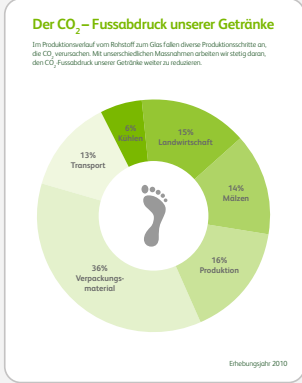
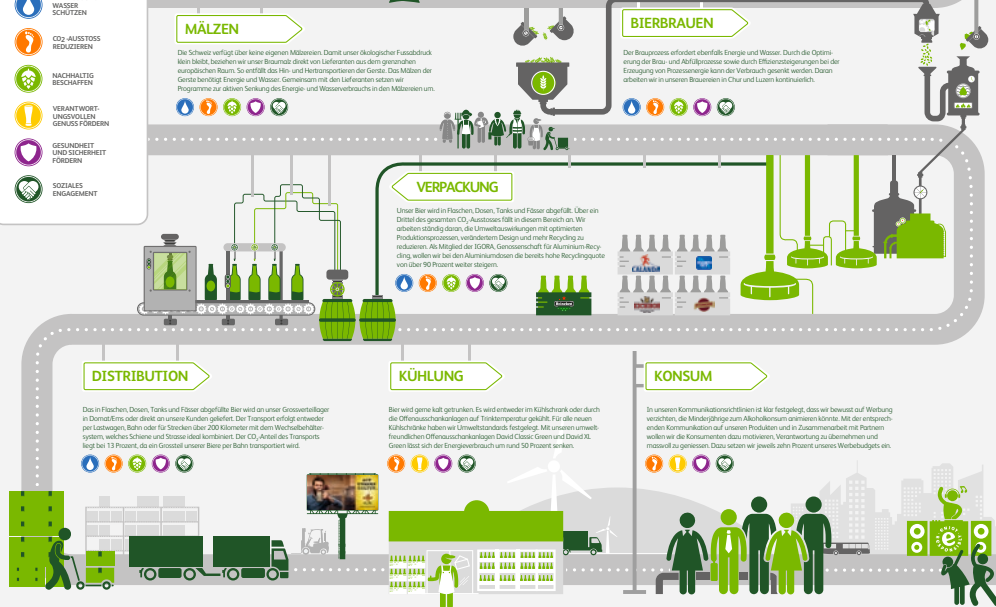


# Vom Halm zum Glas

Unser Nachhaltigkeitsansatz deckt von der Landwirtschaft bis zum Konsumenten die gesamte Wertschöpfungskette ab. Diese beinhaltet unterschiedliche Formen: Von den lebenswichtigen natürlichen Ressourcen, die für die Herstellung unserer Produkte benötigt werden, bis hin zum Finanzkapital aus dem Verkauf unserer Produkte. Wir denken kontinuierlich über die Nachhaltigkeit jedes einzelnen Schrittes in Bezug auf unsere Schwerpunktbereiche nach.

## Legende der sechs Schwerpunktbereiche

- DIE RESSOURCE WASSER SCHÜTZEN
- CO<sub>2</sub>-AUSSTOSS REDUZIEREN
- NACHHALTIG BESCHAFFEN
- VERANTWORTUNGSVOLLEN GENUSS FÖRDERN
- GESUNDHEIT UND SICHERHEIT FÖRDERN
- SOZIALES ENGAGEMENT



#### IMPRESSUM

**Herausgeber**  
HEINEKEN Switzerland AG  
Obergrundstrasse 110  
6002 Luzern

**Konzept und Grafik**  
emilwerk GmbH  
Sempacherstrasse 3  
6003 Luzern

**Druck**  
Drukeni Odermatt AG, Dallenwil

Witere Informationen finden Sie auf [www.heineken.ch/zerfallend](http://www.heineken.ch/zerfallend)

Dies ist die A2-Seite des Flyers. Zusätzlich gibt es eine Startseite, eine Seite mit Zahlen und Fakten zu den sechs Schwerpunktbereichen und eine Seite, die mit drei Geschichten aufzeigt, wie HEINEKEN Switzerland sich sozial engagiert.

# NACHHALTIGKEITS-FALTFLYER IN A2

## FÜR HEINEKEN SWITZERLAND

Anfrage  
Beratung  
Umsetzung

HEINEKEN Switzerland hat 2015 einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Dieser sollte nun in Form eines Flyers, der von A4 bis A2 aufgefaltet werden kann, aktualisiert werden. Ich

beriet die Kommunikationsverantwortlichen von HEINEKEN Switzerland, die diverse Ideen und Vorschläge hatten und erarbeitete ein Konzept, das all dem Rechnung trägt. Wir trugen Zahlen und Fak-

ten zusammen, schrieben daraus Geschichten und Infoboxen und gestalteten das Layout für den Flyer übersichtlich und ansprechend innerhalb der CI-Richtlinien von HEINEKEN.