



High-Tech für LUXUS-FLAKONS



Glamour, Lifestyle und Design prägen die Welt edler Parfums. Ebenso individuell wie die Düfte sind die extravaganten Flakons. Viele dieser Schmuckstücke für die großen Luxusmarken entstehen bei Heinz-Glas im fränkischen Kleintettau und werden von hier rund um den Globus versandt. 400 verschiedene Produkte fertigt Heinz-Glas, und bei der Realisierung aufwendiger Designerflaschen arbeiten die Experten oft an der Grenze des technisch Machbaren.

Ob Calvin Klein, Yves Saint Laurent, Coty-Lancaster oder Lancome – in Kleintettau sind die führenden Parfum- und Kosmetik-Marken unter einem Dach vereint. Hier im Frankenwald an der Grenze zu Thüringen fertigt Heinz-Glas edle Flakons für die internationalen Luxusmarken. Die Geschichte des Familienunternehmens reicht zurück bis ins 16. Jahrhundert. Heute ist Heinz-Glas der drittgrößte Produzent der Welt für Parfum-Flakons und Glasbehälter für Kosmetika.



Die Palette von Heinz-Glas umfasst 400 Produkte, und das Fertigungsvolumen beläuft sich zusammen mit dem Werk im nahe gelegenen Piesau (Thüringen) auf 600 Millionen Glasverpackungen jährlich. Beide Werke gehören zur Heinz-Gruppe, einem Weltunternehmen mit 1800 Mitarbeitern. Neben den Standorten in Bayern und Thüringen verfügt das Unternehmen auch über Fertigungsstätten in Polen, China und Peru.

In Kleintettau produzieren 750 Mitarbeiter ausschließlich Flakons für das Premium-Segment, also die edelsten Parfums. Dazu zählen neben begehrten Klassikern zahlreiche Duft-Neuheiten wie Fleur du Male (Jean Paul Gaultier), CK in 2U (Calvin Klein) oder Young Sexy Lovely (Yves Saint Laurent).



Jeder Auftrag ist spannend

„Die Flakon-Herstellung ist ein sehr aufwendiger Prozess, und unsere Kunden stellen höchste Anforderungen an die Qualität“, sagt Hauptgesellschafter Carl-August Heinz. Die Hersteller legen besonderen Wert darauf, dass die Verpackung ebenso einzigartig ist wie der Inhalt und den speziellen Charakter des Parfums betont. Die Designer entwerfen immer raffiniertere Formen, und die Entwicklung eines neuen Flakons im

Premium-Bereich kostet im Schnitt immerhin sieben Millionen Euro. Im Trend sind derzeit insbesondere Material-Kombinationen von Glas und Metall oder Kunststoff sowie besonders schwere Flakons.

Bis ein Produkt in die Serienproduktion geht, wird eine Vielzahl an Mustern gefertigt. Vom ersten Entwurf bis zur Serienreife vergeht ein halbes Jahr. Für die Experten in Kleintettau ist jeder Auftrag ein spannender Prozess. „Die Designer der Konzerne lassen ihren Inspirationen freien Lauf. Um deren Entwürfe dann in Glas umzusetzen, bewegen wir uns häufig an der Grenze des technisch Machbaren“, sagt Geschäftsführer Dr. Ulrich Nebe.

Veredelung für den Look

Eine Spezialität von Heinz-Glas ist die Veredelung der Flakons. Sie werden bedruckt, mit den verschiedensten Farben lackiert, mit einer dünnen Metallschicht überzogen oder gefrostet. So erhalten viele Produkte ihren ganz speziellen Charakter und der Veredelungs-Service wird heute bereits für 80 Prozent der produzierten Flaschen genutzt.

Wegen der hohen Qualitätsanforderungen wird in Kleintettau Glas nur aus Rohstoffen hergestellt, da beim Altglas-Einsatz der hohe Reinheitsgrad nicht gewährleistet ist. Die Herstellung von farbigem Glas erfolgt durch sogenannte Feeder. Dabei werden dem Flüssigglass verschiedene Metalloxide zugesetzt. So können bis auf Rot und Gelb alle Farbtöne produziert werden. Sind spezielle Färbungen gefragt, werden die Flakons lackiert. Dabei kommen

hochwertige, umweltfreundliche Speziallacke zum Einsatz, deren Lichtbrechung denen von Glas gleicht. Ein derart veredelter Flakon unterscheidet sich optisch nicht von durchgefärbtem Glas.



Die Fertigung erfordert auch eine aufwändige Qualitätssicherung. So wird jeder Flakon von den Mitarbeitern einzeln auf Fehler überprüft. Schon bei geringsten Abweichungen wie Blasen oder ungleicher Glasverteilung werden sie aussortiert und wieder eingeschmolzen. Rund jede vierte Flasche hält den strengen Kontrollen nicht stand.

Complete Packaging

Zugleich fertigt Heinz hochwertige Verschlüsse für seine Glasprodukte. Damit sichert sich das Unternehmen Vorteile in einem hart umkämpften Markt. „Durch das Angebot von Flakons, Tiegeln, Veredelung und Verschlüssen können wir unseren Kunden ein One-Stop-Shopping bieten und das wird honoriert“, betont Carl-August Heinz. Deutlich wird das am Umsatz der Heinz-Gruppe, der 2006 um 11 Prozent auf 201 Millionen Euro stieg. Das Unternehmen ist weiter auf Wachstumskurs und plant für 2009 einen Umsatz von 227 Millionen Euro.

Museum im Glaswerk

Übrigens macht Heinz-Glas die faszinierende Welt der Flakon-Fertigung jetzt auch öffentlich. Im Werk Kleintettau entsteht derzeit ein großes Museum, das Anfang 2008 eröffnet wird. Neben einer Präsentation der spannenden Unternehmensgeschichte und Einblicke in die aktuelle Produktion bietet das Museum auch eine umfangreiche Flakon-Ausstellung.



In ihrem Werk werden ausschließlich Flakons für die edelsten Parfums produziert: Dr. Ulrich Nebe (links) und Carl-August Heinz.



Der legendäre Klassiker

Bei Heinz-Glas in Kleintettau wird auch ein ganz besonderer Klassiker produziert: die Odol-Flasche. Seit der Erfindung durch den Dresdner Kaufmann Karl August Lingner im Jahr 1893 wird sie in nahezu unveränderter Form hergestellt. Heinz-Glas produziert jährlich rund 20 Millionen Flaschen in sechs Größen von 5 bis 150 ml für den Export in alle Welt. Gefertigt wird der Klassiker übrigens aus Opalglas. Es entsteht durch den Zusatz von Fluor, das für die typische Glas-Trübung sorgt. HEINZ-GLAS ist einer der vier weltweit einzigen Produzenten, die Opalglas-Behältern auf vollautomatischer Basis herstellen, in Deutschland sogar der einzige.

