

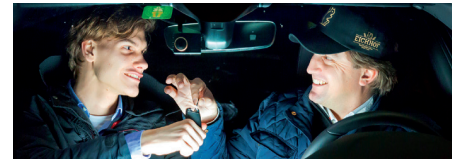
Liebe Bierfreunde

Danke, dass Sie Ihre Zeit unserer Flaschenpost widmen. HEINEKEN Switzerland glaubt, dass Nachhaltigkeit und Geschäft Hand in Hand gehen. Gerne möchten wir Ihnen hier von unserer Initiative «Brewing a Better World» berichten.

Deutlich tieferer Stromverbrauch dank LED

Wir haben zwei Produktionslinien der Calanda-Brauerei in Chur mit LED-Lampen ausgerüstet und konnten so rund 70 Prozent Elektrizität bei der Beleuchtung der Fassabfüllung und der Mehrwegflaschenabfülllinie einsparen.

In den vergangenen fünf Jahren wurde bereits 75 % der Beleuchtung in Chur mit LED ersetzt und es ist unser Ziel, auch die restlichen Räume so schnell wie möglich auf die umweltfreundliche Technologie umzurüsten. «Das neue Licht ist fantastisch. Es ist viel heller und viel angenehmer für uns Mitarbeitenden in der Produktion», sagt Antonio Doria, Teamleiter Abfüllerei.



When you drive, never drink: unser Einsatz für sichere Strassen

HEINEKEN Switzerland setzt sich seit Jahren für den verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol ein und unterstützt die Unfallverhütungsaktion von Nez Rouge. Während den Festtagen 2017 engagierten wir uns in verschiedenen Regionen für mehr Sicherheit auf den Strassen. Automobilisten, welche sich nicht mehr im Stande fühlen, ein Fahrzeug zu steuern, können Nez Rouge anrufen und sich im eigenen Auto nach Hause fahren lassen. Auch unsere Managementmitglieder waren als freiwillige Fahrer im Einsatz. Alleine in der Zentralschweiz sind die Nez Rouge Fahrer zu 1'526 Fahrten ausgerückt – neun Prozent mehr als im Vorjahr – und brachten 3'400 Personen sicher nach Hause.



Jobs für Menschen mit Beeinträchtigungen

Wir setzen uns dafür ein, Menschen mit Beeinträchtigungen in die Arbeitswelt zu integrieren. 2017 arbeiteten drei Personen der Stiftung Brändi Vollzeit in der Leergutsortierung in Luzern und im Verteilzentrum Domat/Ems beschäftigten wir zwischen 6 und 12 Personen der Hosang'schen Stiftung Plankis. Zusätzlich waren drei Personen des Schweizerischen Roten Kreuzes bei uns im Einsatz.









Dies sind nur ein paar Beispiele. Auf der Rückseite finden sich mehr Fakten zu unserer Initiative «Brewing a Better World». Danke für Ihr Interesse und die Unterstützung.

Erik Hamel
Managing Director, HEINEKEN Switzerland

Unser globales Engagement


Nachhaltigkeit ist für HEINEKEN seit vielen Jahren ein zentrales Anliegen. Mit «Brewing a Better World» setzen wir uns für eine ressourcenschonende Produktion ein, von der Gerste auf dem Feld bis zum Bier an der Theke. Dieses Ziel verbindet unsere weltweiten Marken, wir respektieren den Menschen, unseren Planeten und das Wohlergehen aller.

Wir fokussieren uns auf sechs Bereiche, in denen wir die grössten Änderungen bewirken können. Dies prägt unseren Beitrag zur Erreichung der UN-Ziele für eine nachhaltige Entwicklung bis 2030. Wir sind auf dem besten Weg, das Programm «Brewing a Better World» bis 2020 umzusetzen; in gewissen Bereichen gibt es aber noch einiges zu tun.

-  DIE RESSOURCE WASSER SCHÜTZEN
-  CO₂-AUSSTOSS REDUZIEREN
-  NACHHALTIG BESCHAFFEN
-  VERANTWORTUNGSVOLLER GENUSS
-  GESUNDHEIT UND SICHERHEIT FÖRDERN
-  SOZIALES ENGAGEMENT

HEINEKEN Switzerland – Unser Beitrag für die Initiative «Brewing a Better World»

Im Jahr 2017,

 setzten wir unsere Partnerschaft mit Nez Rouge in Luzern fort und expandierten erfolgreich nach Zug und Graubünden.



2% weniger

Wir benötigten 4,7 hl Wasser um 1 Hektoliter Bier zu brauen. Das sind 2% weniger als 2016 und 11% weniger als 2009.



Wir erzeugten

4.7 kg CO₂-Äquivalent

um in unseren Brauereien in Chur und Luzern 1 Hektoliter Bier zu brauen – die gleiche Menge wie im Vorjahr und 17% weniger als 2009



Wir nutzen

100%

zertifizierte erneuerbare Schweizer Wasserkraft für die Produktion unserer ausgezeichneten Biere.



279

Kühlschränke wurden durch 100 % umweltgerechte Geräte ersetzt.



98%

unserer Zulieferer erfüllen unseren Lieferantenkodex, das sind 10 % mehr als im letzten Jahr.



14%

des Heineken® Medienbudgets investierten wir in die Förderung des verantwortungsvollen Konsums.



130 Stunden


Training in verhaltensbasierten Arbeitssicherheit besuchte unser Management-Team. Die Belegschaft erhielt mehr als 400 Stunden Sicherheitstraining.




300,000 CHF

investierten wir in soziale Projekt, die sich für die Bewahrung der Schweizer Kultur und Bräuche einsetzen.

In 2018,

 bieten wir weiterhin Management-Kurse in «Behavioural Based Safety» (BBS) an. Dabei nutzen wir die Kraft der positiven Verstärkung und setzen Flotten-Telematik ein, um sicheres Fahrverhalten zu fördern.

 werden wir uns bemühen, unseren Wasserverbrauch weiter zu reduzieren.