

GLASKLAR

Das Journal vom Aktionsforum Glasverpackung



Aktuell

- ▶ „Produktinnovation in Glas“ startet in die vierte Runde – jetzt bewerben!
- ▶ Wasser und Glasflaschen – starke Partner
- ▶ Deutsche einzig: Glas ist die beste Verpackung für Babynahrung

→ Trendtag Glas 2017: Am 18. Mai in der Elbphilharmonie



Der Trendtag Glas steht wieder vor der Tür. Zum elften Mal lädt das Aktionsforum Glasverpackung zum Branchentreff ein - dieses Jahr in den hohen Norden, nach Hamburg. Am 18. Mai 2017 erwartet die Teilnehmer neben spannenden und informativen Vorträgen auch eine Location der Extraklasse – die Elbphilharmonie. Das anschließende Get-together findet im Au Quai statt, direkt an der Elbe, mit Blick auf den Hamburger Hafen – ein toller Ort, um den Tag Revue passieren und ausklingen zu lassen.

In eigener Sache

Trendtag Glas mit eigenem Logo

Ein Logo sorgt ab sofort für einen optischen Wiedererkennungswert des Trendtags Glas. Markant und in frischen Farben gehalten, fällt es direkt ins Auge und transportiert das Thema der Veranstaltung – durch seine moderne Farb- und Formgebung sowie sein transparentes, an den Werkstoff Glas angelehntes Gesamt- aussehen. Ob auf der Website, bei Twitter oder auf dem Programm, das Logo visualisiert alles rund um das Branchenevent der Behälterglas- industrie.



Inhalt

Titelthema	Seite 2/3
In eigener Sache	Seite 2
Aktuelles	Seite 4/5
Marken und Produkte	Seite 6/7
3 Fragen an	Seite 8
Schon gewusst?	Seite 8
Impressum	Seite 8

Trendtag Glas 2017 lädt im Mai nach Hamburg ein

Mit dem Trendtag Glas 2017 startet das Branchenevent der Behälterglasindustrie in sein zweites Jahrzehnt. Nach dem zehnjährigen Jubiläum im letzten Jahr wartet das Aktionsforum Glasverpackung auch in 2017 mit einem Highlight auf: Der Trendtag Glas wird nämlich in der neu eröffneten Elbphilharmonie stattfinden, dem neuen Wahrzeichen von Hamburg. Und natürlich dürfen sich die Teilnehmer außer auf die spektakuläre Location auch auf hochkarätige Referenten aus Wissenschaft, Wirtschaft und Industrie freuen.



Führt durch den Tag:
TV-Moderatorin Alexandra Kröber

Am 18. Mai 2017 heißt das Aktionsforum Glasverpackung in der Elbphilharmonie Kleiner Saal die Teilnehmer des elften Trendtags Glas willkommen. In dem imposanten Bau, dessen Fassade aus 1.100 unterschiedlich gebogenen Glaselementen besteht, erwartet die Besucher von 10.30 bis 16.30 Uhr ein spannendes und informatives Programm. Durch die Veranstaltung wird die aus dem Fernsehen bekannte Moderatorin Alexandra Kröber führen.

Key Speaker Professor Dr. Horst W. Opaschowski: DeutschlandVision 2030

Die Begrüßungsworte werden in diesem Jahr von Dr. Philipp Stein, persönlicher Referent von Generalintendant Christoph Lieben-Seutter, Elbphilharmonie, und Oliver Wiegand, Vizepräsident des Bundesverbands Glasindustrie e. V., gesprochen. Anschließend steht mit Professor Dr. Horst W. Opaschowski als Key Speaker eine wahre Koryphäe auf der Bühne. Der von der FAZ als „einer der gefragtesten Vordenker“ bezeichnete Zukunftsforscher berät seit den 1970er-Jahren die Bundesregierung in Trend- und Zukunftsfragen. Zahlrei-

che Prognosen und Wortschöpfungen der letzten Jahrzehnte gehen auf ihn zurück. Beim Trendtag Glas wird er von seiner „DeutschlandVision 2030“ berichten, die auf verschiedene Szenarien auf Basis der beiden Thesen „Was passiert, wenn nichts passiert“ und „Was sich ändert, wenn wir uns ändern“ zurückgreift. Daraus leitet Professor Opaschowski nicht nur eine realistische Prognose, sondern auch die „10 Gebote des 21. Jahrhunderts“ ab. Die Kerninhalte: Selbstbestimmung, soziales Netzwerk und maßvoller Umgang mit Ressourcen.

Sascha Lobo: Die Kunden und die digitale Welt

Das Internet ist sein Zuhause: Sascha Lobo ist Blogger, Microblogger und Autor. Sein Schwerpunkt: die digitale Welt und wie wir damit und darin leben. Dazu berät er regelmäßig Unternehmen und schreibt seine wöchentliche Kolumne „Die Mensch-Maschine“ bei Spiegel Online. Doch auch in der realen, nicht digitalen Welt weiß Sascha Lobo zu überzeugen, zum Beispiel mit seinen durchdachten, kreativen und teils provokanten Vorträgen. Beim Trendtag Glas 2017 wird er die um den digitalen Raum erweiterte Realität – oder „Augmented Reality“ – in den Fokus rücken und zeigen, wie sich Kundenbindung durch kreative Formen von Interaktion erreichen lässt.

Dr. Eike Wenzel und Professor Dr. Jörg Funder: Konsum-Autonomie und Retail 4.0

Dr. Eike Wenzel ist Gründer und Leiter des Instituts für Trend- und Zukunftsforschung und beschäftigt sich vor allem



Denn nur 7,4 Prozent der europäischen Handelsunternehmen werten Kundendaten systematisch aus und sind dadurch in der Lage, sich der erhöhten Geschwindigkeit der neuen Marktverhältnisse anzupassen.

Kühne und Rabenhorst: Spannende Glas-Cases

Natürlich dürfen auch in diesem Jahr beim Trendtag Glas Beispiele aus der Praxis nicht fehlen. Kühne bringt fast jedes Jahr neue Produkte in Glasverpackungen in den Handel. Was es bedeutet, ein Neuprodukt in Glas zu verpacken, und wie die Verpackung zur Markenbildung und zum Erfolg des Produkts beitragen kann, darüber berichtet Nina Kracht, Senior Verpackungsentwicklerin bei Kühne, in ihrem Vortrag. Und auch Christoph Ripp, Marketingleiter bei Rabenhorst, wird einen Einblick in sein Unternehmen und den Umgang mit Glas geben. Denn die Saftflasche von Rabenhorst ist ein Klassiker unter den Glasverpackungen, doch der Saftspezialist hat sich auf die Fahne geschrieben, seine Marke zu verjüngen – mit neuen, angesagten Produkten, die natürlich auch in Glas verpackt sind.

mit den anstehenden Veränderungen in den Bereichen Märkte, Konsum, Medien und Werte. Beim Trendtag Glas wird er eine neue Generation von Verbrauchern in den Fokus rücken – die Konsum-Automen. Sie sind digital vernetzt, finanziell gut situiert und legen bei Lebensmitteln Wert auf Regionalität – ggf. sogar eigenen Anbau – und Nachhaltigkeit. Das Internet ermöglicht ihnen diesen individuellen Lebensstil, denn so gibt es unendlich viele Wege zum Produkt. Und das bedeutet einen

enormen Umbruch für Handel und Märkte! Das Thema Handel rückt auch beim Vortrag von Dr. Jörg Funder in den Fokus. Der Professor für Unternehmensführung im Handel und Direktor des Instituts für Internationales Handels- und Distributionsmanagement (IIHD) an der Hochschule Worms präsentiert die Ergebnisse einer Studie zum Thema „Retail 4.0“. Dabei beleuchtet er vor allem die Faktoren, die Unternehmen benötigen, um den Sprung von Retail 3.0 zu Retail 4.0 zu meistern.

Produktinnovation in Glas und Get-together

Wie bereits in den Jahren zuvor werden am Ende des Trendtags die Nominierungen für die „Produktinnovation in Glas“ vorgestellt – dieses Jahr von Jurymitglied Andrej Kupetz (weitere Informationen zum Preis auf Seite 4 dieser Ausgabe). Anschließend lädt das Aktionsforum Glasverpackung ab 19 Uhr zum Get-together ins Au Quai ein – direkt an der Elbe, mit Blick auf den Hamburger Hafen.



Die Teilnahme am Trendtag Glas 2017 ist wieder kostenfrei.

Weitere Informationen zum Trendtag Glas 2017 und die Möglichkeit zur Onlineanmeldung gibt es unter www.glasaktuell.de/trendtag-glas-2017.

„Produktinnovation in Glas“ startet in die vierte Runde – jetzt bewerben!

Lebensmittel und Getränke abfüllende Unternehmen können sich noch bis zum 9. April mit ihren in Glas verpackten Produkten für die Auszeichnung des Aktionsforums Glasverpackung bewerben. Die drei Gewinner werden im Anschluss an den Trendtag Glas, am 18. Mai 2017 in Hamburg, mit einem gläsernen Möbiusband ausgezeichnet. Die Teilnahme ist kostenlos.



Die Gewinner der Produktinnovation in Glas 2016

Zum vierten Mal in Folge verleiht das Aktionsforum Glasverpackung dieses Jahr seine Auszeichnung „Produktinnovation in Glas“ für besondere Produkte, die in Glas verpackt sind. Ob Mineralwasser, Gemüse, Saucen, Limonaden, Joghurt, Bier – es gibt unzählige Lebensmittel und Getränke in Glasverpackungen. Mit der Auszeichnung „Produktinnovation in Glas“ ehrt das Aktionsforum Glasverpackung jedes Jahr wieder außergewöhnliche und innovative Produkte, die neu auf den Markt gekommen und in Glas verpackt sind. Noch bis zum 9. April 2017 können sich Lebensmittel und Getränke herstellende bzw. abfüllende Unternehmen kostenlos mit ihren Produkten bewerben, die zwischen dem 1. Januar 2016 und dem 31. März 2017 erstmals auf dem deutschen Markt verkauft wurden. Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitern können sich in der Kategorie „Kleine Unternehmen“ bewerben, Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern in der Kategorie „Mittlere und große Unternehmen“.

Zusätzlich haben die Unternehmen die Chance, das gläserne Möbiusband in der Kategorie „Publikumsliebbling“ zu erhalten – der Gewinner wird von

den Besuchern des Trendtags Glas am 18. Mai in Hamburg gewählt.

Die Jury und die Besucher des Trendtags wählen die Gewinner

Eine unabhängige Jury wird alle Einreichungen kritisch bewerten, jeweils die drei besten Teilnehmer in den Kategorien „Kleine Unternehmen“ sowie „Mittlere und große Unternehmen“ nominieren und im Anschluss die Gewinner festlegen. Den Gewinner in der Kategorie „Publikumsliebbling“ wählen die Teilnehmer des Trendtags Glas am 18. Mai in der Hamburger Elbphilharmonie nach der Präsentation der sechs Nominierten. Die offizielle Preisverleihung mit der Bekanntgabe der drei Gewinner und der Übergabe der Gastrophäen findet direkt im Anschluss an den Trendtag Glas im Rahmen eines Get-togethers im „Au Quai“ in Hamburg statt – in lockerer Atmosphäre, unmittelbar an der Elbe und mit Blick auf den Hafen.

Die Jury setzt sich in diesem Jahr wieder aus den Experten des letzten Jahres zusammen: Brigitte Bähr, freie Journalistin für das packaging journal, Andrej Kupetz, Hauptgeschäftsführer des Rats für Formgebung/German De-

sign Council, Dr. Ulrich Nehring, Geschäftsführer der Institut Nehring GmbH, sowie Achim Nieroda, Referent für Technik beim Deutschen Brauer-Bund. „Wir freuen uns sehr, dieses Jahr wieder innovative, in Glas verpackte Produkte zu ehren. Die positiven Erfahrungen der letzten Jahre bestärken uns darin, in Glas verpackten Produkten mit dieser Auszeichnung ein Forum zu geben. Wir sind schon sehr auf die diesjährigen Einreichungen gespannt und freuen uns auf die Preisverleihung“, sagt Dr. Johann Overath, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands Glasindustrie e. V. und Sprecher des Aktionsforums Glasverpackung.

Unternehmen, die sich in diesem Jahr für die „Produktinnovation in Glas“ bewerben möchten, finden mehr Informationen über den Preis, Anmeldeformulare und -fristen unter www.glasaktuell.de/produktinnovation-in-glas



**PRODUKT
INNOVATION
IN GLAS**

Wasser und Glasflaschen – starke Partner

Wasser aus Glasflaschen ist in Deutschland beliebt – der Konsum von Mineral- und Heilwässern ist unverändert hoch. Und der Absatz von Glasgebinden wächst.

Die Deutschen lieben ihr Mineralwasser, es ist ein ausgezeichneter Durstlöcher und unverzichtbarer Bestandteil eines gesunden Lebensstils. Die Beliebtheit spiegelt sich auch in den neuesten Zahlen des Verbands Deutscher Mineralbrunnen e. V. wider: 148,8 Liter Mineral- und Heilwasser konsumierte jeder Bundesbürger im vergangenen Jahr – so viel wie im Vorjahr. Und an Auswahl mangelt es nicht: In Deutschland gibt es über 500 Mineralwässer von über 200 Mineralbrunnen.

Doch wonach wählen die Verbraucher ihr Wasser aus? Entscheidend ist sicherlich die Frage, ob es Mineralwasser mit Kohlensäure oder stilles Wasser sein soll und ob viel oder wenig Natrium enthalten ist. Ein wichtiger Impulsgeber für oder gegen ein Produkt ist jedoch auch die Verpackung. Denn sie ist das Erste, was den Verbrauchern ins Auge springt. Obwohl Glas bereits seit Tausenden von Jahren als Verpackung für Lebensmittel und Getränke genutzt wird, handelt es sich dabei keineswegs um eine angestaubte Art der Verpackung, sondern nach wie vor um eine der beliebtesten, die immer mit der Zeit geht und deshalb perfekt zu Wasser passt. Nachhaltigkeit, Regionalität, Sicherheit und Gesundheit – auf all diese Trends zahlen Glasverpackungen ein. Und auch der Geschmack von Mineralwasser aus Glasflaschen beeinflusst Verbraucher bei ihrer Kaufentscheidung. Denn Glas punktet mit einer Eigenschaft, die es als einziger Werkstoff für sich in An-



spruch nehmen kann: Es ist nahezu inert, lässt also keine Wechselwirkungen zwischen Inhalt und Verpackung zu. Das macht Glas zur idealen Verpackung für Lebensmittel und Getränke, die darin ihren eigenen, unverfälschten Geschmack behalten und optimal geschützt sind. Auch Mineralwasser behält seinen reinen Geschmack, die Mineralstoffe sind optimal geschützt und die Kohlensäure der Medium- und

spritzigen Sorten wird vollständig bewahrt.

All diese Vorteile machen Glas zu einem bevorzugten Verpackungsmaterial für Mineralwasser. Und zudem ist Glas heute nicht nur eine Transporthülle, sondern oftmals ein fester Bestandteil der Marke. Insbesondere bei Premium-Mineralwässern ist in den letzten Jahren wieder ein Trend hin zu Glas zu erkennen – überwiegend als Individualflasche. Der Grund liegt vor allem in der hochwertigen und individuellen Gestaltung, die für eine Hervorhebung am Point of Sale sorgt. Doch auch die Nachfrage nach Pool-Glasmehrwegflaschen ist nach wie vor ungebrochen. Glas hat bei den abfüllenden Betrieben mehr denn je seinen festen Platz im Sortiment und der Absatz von Getränkeflaschen aus Glas steigt weiterhin. Im ersten Halbjahr 2016 wuchs der Absatz im Segment „Wasser, Milch, Saft und Sonstige Flaschen“ im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 10,1 Prozent.



Vielfalt im Glas, die auffällt

Unternehmen wie Kühne und Rabenhorst setzen Akzente im Handel – ihre Verpackungen gestalten sie entsprechend ihren verschiedenen Produktwelten.



Honig-Ingwer & Senf, Dijon oder Joghurt sind nur drei Sorten aus der vielfältigen Welt der Salatdressings bei Kühne. Was alle gemeinsam haben: Sie sind in Glas verpackt. Diese Verpackungsart bietet nicht nur den Vorteil, dass sich auf den ersten Blick erkennen lässt, ob ein klares Dressing auf Basis aus Essig plus Öl oder ein cremiges Dressing mit Milchprodukten enthalten ist, sondern sie lässt sich auch in nahezu jede Form bringen. Und das nutzt Kühne: Unter den Glasverpackungen gibt es klassische Flaschenformen – für die Saucen der Reihen „Spezialitäten“, „Well-fit“ und „Joghurt-Dressing“ –, aber auch ganz individuelle, wie beispielsweise die Karaffenform für die ENJOY-Dressings. Sie ist nicht nur ein echter Blickfang, sondern hat auch einen praktischen Nutzen: Dank ihrer Form liegt sie gut in der Hand und lässt sich dadurch vor dem Gebrauch gut schützen, um beispielsweise Öl und Essig der Vinaigretten gut miteinander zu vermischen.

Und auch mit den international inspirierten Würzsaucen „Made for Meat“ bleibt Kühne seiner Überzeugung treu, mit individuellen Glasverpackungen Akzente zu setzen und mit außergewöhnlichen Designs im Produktregal aufzufallen. „Unsere Kunden wünschen sich immer mehr besondere Lebens-

mittel und individuelle Verpackungen. Das passt gut zusammen, denn innovative Lebensmittel sind eine große Leidenschaft von uns. Und besondere Zutaten verdienen ein besonderes Design aus Glas“, erklärt Nina Kracht, Senior Verpackungsentwicklerin bei Kühne. Um den außergewöhnlichen Saucen eine würdige Verpackung zu geben, entwickelte Kühne eine ganz neue Glasflasche im 375-ml-Format. Das Konzept geht auf, denn für das Design und den Inhalt der Verpackung erhielt Kühne im Juni 2016 die Auszeichnung „Produktinnovation in Glas“. Die markant gestaltete Flasche erinnert an ein

amerikanisches Barbecue und unterstreicht mit ihrer Standfestigkeit die Leidenschaft zum Grillen. Jede Grillköstlichkeit lässt sich mit den Sorten Cranberry BBQ, Ají Panca Chili und Indian Curry verfeinern. Seit Anfang März 2017 gibt es zusätzlich die Sorten Grilled Paprika und Bacon Jalapeño.

Glasformen betonen Produktgruppen

Das Markenbild von Rabenhorst entsteht vor allem durch seine charakteristische Braunglasflasche. Die dunkelbraune Glasverpackung mit dem typischen, bauchigen Halsstück lässt sich auch ohne Etikett sofort dem Direktsaft-Experten zuordnen. Auch die neueste Saftkreation DETOX von Rabenhorst ist in der traditionellen Flasche verpackt. Neben dem Wiedererkennungswert der Marke bietet die Flasche den optimalen Schutz für den Inhalt, denn Glas lässt praktisch keine Wechselwirkungen zwischen Inhalt und Verpackung zu, sodass der Geschmack unverfälscht erhalten bleibt und die wertvollen Vitamine des Trendgetränks geschützt werden. Ein Glas à 200 ml des Bio-Mehrfrucht-Gemüsesaftes DETOX deckt 50 Prozent des Tagesbedarfs an Vitamin C, das zum Schutz der Zellen vor oxidativem Stress beiträgt. Zielgruppe für den neuen Saft sind Verbraucher, die bewusst auf ihre Ernährung achten und sich genussvoll etwas Gutes tun wollen.





Auf diesen Wunsch zahlen auch die seit März 2016 erhältlichen Smoothies ein, von denen es vier Fruchtkreationen und zwei grüne Varianten gibt – alle sind vegan und in Bioqualität hergestellt. Die Smoothies bedienen zusätzlich den aktuellen Trend „to go“. Da das pürierte Obst am liebsten bei der Arbeit oder in der Schule, als Zwischenmahlzeit

oder nach dem Sport getrunken wird, hat Rabenhorst die Verpackung dementsprechend ausgewählt: Das 240-ml-Glasfläschchen fasst genau eine Portion. Und dank der Transparenz der Flasche ist die bunte Vielfalt sofort sichtbar. Im Herbst 2016 wurden die Rabenhorst Smoothies mit dem Special Mention Preis des German Design Award aus-

gezeichnet. „Wir füllen unsere Säfte seit über 200 Jahren in Glasflaschen ab, und dies machen wir auch bei neuen Produkten. Denn der umweltschonende Rohstoff Glas schützt unsere qualitativ hochwertigen Säfte und passt daher zu unserer Philosophie und zu unseren Erzeugnissen“, erklärt Christoph Ripp, Marketingleiter bei Rabenhorst.

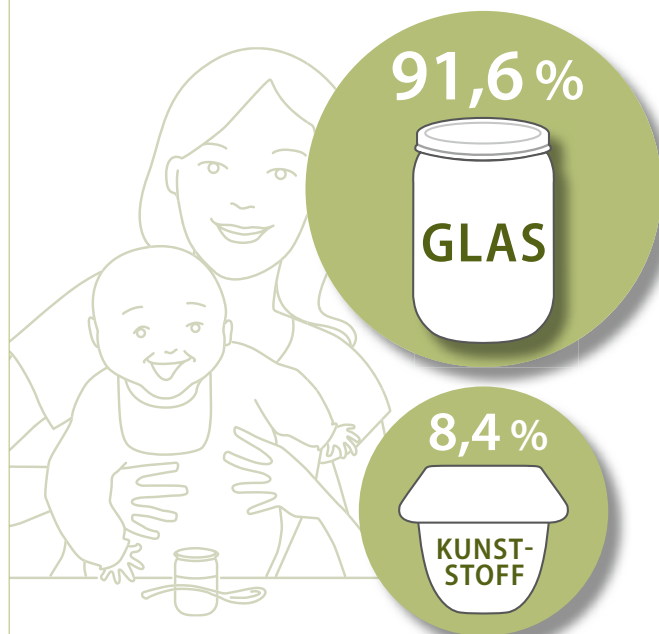
Deutsche einzig: Glas ist die beste Verpackung für Babynahrung

Eine aktuelle Umfrage zeigt: Deutsche halten Glas für das optimale Verpackungsmaterial für Baby- und Kleinkindnahrung.

Säfte, Brei, Beikost: Es gibt eine riesige Auswahl an Baby- und Kleinkindnahrung mit vielen verschiedenen Geschmacksrichtungen. Doch spielt nur die Art und die Geschmacksrichtung beim Kauf eine Rolle oder auch die Verpackung? Das Marktforschungsinstitut GfK hat im Auftrag des Aktionsforum Glasverpackung einem repräsentativen Anteil der deutschen Online-Bevölkerung die Frage gestellt: Ein Baby bekommt die erste Kost, welche Verpackung ist aus Ihrer Sicht die beste für Baby- und Kleinkindnahrung? Das Ergebnis der Umfrage ist eindeutig: 91,6 Prozent der Befragten halten Glas für das beste Verpackungsmaterial – lediglich 8,4 Prozent stimmten für Plastik. „Ein tolles Ergebnis! Wir freuen uns sehr, dass die Deutschen die Vorteile von Glas zu schätzen wissen und so eindeutig auf Glasverpackungen vertrauen, wenn es um ihre Kinder geht“, sagt Dr. Johann Overath, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands Glasindustrie e. V. und Sprecher des Aktionsforums Glasverpackung.

Glas klarer Favorit

Ein Baby bekommt die erste Kost, welche Verpackung ist aus Ihrer Sicht die beste für Baby- und Kleinkindnahrung?*



* Befragt wurden 900 Männer und Frauen der deutschen Online-Bevölkerung, die ein bestimmtes Verpackungsmaterial wählen würden.

Schon gewusst ?

SAVE THE DATE

Der von der Initiative der Glasrecycler 2016 erstmals ausgerufenen Glasrecyclingtag findet in diesem Jahr am **9. September** statt.



3 Fragen an ...

... Professor Dr. Horst W. Opaschowski, Zukunftswissenschaftler



1. Wenn Sie an Glasverpackungen denken, was fällt Ihnen dann spontan als Erstes ein?

Bei Glasverpackungen denke ich an Glaspapier und Glasvitrinen, Glasfenster und -versicherungen. Doch viel mehr erfreue ich mich am Gläserklang halbvoller Gläser und schaue als Zukunftsforscher gern in die Glaskugel ...

2. Welches Produkt kaufen Sie ausschließlich in der Glasverpackung und warum?

Glas ist für mich vor allem bei Lebensmittelprodukten ein unverzichtbarer Hygiene- und Umweltschutz. Oliven und Gurken, Champignons und Tomatenmark gibt es bei mir nur im Glas.

3. Welche Glasverpackungen sind für Sie echte „Dauerbrenner“?

Mein „Dauerbrenner“ ist das Marmeladenglas auf dem Frühstückstisch. Es gibt nichts Besseres!



Impressum

Aktionsforum Glasverpackung, das sind:

Ardagh Glass GmbH

BA Glass Germany GmbH

Bayerische Flaschen-Glashüttenwerke
Wiegand & Söhne GmbH & Co. KG

Glashütte Freital GmbH

Glaswerk Ernstthal GmbH

Heinz-Glas GmbH

J. Weck GmbH u. Co. KG

Noelle + von Campe Glashütte GmbH

O-I Sales & Distribution Germany GmbH

Verallia Deutschland AG

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt:

Bundesverband Glasindustrie e. V.

Fachgruppe Behälterglas

Am Bonneshof 5

40474 Düsseldorf

Telefon: 0211 4796-134

Bildnachweis

Titel (groß): shutterstock.com – pilipphoto

Titel (klein): pure-life-pictures – fotolia.com

Seite 2: Aktionsforum Glasverpackung

(Fotograf: Marc Thürbach)

Alexandra Kröber: Immo Fuchs

Seite 3 (oben): shutterstock.com –

Gerckens-Photo-Hamburg

Seite 3 (unten): Au Quai Restaurant GmbH

Seite 4: Aktionsforum Glasverpackung

(Fotograf: Marc Thürbach)

Seite 5: Aktionsforum Glasverpackung

Seite 5 (unten): Genossenschaft Deutscher

Brunnen (GDB)

Seite 6: Carl Kühne KG

Seite 7: Haus Rabenhorst

Seite 8: Horst Opaschowski (privat)

Seite 8: Aktionsforum Glasverpackung

(Fotograf: Jan Jankovic)

E-Mail: info@glasaktuell.de

www.glasaktuell.de

Redaktionelle Produktion:

zeron GmbH/Agentur für Public Relations

Telefon: 0211 8892150 - 41

www.zeron.de

