



403 YEARS
YOUNG

DESIGNING FUTURE.
SINCE 1622.
HEINZGLAS



PRESSEMAPPE



HEINZGLAS
family-owned since 1622



403 YEARS
YOUNG

DESIGNING FUTURE.
SINCE 1622.
HEINZGLAS

INHALTSVERZEICHNIS

Zahlen. Daten. Fakten.	04
Unsere Werte und Unternehmenskultur	08
Unsere Strategie	11
Historie und Meilensteine	12
Unsere Familientradition	14
Nachhaltigkeit	20
FAQ	24

ZAHLEN. DATEN. FAKTEN.

Das sind wir. Addicted to glass.

403 Jahre sind eine kleine Ewigkeit.

Wir verbinden **H**istorie, **E**xzellenz, **I**nnovation mit **N**achhaltigkeit und **Z**ukunft. Mit diesen Werten sind wir einer der international führenden Hersteller von Parfumflakons und Kosmetikverpackungen geworden. Gegründet in Piesau, mit Hauptsitz in Kleintettau, präsent überall auf der Welt, sind wir ein Familienunternehmen in der 13. Generation – und damit eines der ältesten in Deutschland. Alt? Keineswegs. Und schon gar nicht von gestern. HEINZ-GLAS. 403 Jahre jung.

Mit einer bis 1523 zurückreichenden Glasmacher-Familientradition und der Unternehmensgründung im Jahre 1622 gehört die HEINZ-GLAS Group heute zu den führenden Herstellern von Glas-Flakons und Tiegeln für die Parfüm- und Kosmetikindustrie.

Unternehmerischer Weitblick und gezielte Investitionen trugen zum Erfolg auf dem inter-

nationalen Verpackungsmarkt bei. In mehreren deutschen Werken sowie an weiteren Standorten weltweit werden „Complete-Packaging“-Lösungen entwickelt, produziert, veredelt und global vertrieben – alles aus einer Hand.

Zu den Kernkompetenzen der HEINZ-GLAS Group gehören insbesondere die Inhouse-Entwicklungsabteilung, der eigene Formenbau sowie

Lassen Sie sich verzaubern von dem Moment, in dem Sie einen Glasflakon in den Händen halten und erkennen, dass Glas nicht einfach nur Glas ist. Hier verbirgt sich eine Geschichte, deren Ursprung fernab von Glamour zu Hause ist. Sie besitzt eine ganz eigene Magie und zieht die Menschen in aller Welt in ihren Bann.

absolute Hochtechnologie in der Glasproduktion und Veredelung. Mit seiner Innovationskraft, seiner konsequenten Qualitätsorientierung und nicht zuletzt seiner guten internationalen Investitionspolitik ist das Familienunternehmen als Global Player für die Zukunft lokal wie global gut aufgestellt. Seine hochwertigen und exklusiven Produkte werden von Kunden in aller Welt geschätzt.

Die Flakons von HEINZ-GLAS setzen nicht nur ästhetische, sondern auch technische Maßstäbe. Dazu kommen vielfältige Veredelungsmöglichkeiten wie Mattierung, ein- und mehrfarbige Besprühung, Siebbedruckung, (Teil-)Metallisierung, Heißprägung, Tampondruck, Digitaldruck, Lasern und auch Lasergravur, die jedem Flakon eine individuelle Note geben.

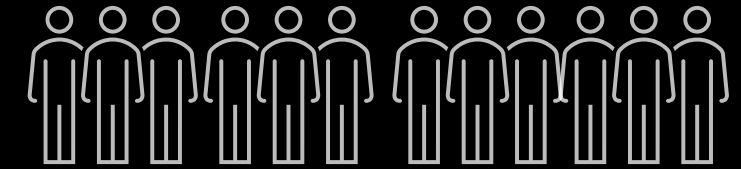
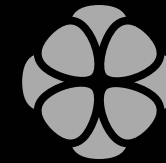


403 YEARS
YOUNG

DESIGNING FUTURE.
SINCE 1622.
HEINZ GLAS



1622
gegründet



knapp **4000** Mitarbeiter
weltweit



in **13.** Generation
familiengeführt

17 Standorte in
12 Ländern

knapp eine halbe
Milliarde Euro
Jahresumsatz in
2024



Stand 01.01.2025

UNSERE WERTE UND UNTERNEHMENSKULTUR

Um den Erfolg der HEINZ-GLAS Group zu sichern, halten wir es für wichtig, dass alle Mitarbeiter ein gemeinsames Verständnis der Unternehmenskultur haben. Aktiv gelebte Werte und eine gemeinsame Kultur erzeugen ein Gefühl von Zusammengehörigkeit und bieten eine solide Grundlage für die tägliche Arbeit über alle Standorte hinweg.

Historie

Wir wissen, woher wir kommen. Und bleiben deshalb auf dem Boden!

Exzellenz

Wir arbeiten hart, um immer besser zu werden, für uns als Team und für unsere Kunden.

Innovation

Wir verwirklichen einzigartige Ideen, um Kundenwünsche zu erfüllen.

Nachhaltigkeit

Wir denken und handeln in Generationen. Und das seit 1622.

Zukunft

Wir bewahren unsere Herkunft und gestalten Zukunft!



403 YEARS
YOUNG

DESIGNING FUTURE.
SINCE 1622.
HEINZ GLAS



403 YEARS
YOUNG

DESIGNING FUTURE.
SINCE 1622.
HEINZGLAS

UNSERE STRATEGIE

Unser Leitbild

Wir sind erstklassiger Entwickler, Produzent und Lieferant von hochwertigen Kosmetik- und Parfumflakons - und das weltweit.

Der Mensch im Mittelpunkt

Wir sind ein Team von Leistungsträgern auf allen Ebenen. Wir fördern den Nachwuchs, investieren in die Region und setzen auf Vertrauen.

Qualitätsführerschaft

Wir sind Erstentwickler und überzeugen mit Exzellenz, Service, Innovation, Respekt vor Herausforderungen und lösungsorientiertes Arbeiten.

Lösungen für Kunden aus einer Hand

Vom Glas über die Veredelung bis hin zu Verschlüssen und Komplettierteilen bieten wir kundenindividuelle Produkte und Standardartikel.

Technologie- und Kostenführerschaft

Unsere Prozesse sind stabil, schnell und wettbewerbsfähig. Wir setzen auf Prozessorientierung, -optimierung und Innovationen.

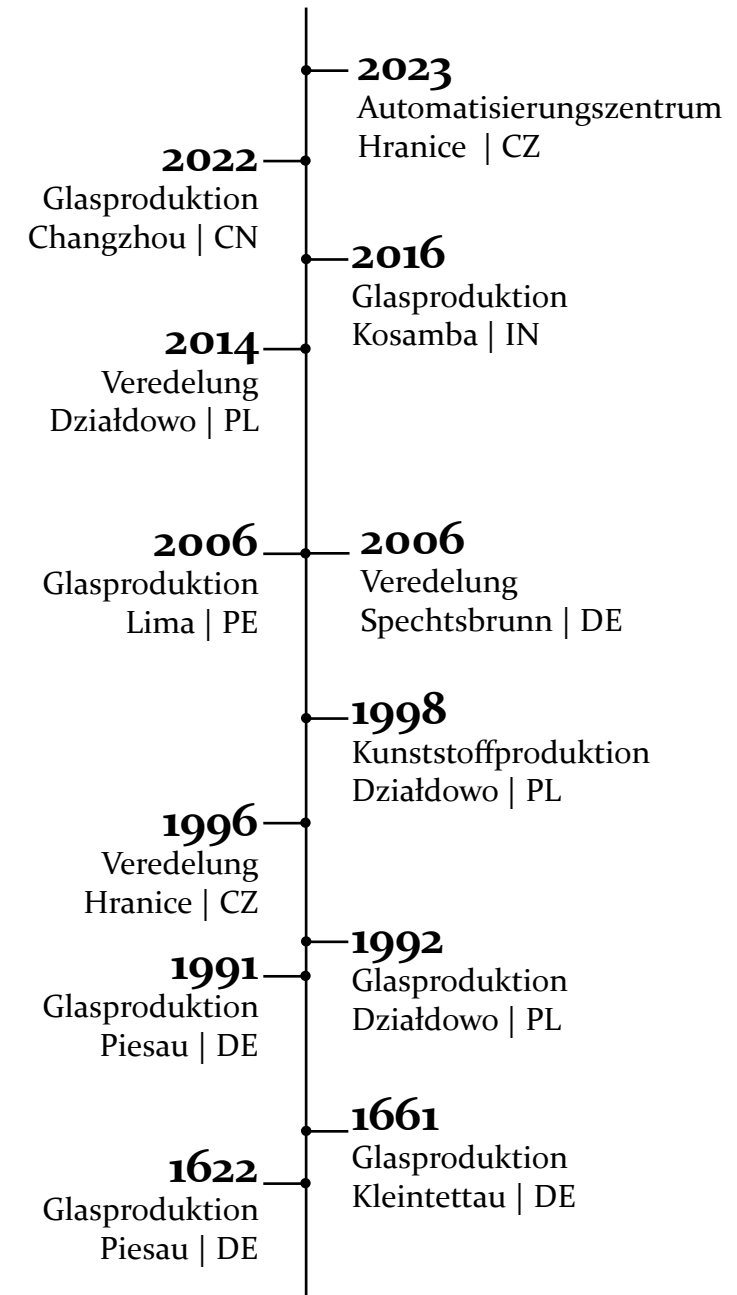
Weiterentwicklung unseres Familienunternehmens

Wir denken und Handeln in Generationen. Dabei steht Ausgewogenheit im Vordergrund, hinsichtlich Finanzen, Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern oder unseren weltweiten Standorten. Mit dieser Einstellung gestalten wir Zukunft - seit 1622.

HISTORIE UND MEILENSTEINE

Über Steine stolpern oder sie aufheben und nutzen - das ist jedem selbst überlassen.

Seit Anfang des 17. Jahrhunderts stellt sich HEINZ-GLAS wiederkehrend neuen Herausforderungen: dem 30-jährigen Krieg, der Brandkatastrophe im Jahr 1904, bei der die damals fast 250 Jahre alte Kleintettauer Dorfglashütte bis auf die Grundmauern niederbrannte, dem ersten Weltkrieg, der Weltwirtschaftskrise, dem zweiten Weltkrieg, die Teilung Deutschlands mit der Grenzziehung direkt durch Kleintettau und einer weltweiten Pandemie in den vergangenen Jahren. Das prägte die Menschen. Zusammenhalt, Kämpfergeist, Ideenreichtum, Ausdauer und der unbeugsame Wille, die Glashütte voranzubringen, führen uns heute noch auf einen guten Weg.



403 YEARS
YOUNG

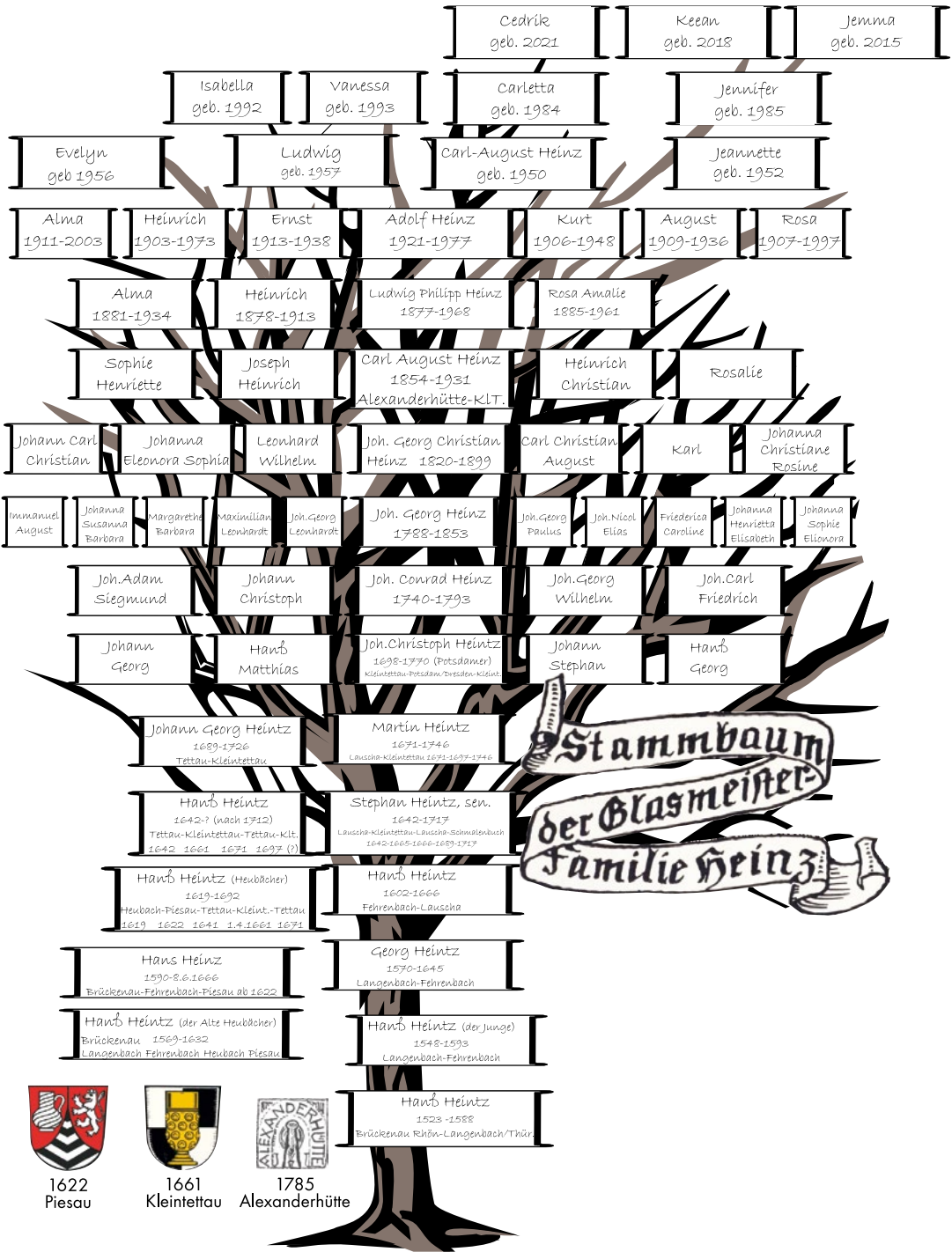
DESIGNING FUTURE.
SINCE 1622.
HEINZ GLAS

UNSERE FAMILIENTRADITION

Wer seine Wurzeln kennt, weiß um die Kraft der Zweige.

Die Glasmachertradition der Familie Heinz reicht fast 500 Jahre bis mindestens in das Jahr 1523 zurück, als die Familie Heinz an einem kleinen Ofen begann, mit dem Werkstoff Glas zu arbeiten. Die Geschichte des Unternehmens HEINZ-GLAS lässt sich über 400 Jahre bis 1622 zurückverfolgen. Heute gehört HEINZ-GLAS zu den Weltmarktführern in der Herstellung und Veredelung von Glasflakons für die Parfüm- und Kosmetikindustrie. Unser Erfolgsrezept? Wir sind am Stammsitz verwurzelt und gut gerdet. Gleichzeitig sind wir weltoffen. Das Wissen, woher wir kommen, zeigt uns den Weg, wohin wir gehen. Und es funktioniert – dank des unermüdlichen Einsatzes von dreizehn Generationen der Glasmeister-Familie Heinz, ihrer

Mitarbeiter und deren Familienangehörigen. Der Erfolg des Familienunternehmens setzt sich stetig fort.



CARLETTA HEINZ

Owner & CEO

Carletta Heinz, geboren am 28.2.1984 und Tochter von Gabriele Birkner-Heinz und Carl-August Heinz, übernimmt in der dreizehnten Generation die Unternehmensführung und setzt die Familientradition fort.

Nach ihrem Abitur am Kaspar-Zeuß-Gymnasium in Kronach schloss sie ihr Studium an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg im Jahr 2012 erfolgreich als Diplom-Kauffrau ab. Im Dezember 2013 begann Carletta ihre Mitarbeit in der HEINZ-GLAS Group. 2014 etablierte sie das Thema Nachhaltigkeit als strategisches Ziel im Unternehmen. Im Juli 2019 trat sie in die Geschäftsführung ein und übernahm ein Jahr später die Position als CEO von ihrem Vater. Sie möchte die HEINZ-GLAS Group als Familienunternehmen in Familienbesitz halten und strategisch auf die Zukunft ausrichten.



„Erfolg ist nur bedingt beeinflussbar. In unserer 403-jährigen Unternehmensgeschichte haben Weltkriege und Wirtschaftskrisen meine Vorfahren immer wieder gefordert. Sie alle hatten kein pauschales Erfolgsgeheimnis, dafür aber drei wichtige Eigenschaften: Erstens den Mut, immer wieder Neues zu wagen und Entscheidungen zu treffen, auch wenn die unpopulär erschienen. Dazu das Gespür, die passenden Menschen zu finden, die mit ihnen durch Ehrgeiz, Fleiß und Ideenreichtum am Erfolg des Unternehmens arbeiteten. Und schließlich ganz schlicht und einfach das nötige Quäntchen Glück.“

Carletta Heinz

UNSERE NACHHALTIGKEIT

Unser Ziel: Das nachhaltigste Unternehmen unserer Branche

403 Jahre an einem Ort, in einer Region, umgeben von Wald, sind eine lange Zeit. In dieser Zeit ist unser Bewusstsein für die Umwelt gewachsen, bis es uns sprichwörtlich in Fleisch und Blut übergegangen ist. Wir können sagen: Nachhaltigkeit liegt in unseren Genen. Denn wir wissen, dass wir nur auf der Grundlage einer intakten Umwelt als Unternehmen erfolgreich sein können.

Von Nachhaltigkeit hat damals niemand ge-

sprochen. Doch das Gespür dafür hat sich entwickelt. Mit den Bäumen, die für die Formen und die Befeuerung der Glasschmelze gefällt wurden. Mit der Zeit, die für die Wiederaufforstung erforderlich war. Mit jeder Generation, die HEINZ-GLAS seit damals in eine immer neue Zukunft geführt hat. Daran hat sich nichts geändert. Heute schauen wir als Familienunternehmen auf 12 Generationen zurück, die uns Ansporn und Verpflichtung zugleich sind:

"Bei allem, was unser Unternehmen unternimmt, müssen wir das große Ganze im Blick behalten: Wir haben nur diesen einen, unseren Planeten. Als Unternehmerin und als Kollektiv schulden wir es den kommenden Generationen, aktiv für seinen Erhalt einzustehen. Es geht nicht nur darum, das Beste für unsere Firma zu tun, sondern auch für unsere Erde."

Carletta Heinz

Ökologisch – denn nur, wer die Umwelt im Blick behält, erhält die Ressourcen, die für jede Produktion erforderlich sind.

Ökonomisch – denn nur, wer nachhaltig wirtschaftet, erhält auch die Grundlage, auf der sich die Zukunft entwickelt.

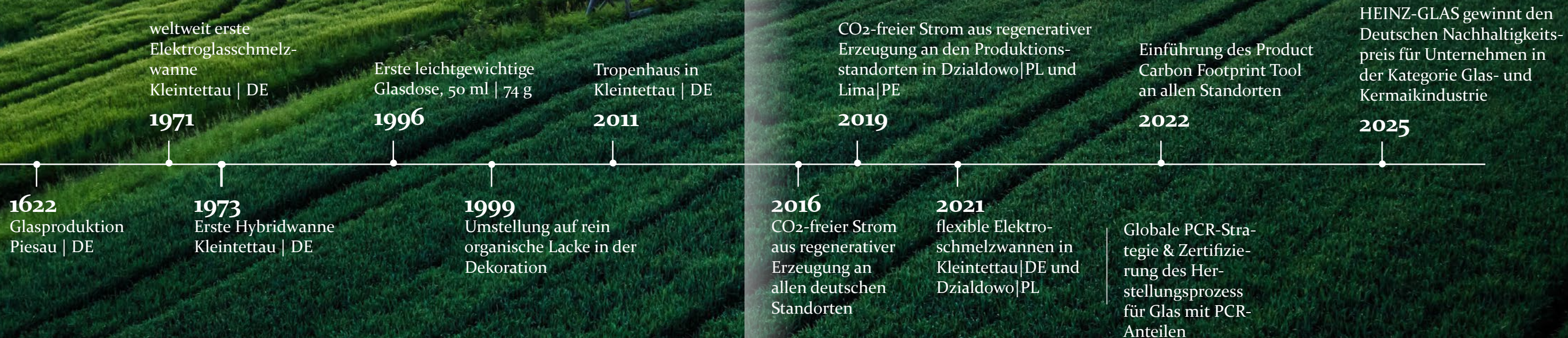
Sozial – denn nur, wer die Herzen der Menschen gewinnt, erhält auch Mitarbeiter, die sich selbst als Teil des Teams verstehen.

Kulturell – denn nur, wer seine Region schützt und fördert, schafft sich eine Basis, um auch international erfolgreich zu sein.



WIR DENKEN UND HANDELN IN GENERATIONEN

Unsere Meilensteine



403 YEARS
YOUNG

DESIGNING FUTURE.
SINCE 1622.
HEINZ GLAS

NACHHALTIGE TRANSFORMATION

Unsere Fußabdrücke werden immer kleiner.

Alle von 2015 bis 2025 umgesetzten Energieeffizienzmaßnahmen und der Bezug von CO₂-freiem Strom tragen maßgeblich zur Emissionsreduktion der HEINZ-GLAS Gruppe bei.

Seit 2015 konnte HEINZ-GLAS den durchschnittlichen spezifischen CO₂-Fußabdruck pro Gramm Glas über alle Glas produzierenden Standorte hinweg halbieren.

FORTLAUFENDE CO₂-OPTIMIERUNG

Wir investieren weiterhin in die Transformation unserer deutschen Produktionsstandorte in Kleintettau, Piesau und Spechtsbrunn.

Im Frühling 2024 begann an unserem ältesten Standort Piesau der Bau einer neuen elektrischen Glasschmelzwanne, welche die bisherige Gaswanne ablöste. Im September 2024 wurde die neue Elektroglasschmelzwanne eingeweiht, im Oktober 2024 lief die Glasproduktion schließlich wieder an. Somit betreiben wir seit 2024 alle Glasschmelzwannen an unseren deutschen Standorten vollelektrisch mit CO₂-freiem Strom. In den Folgejahren sollen an sämtlichen Standorten weitere Produktionsprozesse auf fossilfreie Energieträger umgestellt werden.



403 YEARS
YOUNG

DESIGNING FUTURE.
SINCE 1622.
HEINZ GLAS

FAQ

Wir haben hier einige gängige Fragen gesammelt. Wenn Sie hier keine Antwort auf Ihre Frage finden, wenden Sie sich bitte an moritz.bauer@heinz-glas.com.

Wie und wo begann die Geschichte von HEINZ-GLAS?

Der erste Glasmacher der Familie Heinz wurde bereits 1523 erwähnt. Die Familie kennt sich aufgrund ihrer Familiengeschichte seit fast 500 Jahren mit dem Glasmachen aus. Die Geburtsstunde des Unternehmens HEINZ-GLAS lässt sich auf das Jahr 1622 datieren, als Hans Hein(t)z dem Älteren eine Glashütte und damit gleichzeitig den Ort Piesau (Thüringen) gründete. 1661 entstanden unter Hans Hein(t)z dem Jüngeren eine weitere Glashütte und der Ort Kleintettau (Franken | Bayern). An beiden Standorten wird noch heute produziert.

Was wurde produziert, bevor man sich auf Parfüm-Flakons spezialisierte?

In seiner vierhundertjährigen Geschichte hat HEINZ-GLAS nicht nur Parfümflakons produziert. Eine Produktionstabelle von 1774 zählt beispielsweise auf: „Bouteillen, Flaschen, alle Sorten von Champagner- und Weingläsern, Bierkrüge, Destilliergläser, ungarische und andere Wassergläser, Branntweingläser, Glocken zu Stubenstanduhren und Sanduhren, Röhren zu Barometern und Thermometern, Gläser zu Konfektaufsetsen, Blumentöpfe, allerhand Figuren zu Opern und Comedien.“

Wann und aus welchen Gründen erfolgte die Spezialisierung zu Parfümflakons?

Nach dem vernichtenden Brand der fast 250 Jahre alten Kleintettauer Dorfglashütte im April 1904 errichtete Carl August Heinz, der Urgroßvater von Carletta Heinz, noch vor dem Winter des Jahres 1904 eine neue und moderne Glashütte. Hier hat er sich auf die Herstellung von Verpackungsflaschen aller Art spezialisiert, z. B. Flaschen für Getränke, Medikamente, Putzmittel und zunehmend für Körperpflegemittel und Düfte. Ab Mitte der 90er Jahre konzentrierte man sich immer weiter auf den Kosmetikglas-Bereich und innerhalb dieser Sparte

auf die Produktion von Parfümflakons, was sich nachträglich als richtige Entscheidung herausstellte. Denn durch diese Spezialisierung in der Behälterglasproduktion konnten die Fertigungstechniken gezielt weiterentwickelt und die Qualität ständig gesteigert werden. Auch in Zukunft werden weitere Spezialisierungen nötig sein und sich das Produktportfolio der HEINZ-GLAS Group stetig verändern.



403 YEARS
YOUNG

DESIGNING FUTURE.
SINCE 1622.
HEINZGLAS



FAKTEN AUS DER PRODUKTION

830 Millionen produzierte Glasprodukte jährlich / weltweit

6 Standorte der Glasproduktion, weltweit

Kleintettau und Piesau | Deutschland
Działdowo | Polen
Lima | Peru
Kosamba | Indien
Changzhou | China

über 90 Prozent Exportquote

330 Millionen produzierte Glasprodukte jährlich / Deutschland

7 Standorte der Glasveredelung, weltweit

Kleintettau und Spechtsbrunn | Deutschland
Hranice | Tschechien,
Działdowo | Polen
Lima | Peru
Kosamba | Indien
Changzhou | China



**403 YEARS
YOUNG**

DESIGNING FUTURE.
SINCE 1622.
HEINZGLAS



Wie entsteht Glas?

Glas entsteht im Schmelzofen bei über 1500° C. Zur Herstellung von Flakonglas werden heute – je nach Einsatzzweck und Glasfarbe – zwischen 8 und 15 verschiedene Rohstoffe eingesetzt.

Die wichtigsten Rohstoffe sind hierbei Quarzsand, Soda, Feldspat und Scherben. Die Rohstoffe kommen in trockenem, feinkörnigem Zustand in den Produktionsprozess und werden dort nach festgelegten Rezepturen vermengt und im Schmelzofen zu flüssigem Glas geschmolzen. Die genaue Rezeptur bleibt ein Geheimnis!

Wie läuft die Entwicklung von neuen Flakon-Formen ab? Inwieweit ist HEINZ dabei eingebunden?

Je nach Kundenbedarf unterstützt HEINZ bereits bei der Designfindung, jedoch erreichen uns 95% der Kundenanfragen, bereits mit einem ersten Designentwurf, welcher von HEINZ auf „technische Machbarkeit“ geprüft wird. Sollten Anpassungen am Kundendesign, aufgrund von technischen Gegebenheiten notwendig sein, wird dem Kunden durch die Produktentwicklung ein Vorschlag unterbreitet und dieser besprochen. Hierbei können mehrere Schleifen durchlaufen werden, bis das finale Ergebnis für die erste Glasmusterung bereitsteht. Basierend auf den Ergebnissen der Glasmusterung, können weitere Anpassungen notwendig sein, um ein sicheres, optisch den Kundenwünschen entsprechen-

des und produktionsfähiges Produkt entstehen zu lassen.

Zusätzlich zu einer Glasentwicklung kann der Kunde auch die Dekoration, die Transportverpackung oder auch Verschlüsse bei der Firma HEINZ ordern bzw. kundenindividuell entwickeln lassen. Somit ist man in der Lage nahezu das komplette Produkt anzubieten. Auch hier kann HEINZ von Beginn an den Kunden beraten oder basierend auf Vorgaben Muster und Produkte erstellen. Gerade im Bereich des umfangreichen Fähigkeitsspektrums der Dekoration, ist eine ausgiebige Beratung notwendig, damit auch hier Kundenwunsch, Beständigkeit und Produktionsfähigkeit in Einklang gebracht werden.

HEINZ fokussiert sich bereits seit Jahren auf das Thema Nachhaltigkeit, weshalb auch in diesem Segment der Kunde aktiv beraten und begleitet wird, damit sein Produkt den bestmöglichen CO₂-Fußabdruck hinterlässt.

Wie viele verschiedene Flakons werden jedes Jahr von HEINZ-GLAS neu produziert?

Global werden jährlich ca. 200 neue Glasformen entwickelt, wobei fast die Hälfte dieser, an den deutschen Standorten entwickelt werden.

Neben der Glasform, wird je nach Kundenwunsch ca. 2/3 der Flakons, zusätzlich noch veredelt. Neue Dekorationen auf bereits existierendem Glas, werden als „Flanker“ bezeichnet. Es werden jährlich ca. 350 - 400 sog. „Flanker“ weltweit entwickelt.

Die Veredelungsmöglichkeiten sind schier unendlich, von der farbigen Außen- oder Innenlackierungen, zur Metallisierung, über das Lasern, oder der Bedruckung im Sieb-, Tampon- und/oder Prägedruckverfahren, aber auch das Bekleben mit Etiketten oder anderen Designelementen.

Was kennzeichnet besonders hochwertige Flakons?

Parfüm ist ein Luxusgut – und dafür sind nur die besten Flakons gut genug. Das bedeutet: Eine sehr hohe und reine Glasqualität ohne jegliche Verfärbungen, Einschlüsse, oder Blasen sowie eine perfekte Glasverteilung sind die Voraussetzungen.

Wie groß ist der Anteil von Standard-Flakons?

Ca. 10% des Produktionsvolumens bezieht sich auf das eigene „Standard“ Sortiment. Als „Standard“ werden Flakons, Tiegel und Flaschen bezeichnet, welche eigens durch HEINZ-GLAS designt und entwickelt wurden und somit durch den Kunden bezogen werden können.

Für wen produziert HEINZ-GLAS?

Zu unseren Kunden zählt das Who-is-Who der Parfüm- und Kosmetikbranche. Wir produzieren für fast alle bekannten Marken dieser Welt. z. B. für Yves Saint Laurent, Estée Lauder, L'Oréal Gruppe, Dolce & Gabbana, Helena Rubinstein und Rabanne.



403 YEARS
YOUNG

DESIGNING FUTURE.
SINCE 1622.
HEINZ GLAS

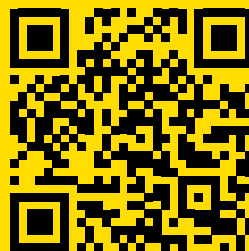


NOTIZEN



HEINZGLAS

family-owned since **1622**



Weitere Informationen finden Sie in unserem Presseportal.