamwork/)

Körperliche Aktivität ist ein wichtiger Bestandteil eines gesunden Lebensstils. Bei Vetropack Moravia Glass und Vetropack Nemšová möchten wir unsere Mitarbeitenden motivieren, aktiver zu sein. Mit der Bike for Health-Challenge wollen wir sie anregen, sowohl zur Arbeit als auch in ihrer Freizeit Rad zu fahren.

Die Teilnehmenden haben von Mai bis Oktober die Möglichkeit, Kilometer durch Radfahren zu sammeln und dabei Preise zu gewinnen. Zur Erfassung der gefahrenen Kilometer nutzen wir die App «EPP – Pomáhej pohybem». Diese ermöglicht es den Mitarbeitenden, mit ihren zurückgelegten Kilometern verschiedene Projekte zu unterstützen. Somit haben sie zwei gute Gründe, in die Pedale zu treten: ihre eigene Gesundheit und die Unterstützung wohlthätiger Projekte. Die Aktion Bike for Health erweitert die frühere Bike to Work-Initiative, die in den letzten zwei Jahren während der Sommermonate in unseren Glashütten in Kyjov und Nemšová stattfand. Das Ziel war es, die Mitarbeitenden zu ermutigen, das Auto

oder den Bus gegen das Fahrrad einzutauschen, um etwas für ihre Gesundheit und die Umwelt zu tun. In diesem Jahr haben wir die Regeln angepasst, um noch mehr Mitarbeitende zum Mitmachen zu motivieren. Wohin man fährt, spielt keine Rolle – das Radfahren selbst ist das Ziel.

Radfahren bietet mehr als nur Fortbewegung auf zwei Rädern. Es ist eine wunderbare Möglichkeit, die Schönheit der Natur zu entdecken, fit zu bleiben und ein einzigartiges Freiheitsgefühl zu erleben. Unsere «Felsenradler» – engagierte Kolleginnen und Kollegen bei Vetropack – teilen ihre Begeisterung für das Radfahren:

Pflanzen für die Zukunft

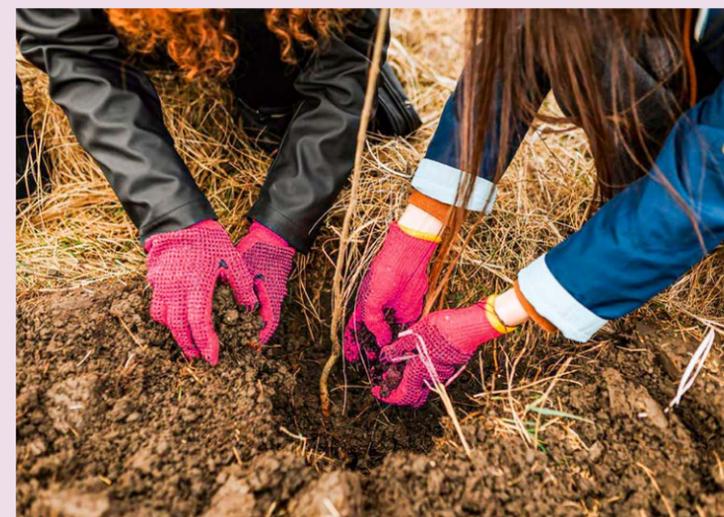
Vetropack Chişinău hat im Rahmen des Earth Month im April 2500 Akazienbäume im Dorf Iordanovca gepflanzt. Diese Aktion bekämpft die Bodendegradation und fördert die ökologische Gesundheit. Rund 50 motivierte Mitarbeitende mit ihren Familien haben sich freiwillig im gemeinnützigen Projekt engagiert. Zudem organisierte Vetropack Chişinău während dieser Zeit einen Kunstwettbewerb, um die jüngere Generation für Recycling und Umweltschutz zu sensibilisieren.

Vetropack Chişinău hat eine gross angelegte Baumpflanzungsinitiative gestartet, um die Umwelt-, Sozial- und Governance-Grundsätze des Unternehmens zu unterstützen und zu fördern. Anlässlich des Earth Month verpflichtete sich das Unternehmen, mindestens 50 Bäume zu pflanzen. An einem Tag pflanzten die Teilnehmer trotz der Hitze ca. 2500 Akazienbäume im Dorf Iordanovca, das von Bodendegradation und Erdbeben bedroht ist. Das Abendessen bildete einen gelungenen Abschluss der gemeinsamen Pflanzaktion.

Die lokale Regierung unterstützte die Initiative und lobte das gemeinsame Engagement für den Umweltschutz. Business Unit Manager Boris Crivoi erklärte: «Einen Wald zu pflanzen, ist eine unschätzbare Investition in eine grünere und sicherere Zukunft. Das Projekt wird die Umwelt und die Lebensqualität der Bürger Moldawiens langfristig verbessern. Wir freuen uns, dass das Team von Vetropack Chişinău diese wertvolle Initiative im Dorf Iordanovca umgesetzt hat.» Bäume sind für das Ökosystem von grosser Bedeutung. Sie reinigen die Luft, bieten Lebensraum für Wildtiere und tragen zu einer gesünderen Umwelt bei. Mit jedem gepflanzten Baum macht Vetropack einen Schritt in eine grünere Zukunft. Der Earth Month erinnert an die Verantwortung, die Umwelt zu schützen. In Zusammenarbeit mit den Experten von Mold-

silva setzte das Team das Projekt erfolgreich um. Wir von Vetropack arbeiten stetig daran, den ökologischen Fussabdruck zu reduzieren und die Umwelt für zukünftige Generationen zu erhalten.

Neben der Baumpflanzung organisierte Vetropack auch einen Kunstwettbewerb für die Kinder der Mitarbeitenden. Das Motto «Healing the Planet! Recycling» inspirierte die jungen Teilnehmerinnen und Teilnehmer, ihre Talente und ihr Engagement für Nachhaltigkeit unter Beweis zu stellen und sich so bereits in jungen Jahren intensiv mit dem Thema Recycling auseinanderzusetzen.



St-Prex



Produktionsstopp Ende Juni eingeleitet



Bild links: Was 1911 als handwerkliche Verrerie de St-Prex mitten im Waadtländer Weinbaugebiet begann, ist unter dem Signet von Vetropack zum internationalen Konzern geworden. Bild rechts: In St-Prex läuft 2024 die letzte produzierte Flasche vom Band.



Vetropack schliesst das traditionsreiche Werk in St-Prex – trotz millionenschwerer Investitionen und intensiver Prüfung aller Alternativen. Die hohen Betriebskosten und mangelnde Wettbewerbsfähigkeit machen eine rentable Zukunft des Standorts unmöglich.

Die Verrerie de St-Prex, eine traditionsreiche Glashütte in der Schweiz, blickt auf eine lange und bewegte Geschichte zurück. Henri Cornaz gründete sie 1911. Seitdem hat sie sich über ein Jahrhundert hinweg mit exquisiten Glaswaren einen Namen gemacht und gilt als Geburtsstätte der Vetropack-Gruppe.

Im Mai wurde die Schliessung des Werks in St-Prex bekannt gegeben. Diese Entscheidung wurde vom Verwaltungsrat nach einer eingehenden Prüfung der Alternativvorschläge der Arbeitnehmervertreter getroffen. Zwei Monate früher als geplant musste aus Sicherheitsgründen bereits Ende Juni das geordnete Herunterfahren der Produktion eingeleitet werden.

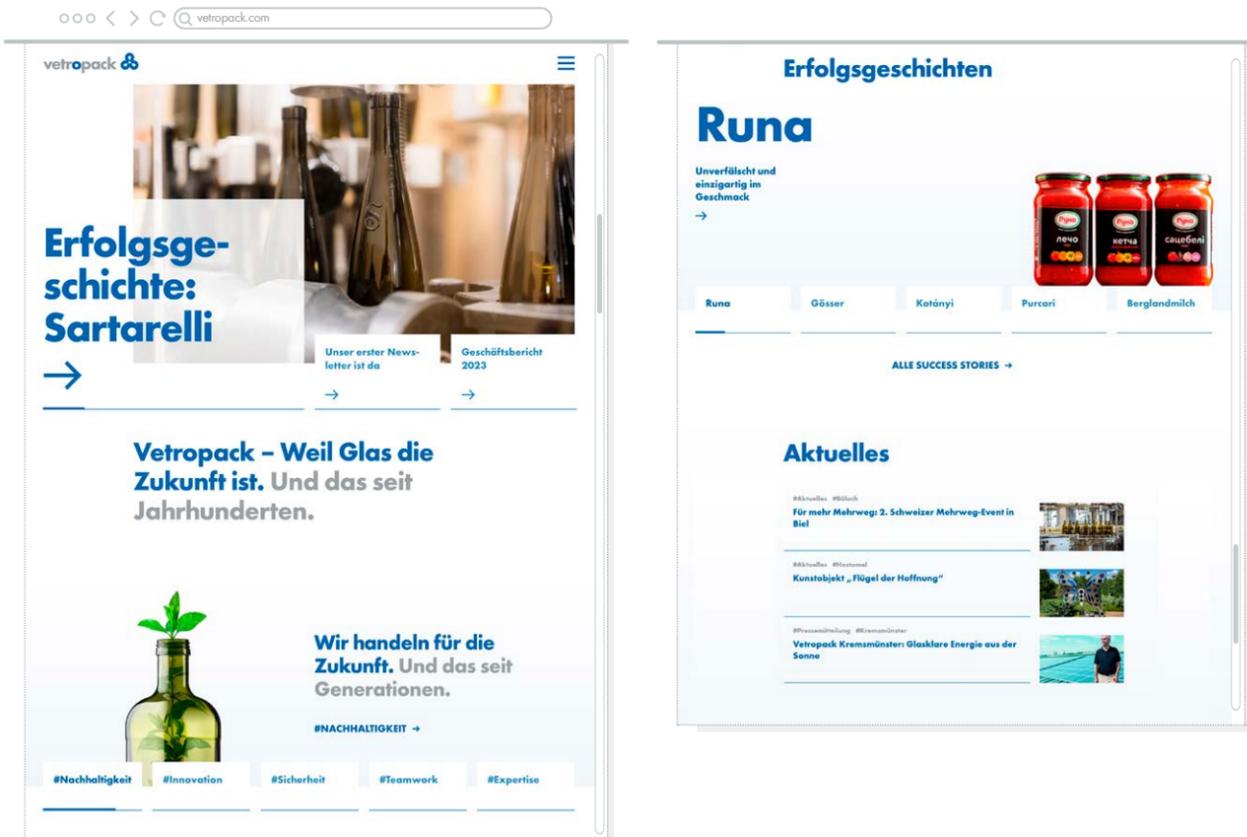
«Wir haben uns diese Entscheidung nicht leicht gemacht und alle Vorschläge zur künftigen Entwicklung des Standorts sehr umfassend und detailliert geprüft», erklärt Claude Cornaz, Verwaltungsratspräsident der Vetropack-Gruppe. «Trotzdem kommen wir immer zum gleichen Ergebnis: Die Zukunftsaussichten des Werks in St-Prex bleiben – selbst bei einer millionenschweren Investition – im Hinblick auf Wirtschaftlichkeit und Wettbewerbsfähigkeit negativ. Ein

rentabler Betrieb wäre auf Dauer nicht möglich. Die Schliessung der Produktion ist deshalb unausweichlich.»

Der über hundert Jahre alte Produktionsstandort in St-Prex war über die Jahrzehnte hinweg Gegenstand zahlreicher Anpassungen und grösserer Investitionen. Trotz dieser Bemühungen leidet der einzige Schweizer Produktionsstandort unserer Gruppe unter seiner geringen Grösse und mangelnder Wettbewerbsfähigkeit. Die unverändert hohen Betriebskosten der Produktion machen die in St-Prex hergestellten Glasverpackungen in den europäischen Kernmärkten nicht wettbewerbsfähig. Bereits Anfang März wurde deshalb ein Konsultationsverfahren zur Zukunft des Standorts in Gang gesetzt.

Johann Reiter betont, dass die Schliessung des Werks in St-Prex nicht den Rückzug von Vetropack aus dem Heimatmarkt Schweiz bedeutet. «Unser Unternehmenshauptsitz wird auch künftig in Bülach bleiben. Unser Engagement rund um das Glasrecycling setzen wir in Zusammenarbeit mit unseren Schweizer Partnern auf kommunaler Ebene fort. Im Bereich Recycling bleibt also alles wie bisher.»

Glas von seiner schönsten Site



Im Februar dieses Jahres hat Vetropack, als traditionsbewusstes Unternehmen mit Blick in die Zukunft, eine neue Website veröffentlicht. Unser Fokus liegt auf Nachhaltigkeit, Innovation, Sicherheit und Teamwork.

Simone Koch, Group Communications Director, erklärt: «Unsere neue Website soll nicht nur modern aussehen und neue Funktionen bieten, sondern auch mehr Besucher anziehen.» Wir haben uns gefragt, was uns wichtig ist und wie wir wahrgenommen werden möchten. Unser Ziel ist es, Kundinnen, Investoren und potenzielle Mitarbeitende nicht nur für unsere Produkte zu begeistern, sondern auch zu zeigen, wie wir als tradi-

tionsreiches Unternehmen die Zukunft gestalten. Dafür haben wir fünf Versprechen zu den Themen Nachhaltigkeit, Innovation, Sicherheit, Teamwork und Expertise formuliert. Diese Versprechen werden durch Geschichten aus unserem Unternehmen unterstützt. Auf der Website erfahren Besucher beispielsweise, warum Teamwork in der Produktion so wichtig ist, und erhalten Einblicke in verschiedene Teams rund um Vetropack.

Neben Einblicken in den Arbeitsalltag unserer Mitarbeitenden präsentieren wir interessante Kundenprojekte und das Kundenmagazin Vetrotime online. Ein innovatives Tagging-System ordnet alle Beiträge den zentralen Themen und Standorten zu, um Besuchern eine tiefgehende und unterhaltsame Informationsquelle zum The-

ma Nachhaltigkeit zu bieten. Wir veröffentlichen regelmässig neue Storys und News, daher lohnt es sich, öfter vorbeizuschauen. Alternativ können Besucher unseren neuen Vetropack-Newsletter abonnieren oder wichtige Anleitungen und Dokumente im Downloadcenter finden. Unser Menu bietet einen klaren Überblick über die Vielzahl an Inhalten und unterstützt beim Navigieren. Der neue Webauftritt präsentiert sich frisch, modern und aufgeräumt, mit grossen Bildern und aussagekräftigen Headlines, die unsere Produkte und Mitarbeiter in den Mittelpunkt stellen. Eine gelungene Site, die unser Engagement in allen Bereichen widerspiegelt.

Sprachrohr

Die Bedürfnisse der Kunden im Fokus. Ein Gespräch mit Armelle Dupont, Group Customer Experience Manager.



Sie haben seit Dezember 2023 eine neue Rolle als Group Customer Experience Manager. Was ist das Ziel Ihrer Rolle und an welchen Themen arbeiten Sie derzeit? Unsere Vision ist es, die beste Kundenerfahrung in unserer Branche zu bieten. Dazu arbeite ich mit der gesamten Organisation zusammen: Meine Aufgabe ist es, regelmässig Kundenfeedback einzuholen und Schlüsselinitiativen voranzutreiben, um die Art und Weise, wie wir unsere Kunden betreuen, kontinuierlich zu verbessern. Zudem leite ich das Team der strategischen Kundenbetreuer. Ich Sorge dafür, dass das Team unsere Partnerschaften weiterentwickeln und einen

nachhaltigen Mehrwert für beide Parteien schaffen kann. In beiden Rollen bin ich das Sprachrohr der Kunden – was ich sehr geniesse.

Wie hat die letztjährige Kundenumfrage Ihre Arbeit beeinflusst, welche Massnahmen wurden eingeleitet?

Wir investieren weiter und setzen auf unsere Stärken, wie die Kundenbetreuung. Mithilfe digitaler Schulungen stärken wir die konsequente Kundenorientierung in der gesamten Organisation und starten eine Kampagne zum Dialog mit den Kunden. Unser Ziel ist es, die Bedürfnisse und Herausforderungen der Kunden in den Mittelpunkt zu stellen. Mittels vielfältiger Massnahmen wollen wir besser werden. Dazu kommunizieren wir unsere Nachhaltigkeits- und Innovationspläne, konzentrieren uns auf die Einführung unserer verbesserten Mehrweg-Lösung und arbeiten an unserer Portfolio-Optimierung.

Wo sehen Sie die grössten Chancen für Vetropack in Bezug auf neue Trends oder Technologien?

Die Digitalisierung ermöglicht es uns, das Kundenerlebnis an jedem Kontaktpunkt mit Vetropack zu verbessern. In diesem Jahr haben wir die Basis dafür gelegt, indem wir unserem Verkaufsteam ein erstklassiges Customer Relationship Management Tool bereitgestellt haben. So können sie im Verkauf mehr Zeit mit unseren Kunden verbringen und weniger mit Datenerfassung und Berichterstattung. Wir wollen zudem eine Kundenplattform entwickeln, damit unsere Kunden besseren Zugang zu Live-Daten, Dienstleistungen und Feedback erhalten.

Blieben Sie dran!

Innovation voran

Das im Jahr 2020 am österreichischen Standort Pöchlarn gegründete Innovationszentrum ist Ausdruck der strategischen Innovationsbestrebungen der Vetropack-Gruppe. Mit Hochdruck werden Produkt-, Prozess- und organisatorische Innovationen vorangetrieben. Denn Vetropack soll auch zukünftig mit innovativen, umweltverträglichen und qualitativ hochwertigen Produkten und Dienstleistungen den Anforderungen der Kunden gerecht werden und damit den langfristigen Geschäftserfolg sichern.



Das Innovationszentrum unterstreicht die hohe Relevanz des Themas «Innovation» für das Unternehmen. Unter der Leitung von Daniel Egger, Group Head of Innovation, wurde das Zentrum ab Januar 2022 organisatorisch in den Bereich Technologie und Produktion integriert und Schritt für Schritt weiter ausgebaut. Im Moment beschäftigt das Innovationszentrum in Pöchlarn 32 Mitarbeitende und gliedert sich in die drei Teilbereiche «Process and Technology Innovation», «Product and Material Innovation» und «Smart Factory Innovation». Ein seltener Blick hinter die Kulissen offenbart, woran im Moment gerade geforscht wird.

Effizientere Flaschenhärtung dank neuer Maschine

Die von Vetropack entwickelte Weltneuheit ist die erste Mehrwegflasche aus gehärtetem Leichtglas. Dabei werden die Glasflaschen thermisch gehärtet. Durch das geringe Gewicht reduziert sich der Logistikaufwand erheblich und der CO₂-Ausstoss pro Flasche sinkt auf etwa ein Viertel einer normalen Mehrwegflasche. Um dem Ziel der Industriereife dieser Technologie näherzukommen, wird derzeit an einer neuen, noch effizienteren Maschine zur Flaschenhärtung geforscht.

Eine Versuchsanlage zur Erprobung des überarbeiteten Verfahrens wurde bestellt und soll Mitte 2024 in Produktion gehen. Wenn die entsprechenden Tests wie geplant verlaufen, kann bereits in der zweiten Hälfte des Jahres 2025 mit einer voll ausgereiften Version dieser Maschine gerechnet werden, die die Produktionskapazitäten nochmals entsprechend erhöhen wird.

Kohlenstoffabscheidung und -verwertung

Unsere Abteilung für Prozess- und Technologieinnovation testet eine vielversprechende Technologie zur Kohlenstoffabscheidung und -nutzung in der Glasindustrie. Bei diesem Verfahren, der sogenannten Kohlenstoffmineralisierung, wandelt sich Kohlendioxid in Karbonat um. Diese chemische Reaktion tritt auf, wenn spezielles Gestein mit Kohlendioxid in Kontakt kommt. Da das Kohlendioxid nicht in die Atmosphäre zurückkehrt, könnte dieses Verfahren die Glasproduktion CO₂-frei machen und somit für die Branche äusserst interessant sein.

No Soda Production

Vetropack ist Mitglied der International Partners in Glass Research (IPGR), einer internationalen Forschungsorganisation zur Förderung der Glaswissenschaft und -technologie durch Zusammenarbeit von Industrie, Hochschulen und Behörden. In einer stillgelegten Schmelzwanne führt Vetropack Versuche zur Umstellung des Rohstoffeinsatzes durch. Im Rahmen des so genannten «No Soda Trial» wurde der Rohstoffmix so angepasst, dass auf den zusätzlichen Einsatz von Soda, einer der Hauptquellen für CO₂-Emissionen, verzichtet werden konnte. In einem zehntägigen Versuch wurde das Schmelzverhalten der Mischung untersucht. Am Ende des Versuchs konnte die Formbarkeit von Flaschen aus der sodafreien Schmelze nachgewiesen werden.

Der Bereich Produkt- und Materialinnovation beschäftigt sich darüber hinaus intensiv mit alternativen Gemengezusammensetzungen, das heisst mit den Rezepturen für das, was letztendlich in den Schmelzöfen landet, sowie mit alternativen Rohstoffen.

Lückenlose Rückverfolgbarkeit dank modernster Data-Matrix- und RFID-Technologie

Im Bereich Smart Factory Innovation führt man derzeit ein robustes Rückverfolgbarkeitssystem mit Data-Matrix-Codes ein. Jede Flasche erhält eine eindeutige Kennung, die spezifische Daten während des gesamten Produktionsprozesses erfasst und speichert. So erkennt man potenzielle Probleme frühzeitig und verbessert die Qualitätskontrolle. Die zusätzliche Transparenz stärkt das Vertrauen der Kunden. Zudem ermöglicht die RFID-Technologie die Identifizierung von Paletten und deren Mengenkontrolle in Echtzeit, was die Logistik und die Produktionseffizienz optimiert.

Alle thermisch gehärteten Produkte werden per Heisslaser mit einem Data-Matrix-Code versehen, der zahlreiche Informationen speichert und spannende Möglichkeiten eröffnet. So lassen sich betroffene Produkte im Reklamationsfall schnell identifizieren. Auch für Werbeaktionen und Loyalitätsprogramme bietet er Vorteile. Die RFID-Technologie für Paletten wird bereits in den Werken Pöchlarn, Straža, Nemšová und Kyjov eingesetzt. Die Lösung erfasst die Daten sowohl

«Wir streben nach hoher Produktqualität, exzellentem Service und dem Vertrauen unserer Kunden. Gleichzeitig sorgen wir für eine effiziente Beschaffung und engagieren uns für eine nachhaltige Zukunft.»

Daniel Egger, Group Head of Innovation



In unserem Innovationszentrum in Pöchlarn erfinden wir eines der ältesten Materialien der Welt immer wieder neu. Unser Antrieb: Glas noch nachhaltiger und die Produktionsprozesse noch effizienter zu machen.



der eingehenden als auch der ausgehenden Paletten. Zukünftig wird es möglich sein, einzelne Paletten nach definierten Kriterien in externe Entpalettierungsbereiche auszuschleusen und die Rückverfolgbarkeit der Paletten mit den Artikeln zu gewährleisten.

Weiterentwicklung von maschinellem Sehen

Computer-Vision-Systeme nutzen Deep-Learning-Algorithmen, um visuelle Daten zu verarbeiten und wertvolle Informationen zu gewinnen. In einer Fabrikumgebung erkennen sie Objekte, Muster und Anomalien in verschiedenen Bereichen. Vetropack profitiert von dieser Technologie durch bessere Produktqualität, höhere Effizienz und geringere Ausfallzeiten.

Bei Vetropack setzen wir Computer Vision vielseitig ein. Von der fortschrittlichen Inspektion auf Defekte bis zur Qualitätskontrolle stellen wir sicher, dass unsere Produkte höchsten Standards genügen. Zudem nutzen wir Computer Vision zur Artikelzählung, um Lagerhaltung und Produktionsprozesse zu optimieren.

Für die Zukunft sehen wir grosses Potenzial, diese Technologie weiter auszubauen. Zukünftige Anwendungen umfassen die Unterstützung von Verschleiss- und Sauberheitskontrollen in Formwerkstätten, die kontinuierliche Überwachung der Produktionsumgebung auf Unregelmässigkeiten oder Stillstände, um schnell eingreifen zu können und Ausfallzeiten zu minimieren, sowie die Fortentwicklung der Lagerverwaltung durch präzisere Überwachung und Automatisierung.

Das ist erst der Anfang, und es gibt viele Möglichkeiten, die Computer-Vision-Technologie bei Vetropack weiter zu nutzen.

Digitale Revolution mit digitalen Zwillingen

Im Projekt werden Spitzentechnologien wie KI, Computer Vision, Industrial Internet of Things (IIoT) und fortschrittliche Robotik eingesetzt, um digitale Nachbildungen von beispielsweise Öfen zur thermischen Härtung und Prüfmaschinen zu erstellen. Diese digitalen Zwillinge spiegeln reale Prozesse wider und ermöglichen Echtzeitüberwachung, Simulationen und erweiterte Datenanalysen. Das führt zu optimierten Einstellungen, vorausschauender Wartung und der Identifizierung verborgener Bereiche für Prozessverbesserungen.

Durch die unermüdliche Forschungstätigkeit positioniert sich Vetropack immer wieder an der Spitze der intelligenten Glasverpackungen. Wir dürfen gespannt sein, welche Entwicklungen die Zukunft so mit sich bringt.



#Innovation
www.vetropack.com/
de/innovation/



Mit Time-Window-Management
zu mehr Produktivität



Durch klare Zeitfenster und ein ausgeklügeltes Monitoringsystem konnten die Verladezeiten drastisch verkürzt und die Effizienz gesteigert werden.



Ein überfüllter Verladeort, bis zu fünf Stunden Wartezeit für LKW und Staplerfahrer, die in Peakzeiten nicht mehr wissen, wo sie anfangen sollen. Das war die Ausgangslage, mit der das Team rund um Werner Schaumberger und Falk Bussler 2018 konfrontiert war.

Eine Ausgangslage, die in mehreren Aspekten ein Problem darstellt: nämlich in puncto Wirtschaftlichkeit, Belastbarkeit und Effizienz sowohl für Vetropack als auch unsere Transportunternehmer, hinsichtlich der Arbeitssicherheit für unsere Staplerfahrer, aber auch in Bezug auf Nachhaltigkeit und CO₂-Ausstoss in Verbindung mit Standzeiten von LKW. Das Tool Elogate gibt es in der Logistik bei Vetropack schon länger und es hat einige spannende Funktionen wie zum Beispiel das Time-Window-Management (TWM). Doch was heisst das konkret? Speditionen erhalten vom Disponenten einen Transportauftrag mit dem Vermerk, dass ein Verladezeitfenster zu buchen ist, und wissen, dass sie zu Vetropack müssen. Die LKW haben in der aktuell laufenden Phase 1 ein Zeitfenster von 2,5 Stunden, das sie treffen sollten. Wenn sie dann innerhalb dieser Zeit in Pöchlarn ankommen und im Versandbüro angemeldet werden, sehen die Staplerfahrer das in ihrem Tablet und können jene LKW entsprechend bedienen und bevorzugt behandeln. Das bringt nicht nur wirtschaftliche Vorteile für beide Seiten, sondern auch ökologische.

Zudem wurde ein Monitoring für den Standort Pöchlarn entworfen und eingeführt, um die jeweiligen Speditionen auf die TWM-Performance aufmerksam zu machen. Auf Basis dieses Monitors wurde ein monatliches Reporting erstellt. Man hat die Möglichkeit geschaffen, die Speditionen zu informieren, wie die Zeitfenster gebucht und zeitlich getroffen wurden. In Zusammenkünften mit Speditionen hat man verschiedene Verbesserungsstrategien erarbeitet.

Denn damit die Funktionen eines Tools auch wirklich ausgeschöpft werden können, müssen alle Anspruchsgruppen zusammenarbeiten. Nur kurze Zeit später war der Erfolg der Massnahmen nachweisbar: Die Verladezeiten konnten durch das Zusammenspiel des Systems und dank eines funktionierenden Teams von durchschnittlich 2 Stunden auf 30 Minuten gesenkt werden. Das hat nicht nur den Effekt der kürzeren Durchlaufzeit, sondern bringt folgende positive Nebeneffekte mit sich:

- Ausgleichen eines Tagespeaks an Verladungen und dadurch Entlastung der Staplerfahrer (Arbeitssicherheit) und der Mitarbeiter im Versandbüro
- Optimierter Personaleinsatz
- Weniger Standkosten beim LKW
- Gesteigerte Produktivität sowohl bei Vetropack als auch bei den Kunden
- Reduzierte CO₂-Emissionen durch verringerte Standzeiten

Diese Geschichte ist eine Erfolgsgeschichte für die Branche. Gemeinsam mit dem Systembetreiber konnte das Team aus Pöchlarn schon andere Unternehmen dabei unterstützen, ihre Logistikprozesse entsprechend zu überarbeiten.

Digital Recycling

Wie lassen sich Verbraucher dazu bewegen, die von ihnen verwendeten Glasverpackungen konsequent zu recyceln? Diese Frage stellen sich Hersteller in der Glas-, Lebensmittel- und Getränkeindustrie, Umweltorganisationen und Regierungen in aller Welt. Im kroatischen Koprivnica arbeitet Vetropack Straža d.d. jetzt im Rahmen eines Pilotprojekts mit dem Europäischen Behälterglasverband (Fevé), dem multinationalen Unternehmen und einer der führenden Lebensmittelhersteller – Podravka Inc. und dem dortigen kommunalen Dienstleistungsunternehmen Komunalac d.o.o. zusammen daran, diese Frage zu beantworten.

Glas ist ein natürlicher Stoff und zu einhundert Prozent wiederverwertbar, ohne dass es an Qualität einbüsst.



Altglas ist eine wichtige Ressource: Seine Wiederverwendung verringert den Rohstoffverbrauch und – da das Einschmelzen von Altglas weniger Energie erfordert – auch den Energiebedarf bei der Glasproduktion. Im Ergebnis entstehen so weniger CO₂-Emissionen pro neuem Behälter. Umso wichtiger ist es, dass recycelbares Glas auch wirklich in den Recyclingkreislauf gelangt. Aus verschiedenen Gründen ist das nicht immer der Fall. Manchmal funktioniert die Infrastruktur für Sammlung, Transport und Recycling von Glas noch nicht so effizient oder sie ist noch nicht ausreichend vorhanden. Darüber hinaus gibt es oft Bedarf, noch weiter aufzuklären über das Potenzial von Glasrecycling und die richtige Vorgehensweise. Aus diesem Grund ist Fevé ein aktiver Partner von Close the Glass Loop – einer Multistakeholder-Plattform, die Akteure aus der gesamten Wertschöpfungskette zusammenbringt mit dem Ziel, bis 2030 eine Sammelquote von 90 Prozent der Glasverpackungen in der EU zu erreichen (derzeit liegt die Quote bei 80,1 Prozent).



Durch das Digital Recycling Pilot Project, eine Kampagne zur Aufklärung und Sensibilisierung der Verbraucher, soll im kroatischen Glasrecyclingssystem eine höhere Sammel- und Recyclingquote erreicht werden.



Einer der wichtigsten Hebel auf dem Weg zu diesem Ziel ist der Aufbau effektiver Partnerschaften, um so mit Verbrauchern zu kommunizieren und sie zu sensibilisieren. «Als europäische Organisation sind wir auf lokale Partner wie Unternehmen und Behörden angewiesen, die ihre bestehenden Netzwerke und Infrastrukturen aktivieren und auf ihr fundiertes Wissen über die Situation in ihrer Region zurückgreifen können. Im Gegenzug versorgen wir sie mit Ressourcen, Kommunikationsmaterial und Beratungsleistungen. Wir arbeiten alle auf dasselbe Recyclingziel hin, nur aus unterschiedlichen Perspektiven», erklärt Michael Delle Selve, Leiter Marketing und Kommunikation bei Feve.

Lokale Partnerschaften für ein nachhaltiges Glasrecycling

In der kroatischen Stadt Koprivnica sind diese lokalen Partner Vetropack Straža d.d., der Lebensmittelhersteller Podravka Inc. und das kommunale Dienstleistungsunternehmen Komunalac d.o.o. Mit dem Digital Recycling Pilot Project, einer Kampagne zur Aufklärung und Sensibilisierung der Verbraucher, stellen sie sich der Herausforderung, im kroatischen Glasrecyclingssystem eine höhere Sammel- und Recyclingquote zu erreichen: Im Rahmen des Pfandrücknahmesystems (Deposit Return Scheme, DRS) geben die Verbraucher Flaschen mit einem Fassungsvermögen von 200 ml oder

mehr gegen ein geringes Pfand an die Geschäfte zurück, wo diese von privaten Unternehmen eingesammelt werden. Schätzungsweise 80 Prozent der unter dieses System fallenden Behälter werden zum Recyceln gesammelt. Gläser aller Größen und kleinere Flaschen werden jedoch im Rahmen des Systems der erweiterten Herstellerverantwortung (Extended Producer Responsibility, EPR) in kommunalen Containern gesammelt, von wo aus sie von den kommunalen Diensten zu Recyclinganlagen transportiert werden. In diesem System werden nur etwa 30 Prozent aller Behälter unter 200 ml gesammelt. Die restlichen 70 Prozent landen im Abfall. Dadurch sinkt die gesamte, nationale Sammelquote für Glas auf 59 Prozent. Verglichen mit dem EU-Durchschnitt lässt dies Kroatien erheblichen Spielraum für Verbesserungen.

Die Kampagne Digital Recycling Pilot Project wurde ins Leben gerufen, um zu untersuchen, worauf die geringere Erfolgsquote des EPR-Systems zurückzuführen ist – auf die fehlende Motivation durch eine Belohnung (wie im DRS-System), oder auf mangelndes Bewusstsein für Glasrecycling im Allgemeinen. Die Kampagne begann mit einer Onlineumfrage, die sich speziell an die Bürger von Koprivnica richtete. Im Anschluss wurden die Botschaften der Kampagne auf die Umfrageergebnisse zugeschnitten und durch Bildmaterial ergänzt, das die Produkte von Podravka in Gläsern zeigt.



«Wir wollen dazu beitragen, dass das von uns genutzte Glas tatsächlich recycelt wird.»

Nataša Mikuš Žigman,
Leiterin des Bereichs Nachhaltigkeit bei Podravka

Erfolgsfaktoren für Glasrecycling-Kampagne

Ab Herbst dieses Jahres werden die Kampagnenbilder über die Social-Media-Kanäle von Feve strategisch verbreitet. Bei der kontinuierlichen Datenerfassung während der gesamten Kampagne wird unter anderem nachverfolgt, welche Botschaften, Bilder und Kanäle die meisten Verbraucher erreichten und wie dies die Glassammelmengen tatsächlich beeinflusste. Wenn die Kampagne ausläuft, werden diese Daten analysiert, ausgewertet und mit Daten aus Čakovec verglichen – einer ähnlichen Stadt ohne eine solche Kampagne, die als Kontrollgruppe dient. Daraus resultieren am Ende ein Kommunikations-Toolkit und ein Konzept für künftige Kampagnen, das international eingesetzt werden kann.

Während sowohl Feve als auch Vetropack dieses Projekt finanziell unterstützen, tragen alle Teilnehmer auf ihre eigene Weise zum Erfolg bei: Das Vetropack-Team übernimmt einen grossen Teil der organisatorischen Aufgaben und ist Übersetzer für die Kampagne. Da Vetropack Straža d.d. das einzige Glas produzierende Werk im Land betreibt, waren ihre Beziehungen entscheidend und ausschlaggebend dafür, dass sowohl Komunalac als auch Podravka in das Projekt einstiegen. Podravka stellt viele beliebte Marken her und verleiht der Kampagne damit die nötige Sichtbarkeit. «Wir erkannten sofort den Wert dieses Projekts», sagt Nataša Mikuš Žigman, Leiterin des Bereichs Nachhaltigkeit bei Podravka. «Wir ha-

ben uns zum Ziel gesetzt, bis 2030 für unsere Produkte nur noch recycelbare, wiederverwendbare oder kompostierbare Verpackungen zu verwenden. Glas kann uns dabei helfen, dieses Ziel zu erreichen – und wir wollen dazu beitragen, dass das von uns genutzte Glas tatsächlich recycelt wird.» Komunalac fungierte als lokaler Berater für das Projekt und unterstützte mit Daten. «Um die reale Auswirkung auf die für das Recycling gesammelte Glasmenge zu messen, sind wir ideal positioniert. Wir hoffen auf eine deutliche Steigerung», sagt Saša Grubačević, Leiter der Abteilung Abfallwirtschaft bei Komunalac. Neben der gemeinsamen Projektkoordination hat Feve ausserdem das Kommunikationskonzept entwickelt und wird schliesslich die gesammelten Daten auswerten. Alle vier Partner hoffen, dass der Anteil des recycelten Glases in Koprivnica signifikant zunimmt, und freuen sich darauf, dass die Ergebnisse ihrer gemeinsamen Arbeit für künftige Kampagnen in Kroatien oder im Ausland genutzt werden.

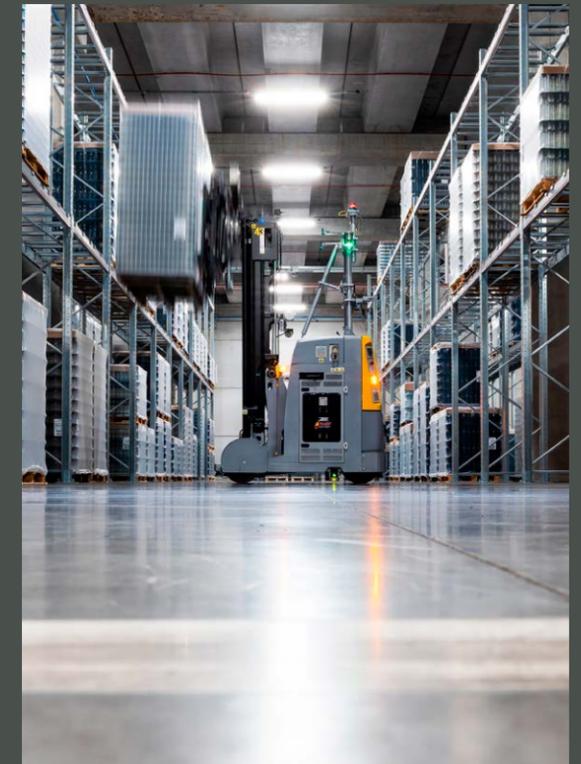


#Nachhaltigkeit
[www.vetropack.com/
de/nachhaltigkeit/](http://www.vetropack.com/de/nachhaltigkeit/)

Keine unnötigen Bewegungen

Ein lebendiges Stück Zukunft: In Italien setzt Vetropack voll auf die Vorteile einer smarten Fabrik. An seinem neu eingeweihten Fertigungsstandort im italienischen Boffalora sopra Ticino betreibt das Unternehmen ein vollautomatisiertes Warenlager. Kunden profitieren von kürzeren Vorlaufzeiten und nahtloser Transparenz.

Im neuen Werk Boffalora sopra Ticino mit einer Fläche von 340 000 m² hat Vetropack ein vollautomatisiertes Warenlager in Betrieb genommen.



«In Boffalora sind sämtliche Prozesse nach dem neuesten Stand der Technik eingerichtet.»

Jaroslav Mikliš, Group Supply Chain Projects and Transformation Manager

Das vollautomatisierte Warenlager ist mit modernster Technologie ausgestattet, um die logistischen Abläufe des neuen Vetropack-Standortes in Italien zu optimieren, und erreicht deutlich höhere Effizienz bei der Auftragsbearbeitung als herkömmliche oder teilautomatisierte Warenlager. Mithilfe des neuen Systems gewährleistet Vetropack Italia vollständige Rückverfolgbarkeit in Echtzeit und kann so auf jede Abweichung sofort reagieren und Vorlaufzeiten erheblich verkürzen. Durch die Automatisierung können Aufgaben zudem gleichmäßig über die vorhandene Zeit verteilt werden. Dadurch vermeidet Vetropack Engpässe und sorgt für eine effiziente Auslastung.

«In Boffalora sind sämtliche Prozesse nach dem neuesten Stand der Technik eingerichtet», so Jaroslav Mikliš, Group Supply Chain Projects and Transformation Manager. Dazu gehören auch die logistischen Abläufe, die auf der Basis von Simulationen

konzipiert wurden. «In einem vollautomatisierten Warenlager finden keine unnötigen Bewegungen mehr statt. Gleichzeitig ist es uns mit einer genauen Datenerfassung möglich, die Prozesse besonders präzise zu steuern und zu überwachen», erklärt Mikliš weiter. Um eine reibungslose Betriebsabwicklung sicherzustellen, lässt sich das gesamte System aus der Ferne monitoren.

Maximale Sicherheit, mehr Nachhaltigkeit, keine Wartezeiten

Die Vermeidung manueller Eingriffe erhöht sowohl die Arbeitssicherheit als auch die Qualität der Sekundärverpackungen: Durch den Einsatz von Automatisierungstechnologien und künstlicher Intelligenz werden riskante Situationen und Schäden an Sekundärverpackungen vermieden. Das vollautomatisierte Warenlager leistet zudem einen Beitrag zu den Nachhaltigkeitszielen von Vetropack. Die gesamte Fahrzeugflotte wurde mit hochmodernen, verbrauchsar-

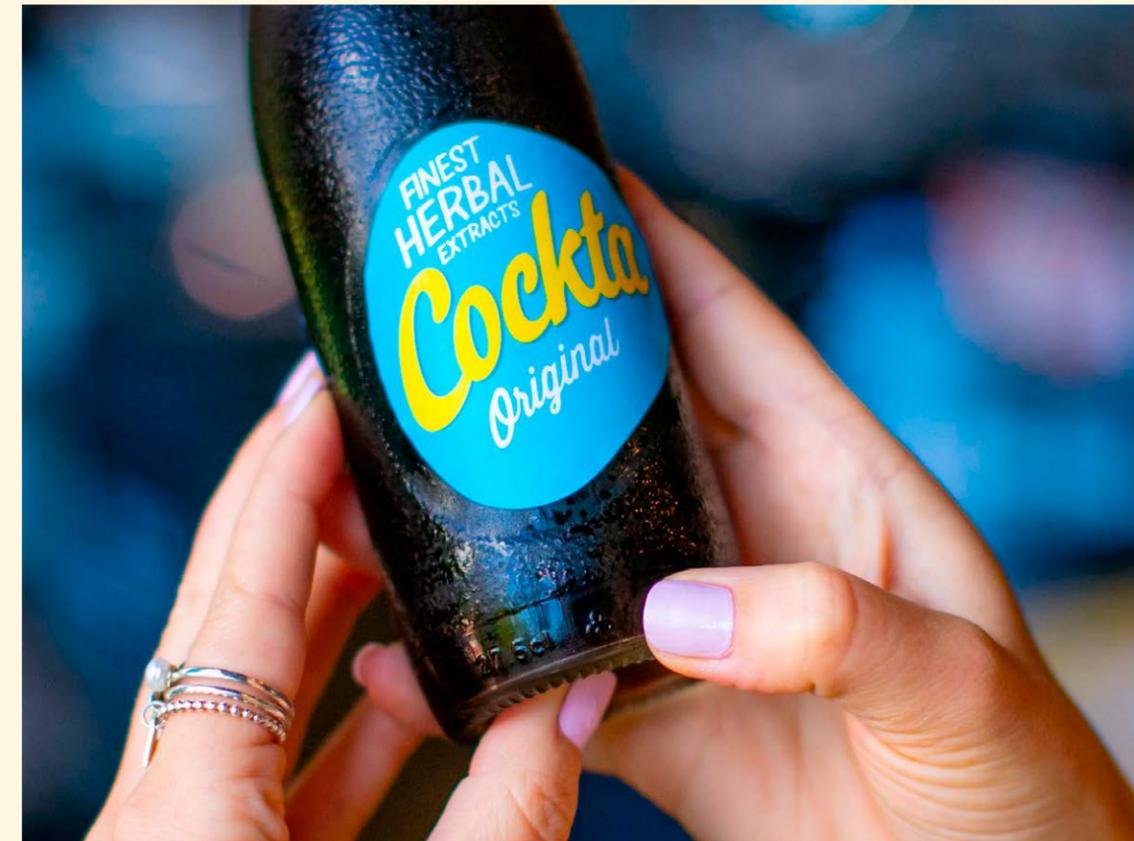
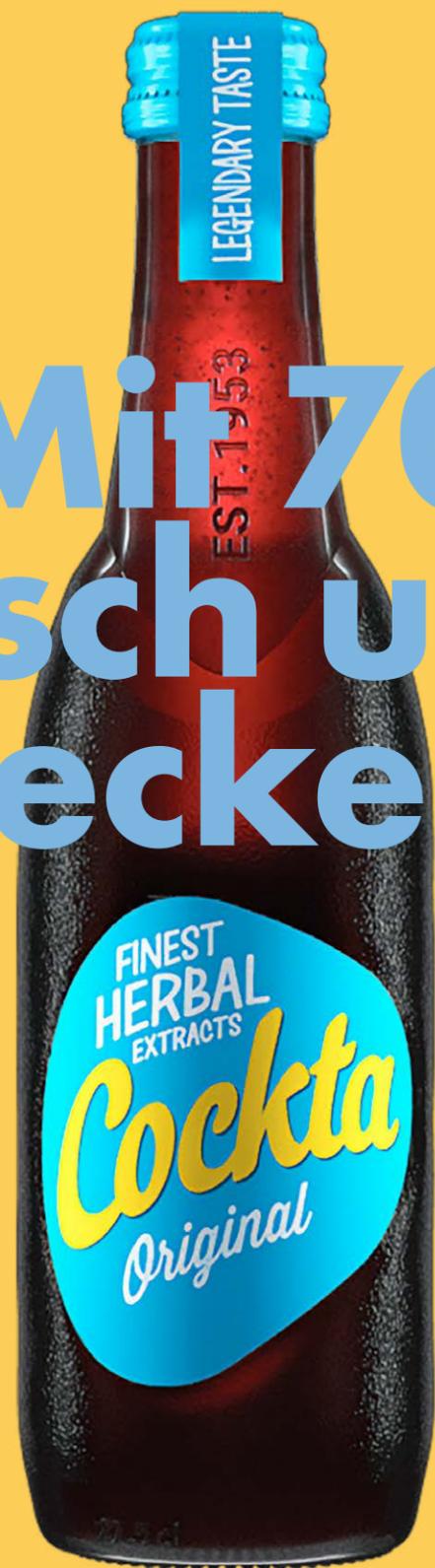
men Lithiumbatterien ausgestattet, die nicht nur die Dauer der Ladezyklen reduzieren, sondern auch die Effizienz des Ladevorgangs erheblich verbessern. «Dank der effizienten Nutzung der gesamten Fläche reduzieren wir den Pendelverkehr zu anderen Lagerhäusern und können ihn hoffentlich bald vollständig eliminieren», kommentiert Mikliš.

Das neue vollautomatische Warenlager verstärkt einmal mehr die positive Strahlkraft des hochmodernen und ressourcenzahlreichen Standorts in Italien für die gesamte Unternehmensgruppe.



#Innovation
www.vetropack.com/de/innovation/

Mit 70
frisch und
lecker



Kein Koffein, rein natürliche Zutaten und nicht zuletzt eine besondere Glasverpackung: Cockta ist das Erfrischungsgetränk der Stunde auf dem Balkan und darüber hinaus.

Cockta, das legendäre Erfrischungsgetränk, das ursprünglich aus Slowenien stammt, setzt zusammen mit Vetropack zu neuen Höhenflügen an.

Ein einzigartiges Rezept, natürliche Zutaten und nicht zuletzt eine besondere Verpackung: Seit ihrem Facelift 2018 ist die Marke Cockta zurück in der Erfolgsspur. In Restaurants, Hotels und darüber hinaus kann man Cockta Original, Cockta sugar-free und Cockta Blondie aus der hochwertigen Glasflasche von Vetropack genießen – entscheidend auch für das Markenimage des kreativen Softdrinks vom Balkan.

Wir schreiben das Jahr 1952. Emerik Zelinka, Chemieprofessor an der Universität Ljubljana, entwickelt die Rezeptur für eine besondere Art von Cola. Bereits ein Jahr später kommt mit Cockta das spätere Nationalgetränk des jungen sozialistischen Jugoslawiens auf den Markt. Sein einzigarti-

ges geheimes Rezept aus einem Elfkräutercocktail und Karamell, Wasser aus einer Mineralquelle und weiteren natürlichen Zutaten erfrischt und begeistert über Jahrzehnte und Generationen hinweg.

Produziert und vertrieben wird Cockta, das kein Koffein und keine Orthophosphorsäure enthält, seit über einem Jahrzehnt von Atlantic Grupa. Atlantic Grupa ist einer der führenden Nahrungsmittel- und Getränkehersteller in Südosteuropa mit Sitz in Zagreb. Zum Portfolio gehören neben Getränken auch Brotaufstriche – zum Beispiel die europaweit erfolgreiche Marke Argeta –, Kaffee, Snacks und Süßigkeiten sowie seit Kurzem auch Produkte auf Basis von Hafer, als Teil des neuen Wachstumsgeschäfts.



Erfolgreicher Dreiklang: Dank unverwechselbarer Rezeptur aus natürlichen Zutaten und einzigartiger Glasflasche von Vetropack ist Cockta auch bei den Jüngeren gefragt.

Mit neuem Design und einzigartiger Flasche zurück zum Erfolg

Laura Bortas, Senior Brand Development Manager bei Atlantic, ist mit ihrem Team für die Marke Cockta verantwortlich und berichtet: «In den Jahren nach 2010 wurde Cockta mehr und mehr zum Nostalgiegetränk und es gab zu viele kurzlebige Innovationen, die auf Kosten des Markenkerns und des Umsatzes gingen. Wir haben deshalb 2018 eine Neupositionierung gewagt, um die Marke aufzufrischen und gezielt auch die jüngere Generation anzusprechen. Vetropack hat dabei eine entscheidende Rolle gespielt.»

Die neue, im Enghals-Pressblasverfahren hergestellte 275-ml-Leichtglasflasche (Gewicht: 180 Gramm) für den HoReCa-Kanal (Hotels, Restaurants, Cafés) verfügt über ein unverwechselbares Design mit einzigartigen Elementen: So ist der Hals der schlanken Flasche der Cockta-Zutat Hagebutte nachempfunden; glatte Flächen wechseln sich mit Orangenhaut-artigen ab, und das Jahr der Gründung von Cockta ist als Embossing aufgeprägt. Nicht zuletzt erfordern das ungewöhnliche Etikett – jetzt wieder in den ursprünglichen Farben Gelb und Blau von 1953 – und die besondere Etikettenfläche

spezielles Know-how sowohl bei der Flaschenherstellung als auch der späteren Etikettierung. «Wir sind sehr froh, dass uns Vetropack als Entwicklungspartner im Prozess begleitet hat, um gemeinsam die einzigartige Flasche möglich zu machen. Vetropack hat uns dabei nicht ausgebremst, sondern im Gegenteil beflügelt», so Bortas weiter. Im Jahr 2023 hat Vetropack als exklusiver Glasverpackungslieferant für Cockta etwa 22 Mio. Glasgebände an Atlantic geliefert. HoReCa macht 28 Prozent des Gesamtumsatzes mit Cockta aus, das über den Balkan hinaus in 24 Märkte weltweit geliefert wird, darunter UK und USA.

Erfrischend anders – und beliebt bei der jungen Generation

Von 2018 bis 2022 konnte Atlantic den Umsatz mit Cockta um 42 Prozent steigern. Ausserdem wurde eines der wichtigsten Ziele, der Zuspriech der jüngeren Generation, ebenfalls erreicht. «Die einzigartige Flasche von Vetropack mit ihrer Premiumanmutung ist nicht nur für HoReCa wichtig, wo der erste Eindruck besonders zählt und Konsumgewohnheiten geprägt werden – sie ist auch ein wichtiger Treiber für



Zurück zu den Wurzeln: Mit dem Facelift im Jahr 2018 ist Cockta zu den Originalfarben Gelb und Blau von 1953 zurückgekehrt, die sich auch auf dem Etikett der 275-ml-Leichtglasflasche von Vetropack wiederfinden.



das Marketing, sozusagen Teil des optischen Markenkerns», sagt Bortas. Beide Unternehmen verbindet eine langjährige Tradition, die Vorgängerorganisationen arbeiten bereits seit 1953 zusammen – also lange bevor es Atlantic Grupa und Vetropack Straža in Kroatien überhaupt gab. Die Anfänge der Glasherstellung an der slowenisch-kroatischen Grenze reichen sogar noch weiter zurück, wie Goran Vurnek, Sales Representative bei Vetropack Straža, berichtet: «Bereits im 19. Jahrhundert wurde das mineralreiche Wasser mit natürlichem CO₂ aus den Quellen bei Rogaška Slatina nach Wien und ins europäische Ausland exportiert – und die ersten Flaschen dafür wurden in Hum na Sutli hergestellt, wo heute unser Werk von Vetropack steht.»

Markenkern dank Vetropack gestärkt und behutsam erweitert

Seit Cockta 2018 in neuem Gewand Furore macht (Cockta Original), sind zwei Ableger hinzugekommen: 2019 die trendige Cockta sugar-free und 2021 Blondie, das etwas andere Orangetränk (Orangeade) mit dem unverwechselbaren Gewürzcocktail. Beide Produkte sind erfolgreich angelaufen

und natürlich ebenfalls in der ikonischen Glasflasche verfügbar. Atlantic hat damit ein weiteres Standbein ausserhalb des Cola-Segments im weiter wachsenden CSD-Markt (carbonated soft drinks) geschaffen. Laura Bortas abschliessend: «Auf dieser starken Basis wollen wir weiter aufbauen. Die enge Partnerschaft mit Vetropack ist dabei sehr hilfreich für uns. Zum Beispiel sind die Entwicklungsabteilungen bereits im Konzeptstadium in direktem Kontakt, um früh im Designprozess abzuklären, was möglich ist und was nicht. Die gemeinsame Erfolgsgeschichte geht also weiter – lasst euch überraschen!»



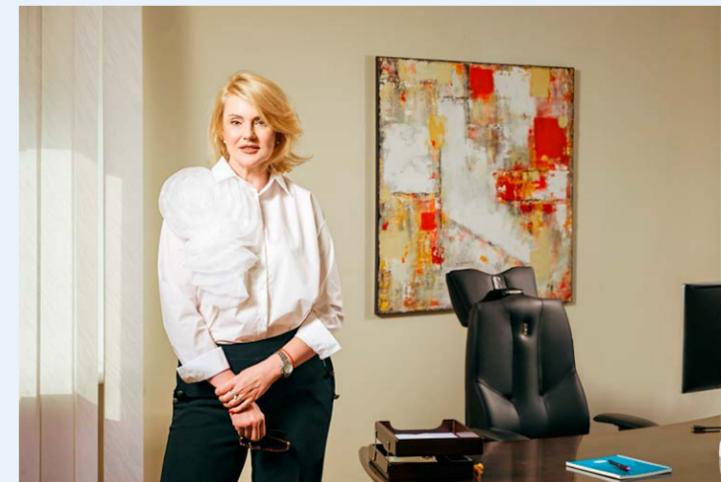
Mehr Erfolgsgeschichten

www.vetropack.com/de/produkte-leistungen/erfolgsgeschichten/



Unverfälscht

Von der Westukraine nach Osteuropa und in die Welt: Die naturbelassenen und vielfältigen Produkte von Lutsk Foods bereichern jede Küche und werden in exklusiven und nachhaltigen Glasverpackungen von Vetropack geliefert. Seit Sommer 2023 kommen diese wieder direkt vom Vetropack-Standort in der Ukraine, ein Ausbau der Partnerschaft ist geplant.



Anna Polishchuk ist Betriebsleiterin von Lutsk Foods und freut sich über die Partnerschaft mit Vetropack für die Marke Runa.

Kennen Sie Satsebeli? Eine besondere Tomatensauce aus Georgien, die aus Tomatenmark, Zwiebeln, Paprika und Knoblauch in Kombination mit Dill, Basilikum und Koriander entsteht. Oder Adjika, eine Würzpaste aus dem Kaukasus (in der Türkei als Acuka bekannt), deren Hauptzutut zersto-sene Peperoni sind? Der Verbreitung solcher kulinarischen Errungenschaften hat sich das Unternehmen Lutsk Foods verschrieben. Benannt nach seinem Ursprung in einer Kleinstadt der Westukraine, hat sich Lutsk Foods (gegründet 1945) zu einem Marktführer im eigenen Land und darüber hinaus entwickelt: Mehr als 350 Mitarbeitende sorgen für über 70 einzigartige Produkte, die hauptsächlich unter den Marken Runa und Ridnyi Krai vertrieben werden – zum Beispiel auch in Ost- und Westeuropa, den USA, Japan und Saudi-Arabien. Ein Geheimnis der Marke Runa ist ihre Natürlichkeit:

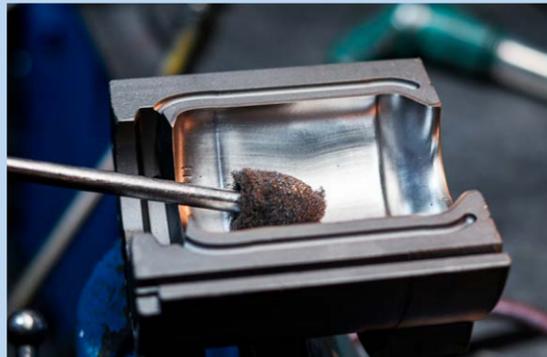
Sämtliche Produkte kommen ohne Konservierungsmittel und Lebensmittelzusatzstoffe aus. Die Rezepturen sind einzigartig und werden von erfahrenen Technologen in Zusammenarbeit mit dem Marketing weiterentwickelt. Die Produktionsanlagen von Lutsk Foods wurden von 2008 bis 2010 komplett modernisiert und von 2014 bis 2016 um zusätzliche Fertigungslinien erweitert. Seit 2019 arbeitet Lutsk Foods mit Vetropack zusammen. Und seit 2021 liefert Vetropack ein exklusives 430-ml-Glasgebinde für die Marke Runa. Gemeinsam ist bei den Unternehmen das Streben nach Exzellenz, nachhaltigen Prozessen und stetiger Weiterentwicklung.

Besondere Rezepturen – naturbelassen, gesund und haltbar

Anna Polishchuk, seit 2010 bei Lutsk Foods und seit 2021 Betriebsleiterin, berichtet: «Die Zusammenarbeit mit Vetropack hat grosses Potenzial, Glas ist das ideale Verpackungsmaterial für uns. Allerdings verändern sich in Kriegszeiten die Prioritäten: Momentan geht es vorrangig darum, Arbeitsplätze zu sichern und das Vorkriegsniveau zu halten.» Vetropack betreibt in Hostomel in der Ukraine ein eigenes Werk. Das 1912 gegründete Glaswerk nordwestlich von Kiew gehört seit 2006 zu Vetropack. Es wurde Ende Februar 2022 schwer beschädigt und ist seit Ende Mai 2023 wieder in



Bild oben: Für seine regionalen Spezialitäten wie die Paprika-Tomaten-Sauce Letscho verwendet Lutsk Foods 430-ml-Gläser von Vetropack. Bild rechts: Vor ihrem Einsatz werden die Formen für die Produktion vorbereitet, gereinigt, poliert und kontrolliert.



Betrieb – 169 meist ehemalige Mitarbeitende wurden neu eingestellt. «Wir sind sehr froh, mit Vetropack Hostomel einen professionellen Lieferanten in der Nähe zu haben. Denn wir setzen auch für die Lieferkette aller sonstigen Rohstoffe und Komponenten auf ukrainische Partner», so Polishchuk weiter.

Über 90 Prozent der Produkte von Lutsk Foods werden im Glas ausgeliefert, die Abfüllung erfolgt direkt vor Ort. Als unendlich rezyklierbares Produkt ist Glas besonders nachhaltig, und es enthält keine Zusatzstoffe oder potenziell schädliche Chemikalien. Auch die Menge an Lebensmittelkontaktstoffen, die sich ungewollt an der Verpackung anlagern und noch unerforschte Gesundheitsrisiken bergen, ist bei Glas und Keramik mit Abstand am geringsten. Lutsk Foods ist ausserdem – ebenso wie Vetropack Hostomel – zertifiziert nach FSSC 22000 und zeigt damit das hohe Niveau von Qualitätssicherung und Rückverfolgbarkeit über die gesamte Wertschöpfungskette. «Unser Ziel ist es, täglich sichere und qualitativ hochwertige Produkte herzustellen, die den hohen Standards nationaler und europäischer Gesetzgebung entsprechen», betont Polishchuk. Aktuell liefert Vetropack farblose Gläser für 16 verschiedene Produkte von Lutsk Foods, darunter viele besondere Saucen auf Tomatenbasis, ein Ketchup für Kinder und eine Mayonnaise-Zubereitung. Die verzehrfertigen Produkte enthalten wertvolle Vitamine und Spurenelemente und können unkompliziert beim Kochen verwendet werden.

Die Glasverpackung ist nicht nur besonders umweltfreundlich, sondern ermöglicht eine thermische Behandlung, die neben der nötigen Sterilisation den vollständigen Verzicht auf Konservierungsmittel erlaubt.

Zukunftsweisende Partnerschaft in der Ukraine

«Mit Vetropack haben wir den richtigen Partner, der uns auch in Sachen Nachhaltigkeit weiterbringt», sagt Anna Polishchuk. «Dank der fortschrittlichen Technologie und der optimierten Prozesse von Vetropack sparen wir grosse Mengen an CO₂ über die gesamte Wertschöpfungskette ein. Denn unsere Produkte vertreiben wir sowohl direkt als auch indirekt, wir bedienen ausserdem das Gastgewerbe und verschiedene Exportmärkte. Unsere Marketingspezialisten beobachten den ukrainischen und den globalen Markt genau und bereiten in Zusammenarbeit mit den Lebensmitteltechnologien zu gegebenem Zeitpunkt Neuheiten vor – für die dann auch weitere Glasverpackungen von Vetropack in Frage kommen. Die Situation ist nach wie vor herausfordernd, aber beide Unternehmen sind sehr qualitätsbewusst und arbeiten bereits an gemeinsamen Zukunftsplänen.»



Zuverlässig trotz widriger Umstände

Unsere Mitarbeitenden am heissen Ende sorgen täglich dafür, dass aus glühenden Glastropfen Glasbehälter werden. Hier wird gerade ein Glas für Runa kontrolliert.

Das Vetropack-Werk in Hostomel trotz den Herausforderungen des anhaltenden Konflikts und geht neue Wege, um durchgängige Produktions- und Energiesicherheit zu gewährleisten. Trotz des Verlusts von Marktanteilen halten wir an bestehenden Partnerschaften fest, bauen weiter aus und bereiten uns damit auf die Erholung des ukrainischen Marktes vor. Ein Blick hinter die Kulissen einer bemerkenswerten Erfolgsgeschichte.

Das Team in Hostomel zeigt in schwierigen Zeiten bemerkenswerte Resilienz und Anpassungsfähigkeit. Trotz des anhaltenden Konflikts hat es in den letzten Monaten innovative Lösungen entwickelt, um die Produktion wieder aufzunehmen, sich am Markt zu diversifizieren und die Energiesicherheit zu gewährleisten. Die Wiederaufbauarbeiten in Hostomel schreiten weiter voran und die erfolgreiche Inbetriebnahme einer ersten Schmelzwanne hat die Produktion unter schwierigen Bedingungen weitgehend normalisiert. Zudem wurden alle Vorkehrungen getroffen, um eine weitere Schmelzwanne in Betrieb zu nehmen und Marktanteile zu halten oder sogar neue zu gewinnen.

Yaroslav Klymenko, Sales Manager bei Vetropack Hostomel, ist überzeugt, dass sich der Markt erholen wird. Die Prognosen der FMCG-Hersteller (Fast Moving Consumer Goods) für 2024 stützen diese Aussage. Für die Ukraine wird ein Marktwachstum von 10 Prozent erwartet.¹

Export bei Grenzblockaden

Wir haben die Zusammenarbeit mit wichtigen Lebensmittelherstellern wieder aufgenommen, und das eröffnet unserem Unternehmen neue Marktchancen. Die lokalen Markttrends werden genau beobachtet und es wird proaktiv auf Veränderungen reagiert mit dem Ziel, ein Gleichgewicht zwischen Partnerschaft und Rentabilität zu erreichen.

Trotz der Grenzblockade erfüllen wir weiterhin Partnerverträge, einschliesslich des Transports von Exportgütern. Das stärkt unseren Ruf als zuverlässiger und vorausschauender Partner in schwierigen Zeiten. Auf dem ukrainischen Inlandmarkt bleibt die vor dem Krieg etablierte Methode bestehen: Die meisten Kunden holen die Produkte mit eigenen Fahrzeugen direkt beim Werk ab. Die geografisch günstige Lage, nur 6 km von Kiew entfernt, erleichtert dies. Hersteller liefern ihre Produkte zu den Vertriebszentren in der Hauptstadt und nehmen auf dem Rückweg die Flaschen mit.

Dieser effiziente Waren- und Verpackungsumlauf senkt die Logistikkosten erheblich.

Risikomanagement in der Praxis

Zu den eingeschränkten Produktionskapazitäten kommt zusätzlich die Herausforderung, die Energiesicherheit im Werk Hostomel jederzeit zu gewährleisten. Tägliche Spannungseinbrüche und das Risiko langfristiger Ausfälle sind direkte Folgen des Krieges. Um den Betrieb aufrechtzuerhalten, wurden Generatoren angeschafft, die eine stabile Stromversorgung sicherstellen.

Neben diesen kurzfristigen Massnahmen planen wir langfristig und führen weitere Risikoanalysen durch. Es werden verschiedene Optionen geprüft, darunter die Nutzung alternativer Energiequellen, um eine zuverlässige Stromversorgung zu garantieren. Ziel ist es, nicht nur aktuelle Hindernisse zu überwinden, sondern ein sicheres und beständiges System zu schaffen, das den Betrieb auch in Zukunft unterstützt.

Abnehmen leicht gemacht

Nachhaltiger Markenauftritt in der innovativen Mehrwegflasche



Die Welt von Vetropack in Ihrem Postfach. Zweimal im Jahr.

Neuigkeiten von unseren Standorten, die nächsten Messetermine, aktuelle Kundenprojekte und einen Blick hinter unsere Kulissen: All das bekommen Sie mit unserem Newsletter regelmässig in Ihren Mailingang. Garantiert kurzweilig. Garantiert informativ. Garantiert vielseitig.

