

# GLASKLAR

Das Journal vom Aktionsforum Glasverpackung



## Aktuell

- ▶ **Rückblick**  
Richtiges Altglassammeln schützt Umwelt und Klima
- ▶ **Branchennews**  
Ausgezeichnet mit der „Produktinnovation in Glas“ – die zwei Preisträger

## → Trendtag Glas feiert Jubiläum in Düsseldorf



Am 16. Juni 2016 begrüßte das Aktionsforum Glasverpackung 140 Teilnehmer beim Trendtag Glas in Düsseldorf. Spannende Vorträge in einer außergewöhnlichen Location standen an diesem Tag auf dem Programm.

## In eigener Sache

### Trendtag Glas 2017 in der Hansestadt Hamburg

Nach dem Trendtag ist vor dem Trendtag! Am 18. Mai 2017 ist es wieder so weit. Das Aktionsforum lädt bereits zum nächsten Trendtag ein, dieses Mal in Hamburg. Hier erwarten die Teilnehmer wie immer informative Vorträge über die Entwicklungen und Trends in der Glas- und Lebensmittelbranche.

#### Auch wieder dabei: die „Produktinnovation in Glas“

Nach dem Trendtag geht es weiter zum lockeren Get-together. Hier werden wieder die Gewinner der „Produktinnovation in Glas“ gekürt. Der Preis wird im nächsten Jahr zum vierten Mal verliehen und hat sich mittlerweile zu einem festen Bestandteil des Trendtags und des Get-togethers etabliert.

Weitere Informationen zum Trendtag und zur Produktinnovation unter [www.glasaktuell.de](http://www.glasaktuell.de).



## Inhalt

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

# Trendtag Glas feiert Jubiläum in Düsseldorf

Sieben spannende Vorträge, 140 begeisterte Teilnehmer und eine imposante Industrie-Location – am 16. Juni 2016 hatte das Aktionsforum Glasverpackung zum zehnjährigen Jubiläum des Branchenevents der Behälterglasindustrie ins Areal Böhler geladen. Dieses Mal unter dem Motto „10 Jahre Trendtag Glas. Was die Branche bewegt“.

Mit dem Verlauf des Tages ist Dr. Johann Overath, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands Glasindustrie e. V., sehr zufrieden: „Unser Jubiläums-Trendtag hat diesen Namen absolut verdient. Wir konnten hochkarätige Referenten bei ihren Vorträgen erleben, und das einmal mehr in einer einzigartigen Atmosphäre.“

#### Sozialverhalten und Gesundheit als Wachstumsmotor

In seinem Vortrag „Geschichte der Zukunft“ erläuterte der Buchautor, Zukunftsforscher und Keynote-Speaker Erik Händeler den Ausweg aus der Finanz- und Schuldenkrise über ein präventives Gesundheitssystem und eine bessere Arbeitskultur in Unternehmen. Denn wirtschaftliche Entwicklungen waren schon immer abhängig von der Knappheit bestimmter Ressourcen. Diese führt regelmäßig zu hohen Kosten für die Wirtschaft, die man zu minimieren versucht. Laut Händeler sind die knappsten Güter der Zukunft im Sozialverhalten und in der Gesundheit zu finden. Denn: Die Gesellschaft baut Humankapital kostenintensiv auf und aus. Deshalb müssen die Menschen in Zukunft länger arbeiten. Allerdings mit mehr Auszeiten, mehr Erholungsphasen und einer Reduktion von Arbeitszeit im höheren Alter.



#### Das Essverhalten der Zukunft und die Kaufentscheidungen der Verbraucher

Im Fokus der Nestlé-Zukunftsstudie „Wie is(s)t Deutschland 2030?“, an der auch Professor Peter Wippermann, Trendforscher und Professor für Kommunikationsdesign an der Folkwang Universität der Künste, mitgewirkt hat, standen verschiedene Zukunftsszenarien rund um das Ess- und Sozialverhalten der Deutschen, die er den Teilnehmern des Trendtags vorstellte. Wird Essen zum Beispiel der Weg zum Ziel einer besseren Welt? Ressourcenschonung wird immer bedeutsamer und ist machbar, indem jeder für sich selbst, für seine Mitmenschen, aber auch für den Planeten Verantwortung übernimmt. Um die Sichtweise der Verbraucher bezüglich der Szenarien zu verdeutlichen, ordnete Professor Wippermann diese immer auch in den Kontext der Konsumenten ein. Dr. Hans-Georg Häusel, Psychologe und Experte auf dem Gebiet der Hirnforschung und Founder und Senior Partner der Gruppe Nymphenburg, erläuterte in seinem Vortrag „Verpackungen, die das Hirn packen“, wie Entscheidungen – vor allem Kaufentscheidungen – im Kopf der Verbraucher ablaufen: Circa 80 Prozent werden unbewusst getroffen und die restlichen 20 Prozent sind stark von Emotionen geprägt. Genau aus diesem Grund ist es so wichtig, seine Zielgruppe und ihre Motive bis ins letzte Detail zu kennen. Jedes Unternehmen





Günter Birnbaum

muss darum sehr genau schauen, welche Regionen im Gehirn es stimulieren will, und seine Positionierung entsprechend ausrichten.

#### Konsumstimmung und ein konkurrenzfähiges Verpackungsmaterial

Wie Günter Birnbaum vom Marktforschungsinstitut GfK in seinem Vortrag „Verbraucher – die Entstrukturierung des Einkaufs- und Konsumverhaltens“ zeigte, befindet sich die Konsumstimmung in Deutschland weiterhin auf einem hohen Niveau. Der Wohlstand wächst, aber die Ausgaben für Lebensmittel sinken anteilig im Vergleich zu den Gesamtausgaben. Dafür entwickeln die Konsumenten ein wachsendes Qualitätsbewusstsein. Verbraucher sind bereit, mehr Geld für ihre Ernährung auszugeben, allerdings nur, wenn man ihnen einen relevanten Mehrwert bietet. Genau darin sieht Birnbaum die Herausforderung für die Lebensmittelindustrie: nicht ausschließlich auf Mengenwachstum zu setzen, sondern sich über den Mehrwert eines Produktes zu differenzieren, um damit ein höheres Preisniveau zu erzielen. Holger Rohn vom Wuppertal Institut nahm in seinem Vortrag „Glas – der nachhaltige Universalwerkstoff?“ die Themen Glas und Nachhaltigkeit unter



Eric Näf

die Lupe. Der Vergleich mit anderen Verpackungsmaterialien zeigte, dass Glas ein konkurrenzfähiger Werkstoff ist. Auf Branchenebene wurde deutlich, welche Bedeutung der Altglaseinsatz für die Rohstoffschonung hat. Zudem leistete die Behälterglasindustrie einen wichtigen wirtschaftlichen Beitrag in Deutschland.

#### Zwei Beispiele aus der Praxis: true fruits und Absolut Vodka

In seinem Vortrag präsentierte Nicolas Lecloux, Mitgründer und Geschäftsführer Marketing der true fruits GmbH, bildstark und wortgewandt die Geschichte seines Unternehmens und das Sortiment der Non-Food-Upcycling-Artikel. Am Ende seines Vortrags verabschiedete sich Nicolas Lecloux ganz true-fruits-like mit einem Gruppen-Selfie. Eric Näf, Director Packaging Development bei Absolut Vodka, gab tiefe Einblicke in die Welt der Absolut Company und betonte die Bedeutung des unangefochtenen Markensymbols: der prägnanten Flasche.

Damit ging ein erfolgreicher Jubiläums-„Trendtag Glas“ zu Ende, der die Teilnehmer mit vielen neuen Informationen und Eindrücken entließ.



Holger Rohn



Dr. Hans-Georg Häusel



Nicolas Lecloux



Sandra Klaus, Product Managerin bei der Carl Kühne KG, war begeistert vom Trendtag Glas 2016: „Eine außergewöhnliche Location, eine tolle Betreuung und erstklassige Referenten – der Trendtag Glas war eine rundum gelungene Veranstaltung. Dass wir dann noch mit unserer neuen Grillsaucen-Range ‚Made for Meat‘ als Produktinnovation in Glas 2016 in der Kategorie ‚Mittlere und große Unternehmen‘ ausgezeichnet wurden, war der krönende Abschluss dieses ereignisreichen Tages.“

# Richtiges Altglassammeln schützt Umwelt und Klima

Am 17. September 2016 fand der erste bundesweite Glasrecyclingtag statt – ausgerufen von der Initiative der Glasrecycler und unter Schirmherrschaft von Bundesministerin Dr. Barbara Hendricks. Zu den Maßnahmen an dem Aktionstag zählten ein Fotocontest, Gewinnspiele und intensive Aufklärungsarbeit. Außerdem nahmen verschiedene Glasaufbereitungsanlagen und Glaswerke in ganz Deutschland den Glasrecyclingtag zum Anlass, einen „Tag der offenen Tür“ zu veranstalten.



Gewinner des Fotocontests 2016



## Schirmherrin Barbara Hendricks unterstützt den neuen Aktionstag

Schirmherrin des Glasrecyclingtags ist Dr. Barbara Hendricks, Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit.

## Fotocontest: Selfie am Altglascontainer

Um die Verbraucher zu animieren, sich mit richtigem Glasrecycling auseinanderzusetzen und zum Altglascontainer zu gehen, hat die Initiative der Glasrecycler einen Fotocontest ausgerufen. Darauf machte sie in Tageszeitungen, Zeitschriften und im Radio aufmerksam. Wer sich selbst mit seinem Altglas vor dem Container fotografiert und das Bild einsendet hatte, konnte eine Reise für zwei Personen nach London gewinnen, inklusive Flug, zwei Übernachtungen und Besuch der Aussichtsplattform des gläsernen Hochhauses

Die Deutschen gehören zu den Spitzenreitern im Sammeln von Altglas. Und auch wenn die Recyclingquote in Deutschland mit derzeit 89 Prozent schon sehr hoch ist, steckt noch viel Recyclingpotenzial im Glas. Um das zu aktivieren und über richtiges Glasrecycling zu informieren, hat die Initiative der Glasrecycler am 17. September 2016 bundesweit den ersten Glasrecyclingtag ausgerufen. Denn Glas ist zu 100 Prozent ohne Qualitätsverlust wiederverwertbar, sodass aus Altglas immer wieder neue Glasverpackungen hergestellt werden. Dazu muss allerdings richtig gesammelt und sortiert werden – natürlich nach Farben. Und alle Farben, die nicht eindeutig Weiß-, Braun- oder Grünglas zugeordnet werden können, wie zum Beispiel die blaue Proseccoflasche, gehören in den Grünglascontainer. Es landen aber auch immer wieder Dinge im Altglascontainer, die im Restmüll entsorgt werden müssen, wie zum Beispiel kaputte Trinkgläser oder Omas altes Porzellan. Diese Gegenstände stören die für die Umwelt so

wichtige Wiederverwertbarkeit von Glas. Denn je sauberer Altglas getrennt wird, desto weniger Energie muss für die Aufbereitung und für die Produktion von neuem Verpackungsglas eingesetzt werden. Und auch Ressourcen werden geschont: Bei neuen Glasflaschen liegt der Anteil von Recyclingglas heute bei durchschnittlich 60 Prozent, bei grünen Glasflaschen teilweise sogar bei 90 Prozent.





„The Shard“. Außerdem wurden 30 Soul-bottles, wiederverwertbare Glasflaschen, verlost. Ein Ansporn, der für viele Teilnehmer gesorgt hat. Insgesamt 225 Einreichungen konnte die Initiative der Glasrecycler verzeichnen – darunter einige sehr kreative Bilder. Denn Altglas einwerfen kann ja jeder! Doch auf Papas Schultern, an einem Altglascontainer in London-Optik, im Handstand oder im Brautkleid macht Recycling noch mehr Spaß. Die Jury der Initiative der Glasrecycler kürte das schönste Bild und gratulierte dem glücklichen Gewinner, der sich nun auf eine Reise nach London freut.



### Tag der offenen Tür: Glasrecycling hautnah erleben

Was passiert eigentlich mit der Olivenölflasche, dem Marmeladenglas oder dem Konservenglas, nachdem es im Altglascontainer gelandet ist? Dieser Frage konnten interessierte Besucher in insgesamt dreizehn Glasaufbereitungsanlagen und zwei Glaswerken des Unternehmens O-I in verschiedenen Städten Deutschlands nachgehen. Denn die Unternehmen nahmen den Glasrecyclingtag zum Anlass, einen Tag der offenen Tür zu veranstalten und interessierten Bürgern einen Blick hinter die Kulissen zu gewähren. Bei Führungen durch die Glasaufbereitungsanlagen wurden den Teilnehmern die einzelnen Schritte genau gezeigt und erklärt: Anlieferung des Altglases, Sortierung, Zerkleinerung und Abtransport zu den Glashütten – all das stand an diesem informativen Tag auf dem Programm. In den Glaswerken erfuhren die Besucher, wie aus den Glasscherben neue Glasverpackungen hergestellt werden. Die wichtigste Botschaft lautete dabei: Jeder kann einen wertvollen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz leisten, wenn er sein Altglas richtig sortiert. Viele von den Besuchern kannten sich bereits gut aus und wussten genau, welches Glas in welchen Altglascontainer kommt oder sogar überhaupt nicht hineingehört. Andere haben an diesem Tag viel dazugelernt. Und damit hat die Initiative der Glasrecycler ein wichtiges und großes Ziel des ersten bundesweiten Glasrecyclingtags erreicht!



**Bundesministerin  
Dr. Barbara  
Hendricks**

### Grußwort zum Glasrecyclingtag

Der Gang zum Glascontainer ist für die Meisten eine Selbstverständlichkeit. Von der Sektflasche bis zum Gürkenglas, die Recyclingquote bei Glas liegt schon seit einigen Jahren zwischen 80 und 90 Prozent.

Genau genommen müssen wir dabei von „Behälterglas“ reden. Denn nicht alle Arten von Glas sind für Recycling geeignet. Bleikristall gehört nicht in den Glascontainer. Ähnlich ungeeignet zum Recycling sind auch Glühlampen, Leuchtstoffröhren, Fensterglas, Spiegel und sogar feuerfeste Glasschüsseln. Diese meist gut gemeinten Fehlwürfe kommen immer wieder vor und sie erschweren das Recycling.

Eigentlich ist Glas ein Rohstoff, der sich ausgesprochen gut recyceln lässt, nämlich beliebig oft und zu 100 Prozent. Das schont das Klima und das hilft, Energie und Rohstoffe einzusparen. Wenn wir das Altglas auch noch nach Farben sortieren, dann lassen sich daraus auch höherwertige Produkte neu herstellen.

Eine Initiative der Glasindustrie und der Recycler macht es sich zur Aufgabe, darüber zu informieren, wie wichtig das Sammeln von Altglas ist und worauf dabei zu achten ist. In diesem Jahr hat sie den 17. September zum ersten Glasrecyclingtag erklärt. Ich finde, das ist eine gute Gelegenheit, sich über die Hintergründe des Glasrecyclings zu informieren.

Dies ist auch eine Gelegenheit, vielleicht die eigenen Gewohnheiten zu überdenken und noch mehr Abfälle getrennt zu entsorgen. Auch beim Glasrecycling können wir immer noch besser werden. So tragen wir alle mit wenig Aufwand zu Klimaschutz und Ressourcenschonung bei.

Dr. Barbara Hendricks  
Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

# Das Mineralwasser der Eiszeit in der Glasflasche der Neuzeit

**EiszeitQuell – wo die Reinheit des Wassers sogar in der Verpackung steckt.**

Das EiszeitQuell-Mineralwasser wird aus den Gesteinsschichten der Schwäbischen Alb gewonnen. Während der Eiszeit versickerten dort große Mengen Gletscherschmelzwasser, wodurch das Mineralwasser heute noch so rein ist wie früher. Dafür sollte es eine ebenso natürliche Verpackung geben. „Mit unserer individuellen Mehrwegflasche möchten wir den wachsenden Verbraucherwunsch nach Premiummineralwasser im Glas bedienen“, begründet Nina Gramer, Marketingleiterin für EiszeitQuell, die Entscheidung für Glas. „Und es ist ein gelungenes Gesamtpaket geworden – die Unberührtheit des

Mineralwassers, das stilvolle Design der Verpackung und die umweltschonende Herstellung.“ Das rundum geprägte Eiszapfen-Relief der Glasflasche setzt das klare und unverwechselbare EiszeitQuell-Markendesign konsequent um. Zusätzlich zu der neuen Glasflasche wird das Sortiment von EiszeitQuell ergänzt durch eine neue Sorte des Mineralwassers: EiszeitQuell naturelle, zusätzlich zu perlend und sanft perlend. Die Flaschen sind im praktisch-leichten Sechserkasten erhältlich und bieten damit sowohl im Design als auch in der Handlichkeit ein praktisches Plus.



## Unverwechselbares Design, vereint mit umweltschonender Herstellung

**Die Teinacher Genussflasche – eine Symbiose zwischen Anmut und Nachhaltigkeit.**

Eine individuelle Glasflasche „made in Germany“ zu entwickeln, die mit Eleganz und Exklusivität punktet – das war die Vision von Teinacher und aus ihr entstand die Teinacher Genussflasche. Thomas Schmid, Marketingleiter bei der Mineralbrunnen Teinach GmbH, erläutert, wie es dazu kam: „Wir wollten beste Qualität, regionale Partner, Synergieeffizienz, kurze Transportwege und die Innovationskraft unserer Partner vereinen. Dies ist uns gelungen: Flasche, Kasten, Etiketten und das Mineralwasser sind perfekt aufeinander abgestimmt und alles kommt aus Baden-Württemberg.“ Zusätzlich überzeugt die Genuss-

flasche durch ihre nachhaltige Produktion, denn sie wird zu einem großen Teil aus Recyclingglas hergestellt. Durch ihre edle Optik und das unverwechselbare Embossing des Teinacher Ahornblatts macht sie auf jeder gedeckten Tafel eine gute Figur. Das Ziel, direkt am Point of Sale einen Hingucker zu landen und gleichzeitig von der Qualität des Mineralwassers zu überzeugen, hat Teinacher mit dieser Glasflasche erreicht. Die Markenwerte werden mit den Ansprüchen der Verbraucher vereint und das Wasser – Classic, Medium und Naturell – wird perfekt präsentiert.



# Ausgezeichnet mit der „Produktinnovation in Glas“ – die zwei Preisträger

Das Aktionsforum Glasverpackung hat zum dritten Mal seine Auszeichnung „Produktinnovation in Glas“ verliehen und damit innovative und außergewöhnliche Neuprodukte ausgezeichnet, die in Glas verpackt sind.

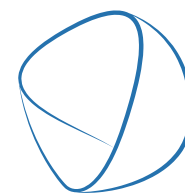


Die Gewinner der „Produktinnovation in Glas“ 2016; v. l. n. r.:  
Fee Surges, Pressesprecherin, und Nicolas Lecloux, Mitgründer und Geschäftsführer Marketing, beide von true fruits,  
Nina Kracht, Senior Verpackungsentwicklerin, und Sandra Klaus, Product Manager, beide von Kühne

Dr. Ulrich Nehring, Geschäftsführer der Institut Nehring GmbH und Jurymitglied, präsentierte beim Trendtag Glas die für die „Produktinnovation in Glas“ Nominierten. Dann waren die Teilnehmer gefragt: Sie durften aus den nominierten Produkten für ihren Publikumsliebbling abstimmen. Beim Get-together im Schlösser Quartier Bohème stieg die Spannung, als Moderatorin Alexandra von Lingen das Geheimnis um die Gewinner der „Produktinnovation in Glas 2016“ lüftete. Sieger in der Kategorie „Kleine Unternehmen“ wurde der „smoothie white, limited edition no.6 „black edition“ von true fruits. Nicolas Lecloux, Mitgründer und Geschäftsführer Marketing, und Fee Surges, Pressesprecherin, nahmen das gläserne Möbiusband freudestrahlend entgegen. Die Jury begründete ihre Entscheidung unter anderem damit: „Die Flasche wirkt durch die mattschwarze Beschichtung und den weißen Direktdruck schlicht und edel. Gleichzeitig fällt sie durch diese Gestaltung aus der typischen true fruits Smoothie-Reihe raus, denn

die Beschichtung verdeckt den Inhalt und weckt damit die Neugier der Verbraucher. Ein insgesamt sehr gelungenes Produkt mit hohem Auffälligkeitsfaktor.“ Über die Trophäe der Kategorie „Mittlere und große Unternehmen“ für die Grillsaucen „Made for Meat“ freuten sich Sandra Klaus, Product Manager, und Nina Kracht, Senior Verpackungsentwicklerin, von Kühne. Die Begründung der Jury: „Das Konzept der ‚Made for Meat‘-Grillsaucen geht komplett

auf. Die Flasche erinnert an ein amerikanisches Barbecue und die markante Gestaltung passt perfekt zur definierten Zielgruppe – Männer, die leidenschaftlich gern grillen.“



**PRODUKT  
INNOVATION  
IN GLAS**



Die Gewinner der „Produktinnovation in Glas“ 2016

## Schon gewusst ?

Die Deutschen trinken eindeutig am liebsten Wein aus der Glasflasche. Das zeigt eine aktuelle Umfrage, die das Aktionsforum Glasverpackung gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut GfK SE durchgeführt hat. 98,5 Prozent der Befragten, die Wein trinken, bevorzugen den aus der Glasflasche.



## 3 Fragen an ...

### ... Ulrich Ix,

#### Dipl.-Ing., Glasvermarktung DSD, Köln

Ulrich Ix ist Experte für Glasrecycling bei „Der Grüne Punkt“ – Duales System Deutschland GmbH (DSD), Köln.



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

Die Hygiene. Ich möchte den Inhalt schmecken und nicht die Verpackung. Der Inhalt ist sauber und erfährt keine Wechselwirkung mit der Verpackung. Glas tut meiner Gesundheit gut.

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

Sämtliche Getränke und – soweit verfügbar – auch alle Konserven und andere Lebensmittel. Glas gibt mir die Sicherheit, dass der Inhalt lange frisch bleibt. Es freut mich, dass die Konsumenten immer umweltbewusster werden und an ihre Gesundheit denken. In den Supermarkt-Regalen steht wieder mehr Glas.

#### 3. Warum ist Ihnen Glasrecycling so wichtig?

Es ist einfach, transparent im wahrsten Sinne des Wortes und funktioniert. Der Verbraucher versteht das. Die bislang erreichte hohe Recyclingquote beweist, dass es Sinn macht, sich dafür einzusetzen und weiter zu optimieren.

## Impressum

### Aktionsforum Glasverpackung, das sind:

Ardagh Glass GmbH  
Bayerische Flaschen-Glashüttenwerke  
Wiegand-Glashütten GmbH  
Glashütte Freital GmbH  
Glaswerk Ernstthal GmbH  
Heinz-Glas GmbH  
HNG Global GmbH  
J. Weck GmbH u. Co. KG  
Noelle + von Campe Glashütte GmbH  
O-I Sales & Distribution Germany GmbH  
Saint-Gobain Oberland AG/Verallia

### Herausgeber und verantwortlich

#### für den Inhalt:

Bundesverband Glasindustrie e.V.  
Fachgruppe Behälterglas  
Am Bonnhof 5  
40474 Düsseldorf  
Telefon: 0211 4796-134

### Bildnachweis

Titel (groß): Aktionsforum Glasverpackung  
(Fotograf: Jan Jankovic)  
Titel (klein) und Seiten 2 + 3 + 7:  
Aktionsforum Glasverpackung  
(Fotograf Marc Thürbach)  
Seiten 4 + 5: Selfiecontest der Initiative der  
Glasrecycler  
Seite 5 (Dr. Barbara Hendricks):  
BMUB/Thomas Imo  
Seite 6 (oben): Mineralbrunnen Teinach GmbH  
Seite 6 (unten): Romina Mineralbrunnen GmbH  
Seite 8 (Infografik): Birgit Koob  
Seite 8: Duales System Deutschland GmbH

E-Mail: [info@glasaktuell.de](mailto:info@glasaktuell.de)

[www.glasaktuell.de](http://www.glasaktuell.de)

### Redaktionelle Produktion:

zeron GmbH/Agentur für Public Relations  
Telefon: 0211 8892150-41  
[www.zeron.de](http://www.zeron.de)

