

TUBE DESIGN 11.07.2014

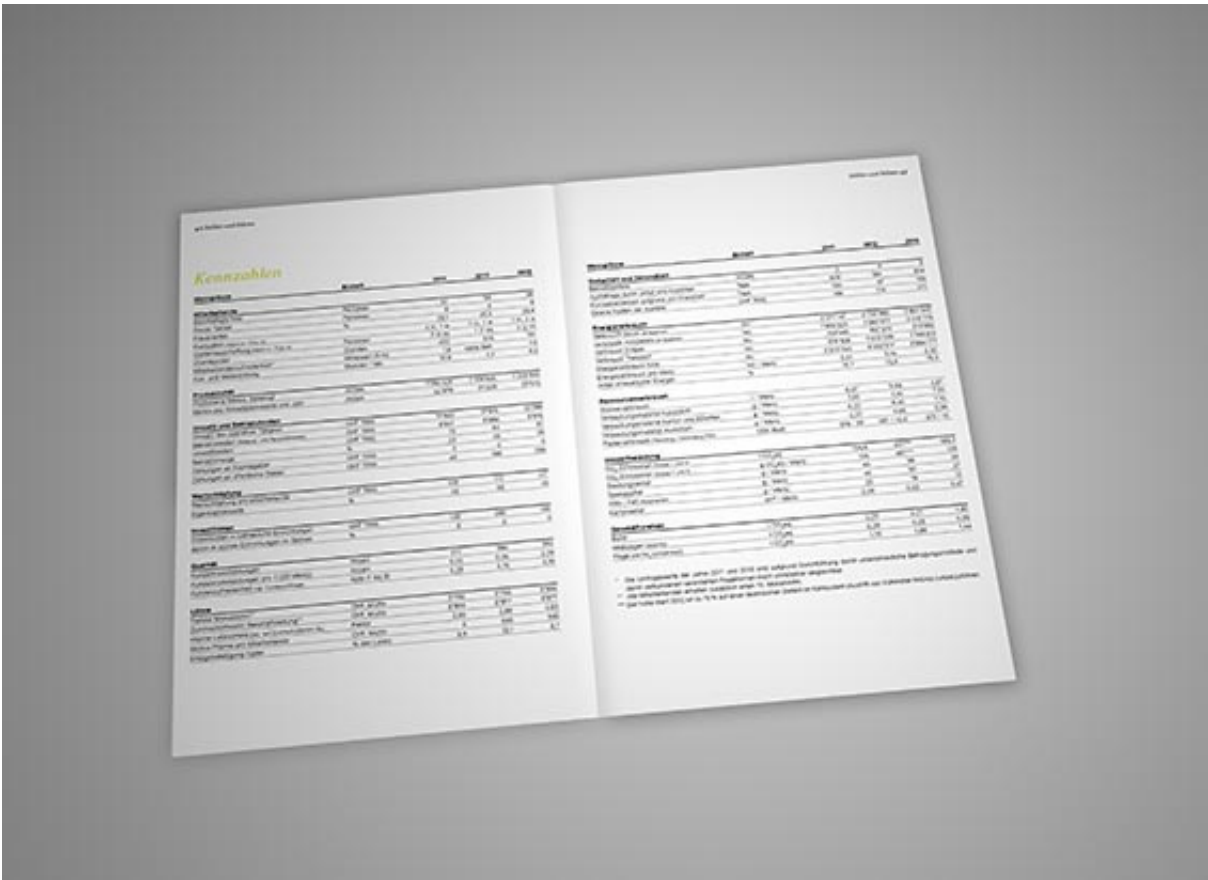
Von Kinderzeichnungen zu Mitarbeiter-Portraits

Zweiter Nachhaltigkeitsbericht von menuandmore gestaltet.

Bereits zum zweiten Mal wurde Tube Design beauftragt den Nachhaltigkeitsbericht von menuandmore von A bis Z zu gestalten und konzeptionell zu begleiten, heisst es in der Medienmitteilung.

Beim letzten Bericht, welcher von öbu – dem Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften – mit dem Newcomer-Spezialpreis für den besten Nachhaltigkeitsbericht eines Schweizer KMU's ausgezeichnet wurde, bildeten bunte Kinderzeichnungen den roten Faden durch den Bericht.

In dieser Ausgabe wurden die Mitarbeitenden von menuandmore ins Zentrum gestellt und im 56 Seiten umfassenden Bericht mit Portrait- und Interviewseiten inszeniert. Der Bericht wurde nach dem neuen Standard G4 der GRI (Global Reporting Initiative) erstellt und umgesetzt.



Verantwortlich bei Menu and More: Thomas Hediger, Judith Schumacher, Markus Daniel; verantwortlich bei Eartheffect (Text und Konzept): Martina Brunenthaler, Martin

Räber; verantwortlich bei Tube Design: Martin Nyffenegger, Adriana Vögeli (Gestaltung und konzeptionelle Begleitung), Mike Kleger (Fotografie). (pd)

KOMMENTIEREN

Kommentar *

Kommentare werden zunächst moderiert und erst dann freigeschaltet. Anonyme, persönlichkeitsverletzende und unsachliche Kommentare werden nicht veröffentlicht.

Ihr Name *

Ihr korrekter Vor- und Nachname

E-Mail *

Ihre gültige E-Mail-Adresse

SPEICHERN

WEITERE NEWS AUS DIESEM BEREICH

Serviceplan Gruppe: Viertelmilliardengrenze geknackt

Schliesst erfolgreichstes Geschäftsjahr der Agenturgeschichte ab.

Ottiger & Partner: Kantonspolizei Schwyz in aller Munde

Rekrutierungskampagne mit Pfefferspray sorgt für Diskussionen.

Claude Catsky: Der Bundesrat will seine "geilen" T-Shirts nicht tragen

Bundeskanzlei verbietet dem Werber die Verwendung des Visuals.

Migros: Sprachliche Verwirrung um neue Kampagne

"Gestern war morgen heute" klingt für viele Ohren falsch.

Webguerillas: Für Ricola den Fingerdance inszeniert

Musikvideo zum Werbesong "Chrüterchraft – Power in my Hands".

Facebook: Smartphone-Werbung füllt dem Sozialen Netzwerk die Kasse

Der Umsatz im zweiten Quartal stieg um 61 Prozent auf 2,9 Milliarden Dollar.

Dissenter: Blobjump in den Zugersee

Game für das Boardstock Festival Zug entwickelt.

Wave: Chauffeure der vbl nehmen ihre Passagiere huckepack

Die neue Kampagne soll die Fahrgastfrequenz steigern.

Coop: Milchproduzenten und Bauernverband kritisieren Prix-Garantie-Kampagne

Milch sei ein wertvolles Gut, das man nicht verschenken sollte.

Havas Worldwide: Hüten Sie sich vor den Franzosen!

Sommerkampagne erhitzt derzeit die Gemüter in der Westschweiz.

AKTUELLE AUSGABE:



Das Schweizer Wirtschafts-
magazin der
Kommunikation

Jetzt Heft bestellen!

[Team](#) [Kontakt](#) [Impressum](#) [Datenschutz](#)

Copyright © 2013 persönlich Verlags AG.