

Nachhaltigkeitsbericht 2015

Verantwortung verbindet heute und morgen



FELDSCHLÖSSCHEN

Part of the Carlsberg Group

VORWORT



« In der Bierbranche ist die Qualität der Rohstoffe entscheidend. Erfolgreiches und langfristiges Wachstum erfordert den respektvollen Umgang mit den natürlichen Ressourcen. Darum setzen wir uns in allen Geschäftsbereichen für nachhaltige Lösungen ein. »

Ganzheitlich im Einsatz für Biervielfalt und Bierqualität

Als führende Brauerei und grösste Getränkehändlerin der Schweiz sind wir dem verantwortungsvollen Genuss verpflichtet. Rund 1300 Feldschlösschen-Mitarbeitende engagieren sich täglich für Biervielfalt und -qualität in der Schweiz. Wir sind überzeugt, dass ein gutes Produkt nicht nur hochwertige Zutaten, sondern einen sorgfältigen Umgang mit sämtlichen Ressourcen erfordert.

Biervielfalt und -qualität bedeuten für uns, in allen Bereichen einen Beitrag zu leisten: Wir schaffen ein positives Arbeitsumfeld und entwickeln effiziente und klimaschonende Lösungen – in sämtlichen Geschäftsbereichen.

Wir verfolgen einen ganzheitlichen Ansatz in der Unternehmenskultur und fördern unsere Mitarbeitenden sowie innovative Ideen und Techniken – zum Wohl der Gesellschaft und der Natur. Mit dieser Haltung streben wir ein nachhaltiges Wachstum an: Unsere Unternehmenspolitik ist langfristig ausgerichtet und beinhaltet eine klare Corporate-Social-Responsibility-Strategie. Beispielsweise wird die gesamte Wertschöpfungskette laufend überprüft und optimiert.

Was positiv für die Umwelt ist, ist auch positiv für die Menschen. Erfahren Sie, wie Feldschlösschen ganzheitlich Verantwortung übernimmt und was wir 2014 erreicht haben.

A handwritten signature in black ink, which reads 'T. Amstutz'. The signature is fluid and cursive.

Thomas Amstutz, CEO Feldschlösschen

DAS UNTERNEHMEN FELDSCHLÖSSCHEN

Verantwortung verpflichtet – damals wie heute

Theophil Roniger und Mathias Wüthrich gründeten Feldschlösschen 1876. Dank mutiger Innovationen entwickelte sich das Unternehmen erfolgreich und ist seit fast 140 Jahren die führende Brauerei und die grösste Getränkehändlerin der Schweiz.

Bereits acht Jahre vor der Gründung handelten Wüthrich und Roniger nachhaltig: Der Felsenkeller in Magden wurde als ökologisches Kühlsystem genutzt und zur Lagerung von Eis gebraucht. 1889 wurde der direkte Gleisanschluss zum Bahnhof Rheinfelden und damit eine effiziente Transportmöglichkeit gebaut.

Der Pioniergeist der Gründerväter prägt die Nachhaltigkeitsstrategie auch heute: Mit einem Sortiment von rund 40 eigenen Schweizer Markenbieren und einem umfassenden Portfolio an internationalen Bieren bietet Feldschlösschen die grösste Biervielfalt im Land und beliefert 25 000 Kunden aus Gastronomie, Detail- und Getränkehandel. Mit innovativer Technik setzt das Unternehmen im Bereich Transport auch heute ein Zeichen für den Klimaschutz.



Genussvolle Begegnungen fördern

Feldschlösschen fördert die Bierkultur und setzt sich für genussvolle Begegnungen ein. Heute arbeiten rund 1300 Mitarbeitende an 22 Standorten in der ganzen Schweiz für das Unternehmen nach den fest verankerten Werten «Pionier, Meister, Partner». Folgende Grundsätze bilden das Fundament der unverwechselbaren Feldschlösschen-Kultur:

- Wir fördern Innovationen.
- Wir geben uns nur mit Spitzenqualität zufrieden.
- Wir sichern durch verantwortungsvolles Handeln die Zukunft.

Als Teil der Carlsberg-Gruppe profitiert Feldschlösschen vom internationalen Netzwerk und von der Dynamik des weltweit tätigen Brauerei-Unternehmens. Um die soziale, ökologische und gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen, hat die Carlsberg-Gruppe in sechs zentralen Bereichen einheitliche Richtlinien definiert. Diese werden in allen Ländern umgesetzt, in denen Carlsberg tätig ist – auch in der Schweiz:

- Umweltschutz
- Moderater Genuss und Jugendschutz
- Lokales Engagement
- Geschäftsethik
- Arbeits- und Menschenrechte
- Sicherheit und Gesundheit

Feldschlösschen legt Wert auf den Austausch mit Partnern und der Gesellschaft: Jährlich entdecken rund 25 000 Gäste Brauereitradition und Bierkultur hautnah im Schloss und besuchen einen der zahlreichen Rundgänge. Im Nachhaltigkeits-Rundgang erleben Interessierte beispielsweise mehr über das Umweltengagement des Unternehmens.

ÜBERBLICK

Umweltmanagement im Zentrum

« In den vergangenen Jahren haben wir umfangreiche Massnahmen realisiert, um unsere Energieeffizienz zu erhöhen und den CO₂-Ausstoss zu reduzieren. Die optimierten Wärmerückgewinnungssysteme tragen dazu bei, dass Feldschlösschen auch im internationalen Bereich zu den Brauereien mit dem niedrigsten CO₂-Ausstoss zählt.»

Thomas Janssen, Leiter Technik und Umwelt

Maximale Qualität – minimale Belastung. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeiten wir täglich daran, den Verbrauch von natürlichen Ressourcen kontinuierlich zu reduzieren. Darum betrachten wir unsere Produkte aus einer Lebenszyklus-Perspektive und setzen Materialien und Technologien ein, die zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen.

Ergebnisse in Zahlen: 2014 vs. Vorjahr

Elektrizitätsverbrauch	- 9,5 %
Wärmeverbrauch	- 11,9 %
Treibstoffverbrauch	- 8,4 %
Wasserverbrauch	- 3,3 %
CO ₂ -Ausstoss	- 9,4 %

Durch Prozessoptimierungsmassnahmen, Verbesserungen in der Verteillogistik sowie Investitionen in energieeffiziente Produktionstechnik wurde die Ökobilanz auch 2014 weiter verbessert.



UMWELT Rohstoffe

In unserer Branche ist die Qualität der Rohstoffe entscheidend. Wir arbeiten daran, die besten Genussmomente zu schaffen, mit Zutaten, die direkt aus der Natur kommen. Damit dies auch in Zukunft möglich ist, setzen wir auf sorgfältige Verarbeitung und auf einen respektvollen Umgang mit den Ressourcen.

- Das für die Produktion bei Feldschlösschen eingesetzte Brauwasser stammt aus der eigenen Tiefenquelle im Magdenertal.
- Das Wasser für die in Sion hergestellten Walliser Biere stammt aus der 1850 Meter tiefen Quelle «La Fille» in Arbaz.
- Heute werden pro Liter hergestelltes Bier 3,5 Liter Wasser verbraucht. Den spezifischen Wasserverbrauch haben wir 2014 im Vergleich zum Vorjahr um 3,3 % gesenkt.
- Im Brauprozess entsteht durch die Gärung die zwei- bis vierfache Menge der beigefügten Hefe. Diese Überschusshefe wird als Tierfutter weiterverwendet.
- Bei der Verarbeitung des Malzes im Brauprozess fielen 2014 36 000 Tonnen Treber als Nebenprodukt an. Dies sind rund 9000 Tonnen Kraftfutter für die landwirtschaftliche Viehzucht.
- 89% der Malzanlieferung erfolgten 2014 per Bahn.



50%

des Schweizer Hopfens werden von Feldschlösschen verarbeitet.



UMWELT Produktion und Abfüllung

Pro Jahr produziert Feldschlösschen 340 000 000 Liter Getränke. Umgerechnet werden das ganze Jahr hindurch rund um die Uhr jede Minute 2000 Flaschen abgefüllt. Dabei reduzieren wir den Energieverbrauch konsequent und verbessern die Energierückgewinnung kontinuierlich. Dank innovativer Technik, Wiederverwertung und Einsparungen sind wir auch 2014 unserem Ziel der optimalen Energienutzung einen Schritt näher gekommen.

- Bei der Produktion von alkoholfreiem Bier entsteht konzentrierter Alkohol. Dieser wird zur Wärmeerzeugung genutzt. Durch diese wiederverwertete Energie konnten 2014 rund 555 000 Liter Heizöl eingespart werden.
- Pro Hektoliter Bier fielen 2014 5 % weniger Abwasser an. Die organische Belastung im Abwasser wurde um 13 % reduziert.



887 000 l

Heizöl wurden 2014 durch die Verwendung von Biogas eingespart. Dieses wird bei der Vergärung des Abwassers gewonnen und als Heizenergie genutzt.



UMWELT Verpackungen

Weniger Material – mehr Wiederverwertung: Um die Umweltbelastung zu minimieren, setzen wir auf leichte und wiederverwertbare Verpackungsmaterialien. Bei der Entwicklung neuer Verpackungen nehmen die Nachhaltigkeitskriterien eine wichtige Rolle ein.

- Rund 85 000 000 Mehrwegflaschen wurden 2014 abgefüllt.
- Das für die Multipack-Umkartons verwendete Material ist zu 98 % rezyklierbar.
- Für die Abfüllung von Getränken in Dosen und PET-Gebinde wurden 1070 Tonnen PET und 1950 Tonnen Aluminium verwendet. Feldschlösschen unterstützt aktiv das Recycling und hat selbst 380 Tonnen PET-Gebinde zurückgenommen.
- Feldschlösschen engagiert sich in den Organisationen rund um das Recycling in der Schweiz und unterstützt Aktivitäten für den geschlossenen Recycling-Prozess. Dazu gehört unter anderem die Rücknahme der Gebinde bei Warenanlieferungen. 2013 lag die Recycling-Quote in der Schweiz bei folgenden Werten (Quelle: BAFU): Glas 96 %, PET 83 %, Alu 91 %.
- Gemeinsam mit der IGSU (Interessensgemeinschaft für eine saubere Umwelt), der IGORA (Interessensgemeinschaft für die Optimierung des Recyclings von Aluminiumverpackungen) und dem SVUG (Schweiz. Verein für umweltgerechte Getränkeverpackungen) setzt sich Feldschlösschen für neue Lösungen bei Getränkeverpackungen sowie gegen Littering ein.



25x

wird eine Mehrwegglasflasche wiederverwendet, bevor sie rezykliert wird.



UMWELT Transport

Wir stärken und vergrössern die Bier- und Getränkevielfalt in der Schweiz mit unserem umfassenden Sortiment: Dazu gehören 8 eigene Biermarken, 2 Mineralwassermarken und über 50 Getränkesorten – davon 40 Biersorten. Wir setzen uns dafür ein, dass unsere Produkte schweizweit klimaschonend bei 25 000 Kunden aus Gastronomie, Detail- und Getränkehandel ankommen.

- Zusammen mit Coop und der E-FORCE ONE AG wurde Feldschlösschen 2014 mit dem «Zürich Klimapreis» ausgezeichnet. Das Unternehmen belegte den zweiten Platz für den Einsatz des ersten 18-Tonnen-Elektro-Lkw der Schweiz bei der Bier- und Getränkeverteilung. Das Fahrzeug wird für die Feinverteilung in der Agglomeration eingesetzt und mit Strom aus Wasserkraft betrieben. Pro Tag beliefert der Elektro-Lkw elf Kunden, legt durchschnittlich 65 Kilometer zurück und ist mit 4,6 Tonnen Bier und Getränken beladen. Ein Meilenstein für die leise und emissionsfreie Verteilung von Waren in der Schweiz.
- Der CO₂-Ausstoss durch den Transport betrug 3 120 Tonnen und konnte um 12 % reduziert werden.
- 26 neue 3,5-Tonnen-Lieferwagen, welche die derzeit beste Abgaskategorie, Euro 6, erfüllen, wurden in Betrieb genommen.
- Das Telematics-System unterstützt eine effizientere Routenplanung und führt damit zu weniger Emissionen.
- 60 % aller Waren für Grosskunden und unsere Depots wurden per Bahn transportiert.
- Das Gurtenfestival wurde 2014 CO₂-neutral beliefert.
- 33 Chauffeure wurden 2014 im energieeffizienten Fahren geschult. Seit der Einführung der Schulung 2008 wurde sie von total 220 Chauffeuren absolviert.

400

Kunden wurden 2014 CO₂-neutral beliefert.



UMWELT Energie und Emissionen

Wir streben danach, unsere Energiebilanz im Gesamtprozess kontinuierlich zu verbessern. Sei es durch Energieeinsparung oder durch möglichst effiziente Nutzung und Verwendung erneuerbarer Energieträger.

- Unser Wärmeverbrauch betrug 38 300 000 kWh und konnte um 11,9 % reduziert werden.
- Der Brennstoffbedarf der Brauerei Feldschlösschen in Rheinfelden wurde 2014 zu 46,5 % durch erneuerbare Energie gedeckt. Die zentrale Wärmeerzeugung erfolgt im Kesselhaus mit Erdgas, Biogas und Restalkohol als Primärenergie.
- Durch die Nutzung von CO₂-neutralem Biogas konnten rund 887 000 Liter Heizöl eingespart werden.
- In der Planung von Investitionen wird der Energieeffizienz eine hohe Bedeutung zugemessen.



11,3%

des Elektrizitätsverbrauchs von Feldschlösschen werden durch die auf Firmengebäuden installierten Solaranlagen in Satigny und Rheinfelden produziert.



UMWELT

Erfolgsstory Wärmeverbund Rheinfelden

Bei den Produktionsprozessen (Kühlung, Abwasser) entsteht in der Brauerei Feldschlösschen in Rheinfelden Niedertemperaturabwärme, die vom Unternehmen intern nicht mehr genutzt werden kann. Auf dem Feldschlösschen-Areal in Rheinfelden wurde eine Wärmepumpenanlage gebaut, welche die Niedertemperaturabwärme in ein Fernwärmenetz einspeist. Bereits heute versorgt die Wärmeverbund Rheinfelden AG, die zu je 50 % der Stadt Rheinfelden und der AEW Energie AG gehört, 400 Haushalte in Rheinfelden ganzjährig und CO₂-neutral mit Heizwasser für Raumwärme und Brauchwarmwasser. In den nächsten zwei Jahren werden über 200 Haushalte hinzukommen.

Rund 93 % der benötigten Wärme werden im normalen Betrieb CO₂-neutral oder CO₂-frei erzeugt und auf einem Temperaturniveau von 70 bis 80°C in das Wärmenetz eingespeist. Die restliche Wärme (Spitzenlast, Notversorgung) wird aus einer Gas-Wärmeerzeugungsanlage in das Wärmenetz eingespeist. Um mit Heizöl oder Gas die vergleichbare Nutzwärme von 12 000 MWh zu erzeugen, benötigt man jährlich 1 200 000 Liter Heizöl oder 1 277 000 m³ Erdgas. Dabei würde Heizöl jährlich 3240 Tonnen und Erdgas 2937 Tonnen CO₂-Emissionen verursachen.

Ein Dieselauto müsste 428-mal pro Jahr um die Erde fahren, um denselben CO₂-Ausstoss zu verursachen.

93%

der CO₂-neutralen Heizenergie aus Abwärme der Feldschlösschen-Bierproduktion werden in Form von Niedertemperaturabwärme in das Netz des Wärmeverbunds Rheinfelden Mitte eingespeist.



SOZIALE VERANTWORTUNG



800

Mitarbeitende haben 2014 einen Weiterbildungskurs absolviert.

Engagement für die Mitarbeitenden

1300 Mitarbeitende und acht Brauereipferde machen jeden Tag einen ausgezeichneten Job. 34 Nationen arbeiten Hand in Hand zusammen. Diese Arbeitskraft liegt uns am Herzen, und wir fördern und fordern unsere Mitarbeitenden.

- Altersdurchschnitt: 43 Jahre
- 24 Lernende in 8 Berufen
- Über 70 verschiedene Berufe
- Durchschnittliche Dienstjahre: 12

Sicherheit und Gesundheit

Die Carlsberg-Gruppe hat eine Grundsatzklärung bezüglich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz unterzeichnet. Zur erfolgreichen Umsetzung der «Zero Accidents»-Vision gehören regelmässige Schulungen der Mitarbeitenden im Umgang mit Gefahren und in richtiger Handhabung der Arbeitsinstrumente sowie laufende technische Verbesserungen. Die regelmässige Überprüfung der Arbeitsabläufe trägt zu einer kontinuierlichen Steigerung der Sicherheit am Arbeitsplatz bei.



Ausgezeichneter Arbeitgeber

Gesunde und engagierte Mitarbeitende sind uns wichtig. Deshalb setzen wir konsequent auf das betriebliche Gesundheitsmanagement und schaffen stabile Rahmenbedingungen für ein gesundes Arbeitsumfeld. Auch 2014 hat Feldschlösschen das «Friendly Work Space»-Label erhalten. Landesweit sind wir eines von 47 Unternehmen, welche die hohen Anforderungen an beispielhafte Arbeitsbedingungen und strenge Qualitätskriterien für das Gesundheitsmanagement am Arbeitsplatz erfüllen.

Aus- und Weiterbildung – eine Investition in die Zukunft

Um die Qualität unserer Produkte zu sichern, bilden wir Lernende in insgesamt acht Berufen aus. Damit ermöglichen wir jungen Menschen eine erstklassige und solide Ausbildung in technischer und kaufmännischer Richtung. Neben Lebensmitteltechnologien mit Fachrichtung Bier gehören auch KV-Lernende, Logistiker, Chemielaboranten, Anlageführer, Elektromonteur sowie Automatiker dazu. Wir bieten den Auszubildenden die Möglichkeit, einen Einblick in die verschiedenen Unternehmensbereiche zu gewinnen und aktiv am Erfolg von Feldschlösschen mitzuarbeiten. Im Rahmen der betrieblichen Praxis sind die Lernenden auch selbstständig für die eigenen Projekte verantwortlich.

Feldschlösschen strebt ein langjähriges Arbeitsverhältnis an, darum unterstützen wir die berufliche und persönliche Weiterbildung der Mitarbeitenden. Das Kursangebot umfasst zahlreiche Seminare zu den Themen Arbeitsbelastung, Gesundheitscheck, Persönlichkeitsentwicklung, Kommunikation und Präsentation, Führung und Management sowie Sprach- und Computerkurse.

SOZIALE VERANTWORTUNG



Erfolgsstory Lernende

Die angehenden «Lebensmitteltechnologe mit Fachrichtung Bier» Timon Bamberger und Yannik Montandon präsentierten kurz vor Weihnachten das Resultat ihrer zweimonatigen Projektarbeit vor den Kollegen. Das dreifach gehopfte «Feldschlösschen Imperial Pale Ale» (ImPA) mit 6,5 Volumenprozent Alkohol ist malzig-süss mit einer fruchtig-frischen Hopfennote. «Für das Feldschlösschen Imperial Pale Ale haben wir drei Indian Pale Ale mit verschiedenen Hopfensorten (Simcoe, Bravo, Amarillo) zu einer wundervollen Cuvée vereint», erklärt Timon Bamberger stolz.

Braumeister Tobias Zollo hat das Projekt begleitet, denn neben dem Brauprozess gehörten auch die komplette Planung, die Rezepturherstellung, der Rohstoffeinkauf, die Abfüllung sowie das Marketing und der Verkauf des Endprodukts zur Aufgabe.

Lernen und Gutes tun: Das «Feldschlösschen Imperial Pale Ale» war im Feldschlösschen Restaurant auf dem Areal der Brauerei erhältlich. Der Erlös aus dem Verkauf ging an die «Stiftung für das Pferd» in Les Breuleux (Jura). Dort verbringen die Brauereipferde von Feldschlösschen seit vielen Jahren ihre Pension gemeinsam mit anderen Pferden, Ponys und Eseln. Den Scheck brachten die beiden Lernenden persönlich bei der Stiftung vorbei.

« Es hat grossen Spass gemacht, diese Aufgabe selbstständig umzusetzen, und wir sind stolz auf das Ergebnis. »

Yannik Montandon, Auszubildender
Lebensmitteltechnologe mit Fachrichtung Bier



SOZIALE VERANTWORTUNG



Engagement für die Gesellschaft

Gemeinsam ans Ziel: Um die Herausforderungen der Zukunft zu meistern, setzt Feldschlösschen auf Austausch und Partnerschaften. Als Unternehmen engagieren wir uns dort, wo wir verwurzelt sind, und pflegen diese Beziehungen mit viel Leidenschaft.

Moderater Konsum

Als Marktführer setzen wir uns für den genuss- und verantwortungsvollen Umgang mit alkoholischen Getränken und für den Jugendschutz ein. Deshalb halten wir uns bei der Werbung und Kommunikation an den Verhaltenskodex des Schweizer Brauereiverbands. Selbstverständlich bieten wir ein breites Sortiment an alkoholfreien Getränken an.

Förderung der Schweizer Bierkultur

Zudem unterstützt Feldschlösschen den Wirtverband Gastrosuisse und den Schweizerischen Brauereiverband bei der Ausbildung der Schweizer Biersommeliers. Auf dem Biersommelier-Rundgang erzählen die 15 hauseigenen Experten mehr über die Welt der Bierdegustation – ein Besuch lohnt sich!

Zusammenarbeit mit sozialen Stiftungen

Soziale Stiftungen fertigen im Auftrag von Feldschlösschen diverse Produkte wie Geschenkboxen aus Holz und konfektionierte Promotions-Kits an. Diese werden von der MBF, einer Organisation für Menschen mit Behinderung im Fricktal, und dem WBZ (Wohn- und Bürozentrum für Körperbehinderte) hergestellt.



Sponsoring

Auch 2014 haben wir landesweit Veranstaltungen und Sportvereine unterstützt.

- Sponsoring im Bereich Musik und Kultur:
Swiss Nightlife Award, Arosa Humor Festival, ProSieben Mountain Jam, Gurtenfestival, Rock'Oz Arènes, Zürich Openair, Paléo Festival Nyon, Touch The Air Festival Wohlen, Eidg. Jodlerfest Davos
- Sponsoring im Bereich Sport:
SC Bern, HC Fribourg-Gottéron, HC Lugano, Genf-Servette, HC Ambri-Piotta, SC Langnau, Ski-Weltcup Adelboden Wengen, Verbier High Five, freestyle.ch, Leichtathletik EM 2014, YB Bern, FC Basel, 80 Schwingfeste in der Schweiz – regional und überregional
- Wir freuen uns, auch 2015 mit dabei zu sein:
Eidg. Schützenfest Visp, Eidg. Hornusserfest (Limpach), Eidg. Volksmusikfest Aarau

Verbrauch

CO₂-Ausstoss aus Brennstoffverbrauch

Ausstoss 2014	5083 t CO ₂
Differenz zum Vorjahr	-10,4 %
Differenz zum Durchschnittswert der letzten 3 Jahre	-10,5 %

CO₂-Ausstoss aus Treibstoff

Ausstoss 2014	5051 t CO ₂
Differenz zum Vorjahr	-8,4 %
Differenz zum Durchschnittswert der letzten 3 Jahre	-3,6 %

CO₂-Ausstoss total

Ausstoss 2014	10134 t CO ₂
Differenz zum Vorjahr	-9,4 %
Differenz zum Durchschnittswert der letzten 3 Jahre	-7,6 %

Energie und Wasser

Deckungsgrad Brennstoff aus erneuerbaren Energien

2014:	40,4 %
2013:	40,6 %
Differenz zum Vorjahr	-0,6 %

Biogasverbrauch

2014:	1120 000 m ³
2013:	1200 000 m ³
Differenz zum Vorjahr	-6,5 %

Verwertungsmenge konzentrierter Alkohol aus Entalkoholisierung

2014:	910 000 l
2013:	1140 000 l
Differenz zum Vorjahr	-20,9 %

Verpackungsmittel

Glasverbrauch für Einwegverpackungen

2014:	26 573 t
2013:	26 100 t
Differenz zum Vorjahr	+1,8 %

Aluminiumverbrauch für Einwegverpackungen

2014:	1972 t
2013:	1966 t
Differenz zum Vorjahr	+1,6 %

PET-Verbrauch für Einwegverpackungen

2014:	1293 t
2013:	1130 t
Differenz zum Vorjahr	+14,4 %

Mehrwegbecher im Einsatz

2014:	1 332 100 St.
2013:	935 000 St.
Differenz zum Vorjahr	+42,5 %

Abfälle

Recycling-Anteil total

2014:	74,2 %
2013:	73,3 %
Differenz zum Vorjahr	+1,2 %

Recycling-Menge Glas

2014:	765 t
2013:	1097 t
Differenz zum Vorjahr	-32,3 %

Recycling-Menge PET

2014:	382 t
2013:	368 t
Differenz zum Vorjahr	+3,8 %



FELDSCHLÖSSCHEN

Part of the Carlsberg Group

Feldschlösschen Getränke AG
Corporate Communications
Theophil-Roniger-Strasse, 4310 Rheinfelden

+41 (0)848 125 000
uko@fgg.ch
feldschloessen.com

Juli 2015
Berichtsperiode 2014



No. 01-15-731520 – www.myclimate.org
© myclimate – The Climate Protection Partnership

gedruckt in der
schweiz