



# Vårt ansvar

BÆREKRAFTSRAPPORT 2021 | HANSA BORG BRYGGERIER

# HANSA BORG BRYGGERIER AS

**Hansa Borg Bryggerier AS** er Norges nest største bryggeri- og drikkevareaktør.

Vi utvikler selskapet og vårt sortiment kontinuerlig og er en viktig aktør i utviklingen av norsk drikkevareindustri.

Hansa Borg Bryggerier består av Borg Bryggeri i Sarpsborg, Christianssands Bryggeri (CB) i Kristiansand, Hansa Bryggeri i Bergen og et produksjons- og tappeanlegg for Olden naturlig mineralvann i Oldedalen i Nordfjord.

Høsten 2013 ble det Grimstadbaserte småbryggeriet Nøgne Ø en del av vår bryggerifamilie og høsten 2021 inngikk Hansa Borg en avtale om oppkjøp av Vinestor – en av Norges ledende vinimportører.

- Olden
- Hansa Bryggeri
- Salgskontor i Oslo og Vinestor
- Borg Bryggerier
- Nøgne Ø
- Christianssands Bryggeri



**BORG**

*Hansa*

**Olden**



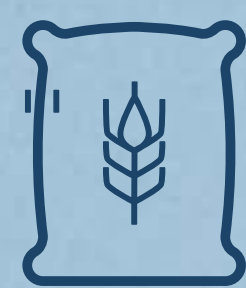
 **vinestor**



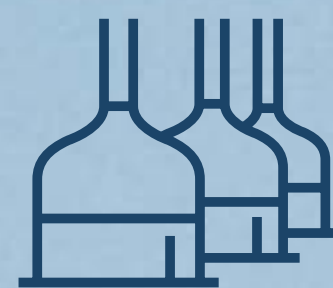
# FRA KORNÅKER TIL FORBRUKER



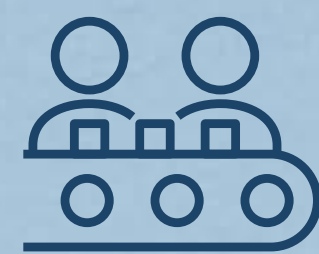
*Fra  
kornåker*



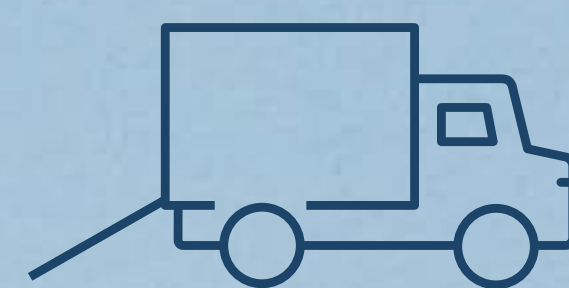
*Malt og  
humle*



*Brygging  
og lagring*



*Tapping*



*Fra bryggeri  
til kunde*



*Butikk og  
servering*



*Til  
forbruker*

**~300**

Antall ansatte

**7 lokasjoner**

To kontorer i Oslo • Bryggeri Sarpsborg  
Bryggeri Kristiansand • Bryggeri Bergen  
Tapperi Olden • Mikrobryggeri Grimstad

**18 %**

Kvinneandel

**21 %**

Kvinner i ledende  
stillinger

**6**

Prioriterte  
bærekraftsmål

# RIGGER OSS FOR FREMtiden

Vi har innsett at vi må gjøre tøffe valg og store investeringer for å bli med på det grønne skiftet. Fremover skal vi modernisere driften vår og bli mer effektiv. Vi skal investere i teknologiske løsninger som tar ned forbruket av vann og energi, og begrenser utslipp. I tillegg skal vi optimere og oppgradere systemer, som vil ha en positiv innvirkning på virksomhetens samlede miljømessige avtrykk.



Gjennom 2021 har vi gjennomført en bred kartlegging av produksjonsanleggene i Bergen (Hansa Bryggeri), Kristiansand (CB) og Sarpsborg (Borg Bryggerier) for å få en klarhet i hvilke investeringer som kreves i fremtiden for å kunne fortsette å videreutvikle drikkevaresegmentene, opprettholde en tidsriktig maskinpark og følge med i kravene til bærekraftig produksjon.

Kartleggingen har vært omstendelig, med bred involvering internt og med ekstern hjelp fra eksperter innen bærekraftig bryggerivirksomhet. Kartleggingsrapporten viser at samtlige anlegg har moderniseringsbehov. Flere områder er 20-30 år gamle, og investeringer og endringer må til for å møte fremtidens krav og oppnå ønsket standard. På grunnlag av rapporten har vi konkludert med at det skal gjøres store investeringer for å oppgradere Hansa Bryggeri i Bergen. Borg Bryggerier i Sarpsborg vil videreføre drift og her er flere investeringer til vurdering. Hva gjelder bryggeriet vårt i Kristiansand, ser vi dessverre ingen annen løsning enn en gradvis avvikling av produksjonen ved anlegget, noe som ble kommunisert til våre ansatte i februar 2022.

CB-ølet produseres i dag i et ærverdig anlegg som ble etablert for over 150 år siden. Kartleggingsprosjektet viste oss at det ikke er tilstrekkelig med en oppgradering for å etterleve det som vil kreves av fremtidens grønne virksomheter. Det vil medføre svært store investeringer og langvarig driftsstans for å få det gamle anlegget til en akseptabel standard. Jeg kan forsikre om at CB-merkevaren skal leve videre i mange år fremover. Produksjonen vil gradvis

flyttes til Bergen og Sarpsborg, men vi vil se etter andre måter å sikre vår tilstedeværelse lokalt. Det er både tøft og vemodig å flytte produksjonen fra CB, men vi har innsett at vi på sikt vil tape både arbeidsplasser og konkurransekraft hvis ikke vi gjør noe.

Vi har satt oss ambisiøse mål for å modernisere måten vi produserer på. Organisasjonen har vært preget av koronapandemien med påfølgende tiltak også i 2021 og vi har alle kjent dette på kroppen. Det er ressurskrevende å ha fokus på bærekraft, samtidig som den daglige driften skal opprettholdes og man er preget av en pandemi med nedstengninger og endringer i vareflyten. Flere av våre nøkkelressurser innen supply chain har også vært involvert i kartleggingsprosjektet, noe som har ført til at vi ikke har hatt kapasitet til å gjennomføre alle planlagte forbedringsprosjekter. Likevel ser vi at bærekraft har fått fotfeste innen de fleste områder av konsernet. Vi har gjennom 2021 igangsatt tiltak for å ta ned matsvinnet vårt og ha bedre målinger på vann- og energiforbruk, slik at vi bedre kan iverksette tiltak. Vi jobber mer effektiv med råvareutnyttelse, for å redusere unødvendig frakt og forbruk og har testet ut løsninger for å flytte deler av inntransporten fra vei til bane. Vi har også jobbet målrettet med å innovere på drikkevarer med lavere kalori- og alkoholinnhold, igangsatt et bransjeinitiativ med panteløsning på ølfat i plast (KeyKeg) og fått på plass et medarbeidersystem som skal gi grunnlag for tilbakemeldinger i organisasjonen. Disse og flere av grepene som er tatt, kan dere lese om i denne rapporten.

I årets rapport har vi også med klimaregnskap for Hansa Bryggeri, Borg Bryggerier, CB og Olden, i tillegg til en side dedikert til Nøgne Ø og en til Vinestor – som vi kjøpte i september 2021, som beskriver bærekraftsarbeidet som gjøres i de respektive selskapene.

Hansa Borg skal være en komplett, langsiktig drikkevareaktør i det norske markedet. I januar 2022 ble det annonsert at Royal Unibrew hadde inngått en avtale med Borg Invest AS om kjøp av ytterligere 75 prosent av aksjene i Hansa Borg Bryggerier AS, noe som gjør dem til eneeier. Oppkjøpet ble godkjent av Konkurransetilsynet i mai 2022. Royal Unibrew har mye positivt å vise til innen bærekraftsfeltet og vi vil fremover dele erfaringer og ta læring av hverandres arbeid, slik at vi blir en enda sterkere drikkevareaktør i årene som kommer. Jeg har troen på at vi med Royal Unibrew som eier er godt rigget for fremtiden.

**Lars Giil**

*Administrerende direktør*

*Hansa Borg Bryggerier*



# VÅRE SEKS PRIORITERTE BÆREKRAFTSMÅL

Alle de 17 bærekraftsmålene definert av FN er viktige for en bedre verden, men det er for Hansa Borg Bryggerier naturlig å fokusere på de områdene hvor vi kan gjøre en forskjell!



Bidra til å få ned alkoholmisbruk og forebygge livsstilssykdommer ved å oppfordre til ansvarlig forbruk. Tilby drikkevarer med lavere eller ingen alkoholprosent, færre kalorier, mindre sukker og uten gluten.



Hansa Borg jobber for å oppnå bedre kjønnsfordeling i bedriften og for å få flere kvinner inn i ledende stillinger på alle nivåer i beslutningsprosessene.



Ved å investere i teknologi, kunnskap og en mer energieffektiv drift skal vi innen 2030 øke andelen fornybar energi i vårt samlede energiforbruk.



I Hansa Borg investerer vi i miljøvennlige løsninger og innovasjon som skal muliggjøre en mer bærekraftig drift. Dette innebærer å redusere ressursbruk, miljødeleggelse og klimagassutslipp når vi produserer og distribuerer en vare.



Vi jobber med å styrke kunnskap og bevisstgjøre organisasjonen og samfunnet for øvrig, for å kunne bidra til å motvirke, tilpasse og redusere konsekvensene av klimaendringer.



Hansa Borg deler kunnskap og erfaringer og vil samarbeide for å finne nye, mer miljøvennlige løsninger og innovasjoner som på sikt skal bidra til å en mer bærekraftig drikkevarerindustri.





# «VÅRE MERKEVARER SKAL GI GODE OPPLEVELSER MED GOD SAMVITTIGHET»

Ingrid Sørhaug, leder for marked, innovasjon og innsikt

Hansa Borg Bryggerier er en ansvarlig drikkevareaktør som mener at vi deler en felles samfunnsinteresse i å unngå misbruk. Våre produkter kan gi både glede, nytelse og smak gjennom et moderat inntak og vi oppfordrer derfor til et ansvarlig forbruk av alkoholholdige drikkevarer.

- Innovasjonsarbeid er høyt på agendaen i Hansa Borg Bryggerier. Vi følger med på trendene i markedet og er spesielt opptatt av hvordan forbrukers behov og holdninger utvikler seg. De siste årene har vi sett en holdningsendring innen områder som helse og miljø – noe vi tar til etterretning når vi utvikler nye drikkevarer og forpakninger, sier leder for marked, innovasjon og innsikt, Ingrid Sørhaug.

I Hansa Borg ønsker vi å levere det forbruker vil ha og vi har satt oss som mål at 10 prosent av vår øl-, cider- og ferdigdrinkportefølje skal være alkoholfri eller lavalkohol (NoLo) innen 2030.

Både Clausthaler Radler Lemon og Clausthaler Radler Grapefruit er nå faste helårsprodukter i butikk. I tillegg kom lavalkohol varianten Hansa Radler Grapefruit inn i fullsortimentet i 2021 for å levere på NoLo-trenden og tilby større valgfrihet innen lavalkoholholdige produkter til forbruker.

- Klasse B er en kategori som lenge har vært underutviklet. Det har vi gjort noe med, ved å lansere radler-produkter i Hansa-porteføljen, som gjør at flere får øynene opp for kategorien og velger seg alkoholreduerte produkter, sier Sørhaug.

Vi har også endret emballasjen på noen av våre 0.0-produkter, fra flaske til boks, for å tilby forbruker et mer praktisk format, som passer i flere anledninger – og vi jobber med alkoholfritt i uteliv for å sikre at alle serveringssteder som selger våre alkoholholdige produkter også skal tilby alkoholfrie alternativer.

# ALKOHOLFRITT ØL I FRUKTIG VEKST

Det totale markedet for alkoholfri drikke/klasse A økte med over fire prosent fra 2020 til 2021\*. Økende helsefokus, et større utvalg i dagligvarehandelen og uteliv og et utvidet smaksbilde har bidratt til at flere velger drikke uten alkohol (No) eller med lav alkoholprosent (Lo).

Tilbake i tid var alkoholfritt øl gjerne noe man drakk dersom man skulle kjøre til og fra fest, og smaksbildet var relativt begrenset. I dag konsumeres alkoholfritt i langt flere anledninger. Særlig til hverdags og sammen med barn er det attraktivt å velge alkoholfrie drikkevarer fremfor alkoholholdige. Alkoholfritt øl er også en god restitusjonsdrikk. Å drikke det etter trening og aktivitet, og for eksempel som belønning på fjelltur, er noe man ser i økende grad enn tidligere.

Men også på fest velger flere å supplere med alkoholfritt, forteller June Vorraa, merkevaresjef for Clausthaler hos Hansa Borg Bryggerier.

- Forbrukerne ønsker et større behov for kontroll i sammenhenger hvor de drikker alkoholholdig drikke. Vekseldriking, hvor man tar en alkoholfri øl eller lettøl «mellom slagene» er noe som nå praktiseres i større grad enn tidligere, sier Vorraa.

## MER FRUKT OG KRYDDER

Det er flere trender innen alkoholfritt øl, og forbrukerne ser stadig etter nye, gode alternativer. Mer smak er ofte populært, som eksempelvis Clausthaler Pale Lager, som er en krydret lys lager.

Fruktige smaker og mindre bitterhet er i vinden. Radler, som er øl blandet med brus, er segmentet med høyest vekst innen alkoholfritt øl de siste tre årene, og det kommer stadig flere smaksvarianter på markedet.

Clausthaler Radler Lemon la banen for kategorien i Norge tilbake i 2017 og var i 2021 den best solgte radleren i norsk dagligvare. I 2021 kom også etterfølgeren Clausthaler Radler Grapefruit fast i butikk, etter salgssuksess som limited edition året før. Hansa Borg lanserte også en radler under Hansa-merket i 2021 som raskt ble en forbrukerfavoritt, med en alkoholprosent på 2,4.

- Vi opplever at friske og nye, voksne smaker appellerer til voksne forbrukere, som ønsker seg noe annet enn brus. Utviklingen innen alkoholfritt gir oss tro på en spennende fremtid for kategorien, avslutter Vorraa.

\*Nielsen FY 2020 vs. FY 2021



3 GOD HELSE OG LIVSKVALITET



Radler-navnet kommer av det tyske ordet for «syklist», og er en slags ølbrus med forfriskende smak som passer perfekt som leskedrikk. Den består tradisjonelt av ingrediensene øl og sitronbrus.

*Radler i rullefart: Clausthaler Radler Lemon og Radler Grapefruit er blitt en favoritt hos nordmenn, forteller June Vorraa, merkevaresjef for Clausthaler hos Hansa Borg Bryggerier.*





### 3 GOD HELSE OG LIVSKVALITET



# FÆRRE KALORIER OG MINDRE SUKKER

Helse og sunnhet trender fortsatt i samfunnet og vi jobber for å ha en portefølje av produkter som kan bidra til at flere velger seg drikkevarer med lite alkohol og få kalorier. Vi har satt oss som mål å redusere sukkerinnhold i våre produkter og øke andelen kalorifattige produkter innenfor porteføljen.

#### NY INTENSJONSAVTALE OM REDUSERT SUKKERINNHOOLD SIGNERT I 2021

Mat- og drikkebransjen i Norge har i flere år samarbeidet med helsemyndighetene om å gjøre dagligvarer sunnere, i form av en intensjonsavtale om tilrettelegging for et sunnere kosthold.

Gjennom 2021 er det blitt arbeidet politisk med å videreføre intensjonsavtalen frem mot 2025 for å ytterligere redusere sukkerinntaket til befolkningen.

Hansa Borg Bryggerier signerte i 2021 en ny intensjonsavtale med Helse- og omsorgsdepartementet som innbefatter at vi skal arbeide med innsatsområde nr. 5 og 6, jf. intensjonsavtalens punkt 4.

- Påvirkning av forbrukeratferd for å bidra til sunnere kosthold gjennom bevisste og ubevisste valg hos forbruker; innsatsområde nr. 5.
- Monitorering av måloppnåelse som angitt i avtalen; innsatsområde nr. 6.

Intensjonsavtalen innebærer videre at vi som deltaker skal arbeide med de innsatsområdene som er relevante for oss. For bedriften er følgende innsatsområde som angitt i intensjonsavtalen punkt 4 relevant:

- Reduksjon av tilsatt sukker i drikkevarer og reduksjon av befolkningens inntak av tilsatt sukker; innsatsområde nr. 2.

#### VÅRE MÅLSETNINGER

Vi har i Hansa Borg Bryggerier satt oss konkrete mål for å bidra til å gjøre det enklere for forbrukeren å ta sunnere valg:

- Vi skal redusere sukkerinnholdet i våre produkter.
- Minst 70 % av Grevens cider-porteføljen vår skal være uten tilsatt sukker.
- Vi skal ta ned sukkerinnholdet i nye Grevens søt-cider-varianter med 30 % sammenlignet med øvrige sukkerholdige varianter innenfor kategorien.
- Sukkerholdig leskedrikk skal reduseres med 20 % sukker på eksisterende sukkerholdige varianter innen 2030.

I tillegg har vi satt oss som mål å øke andelen kalorifattige produkter innenfor vår portefølje. Minst 10 % av ølsalget vårt i dagligvarehandelen skal komme fra LITE-produkter innen 2030 (andel egen ølportefølje kl. D), vi skal bruke kun naturlig aroma der det er mulig og vi har satt oss som mål å være markedsledende innen hard seltzer.

### 3 GOD HELSE OG LIVSKVALITET



# HVORDAN LIGGER VI AN MED MÅLENE?

#### MINDRE SUKKER

- Grevens-porteføljen uten tilsatt sukker er stabil rundt 70 %.
- Nye varianter med sukker inneholder 30 % mindre sukker enn opprinnelige Grevens-varianter.
- Arbeid pågår for å redusere sukkerinnholdet i eksisterende sukkerholdige leskedrikkvarianter.

#### LAVKALORI

- Vår lavkaloriandel øker og vi er ved utgangen av 2021 nummer to i markedet innen hard seltzer-kategorien.
  - Kategorien er fortsatt liten, totalt i underkant av en halv million liter i 2021 – men den vokser fra en liten base.
  - Hansa Borg hadde en andel på 34 % av denne kategorien ved utgangen av 2021, sammenlignet med 9 % i utgangen av 2020.
  - Vi lanserte hard seltzer i september 2020, som er grunnen til lav andel dette året.

#### LITE

- Segmentet LITE vokste med 30 % gjennom 2021. Vi tar andeler ved at vi vokser mer enn markedet, med en vekst på 37 %.
- Et nytt, smaksatt LITE-øl ble lansert i 2021. I tillegg gjorde vi designendringer på et eksisterende LITE-produkt for å kommunisere LITE tydeligere på emballasjen. Grepene har bidratt til en vekst fra 5 % andel LITE-produkter i 2020 til 6,2 % i 2021, som betyr at vi er på god vei mot 10 %-målet vi har satt oss innen 2030.



Biogassen som produseres ved Lindums anlegg brukes til gassdrevne busser i Oslo-området, renovasjonsbiler i Drammen og til Lindums egne transportbiler.

## FRA ØL TIL **BIOGASS**

Under pandemien fikk vi en utfordring med øl i utelivsmarkedet som ble stående for lenge på tank på grunn av perioder med nedstenginger og begrensede åpningstider. For å hjelpe våre utelivskunder med å få alkoholavgifter tilbake, hentet vi inn dette ølet og fant etter hvert en mottaker som kunne bruke det kasserte ølet til noe nyttig, istedenfor å destruere det.

Lindum AS er eid av Drammen kommune, og er store på avfallshåndtering og ressursutnyttelse. De tar imot 1 300 000 tonn avfall i året og har et eget anlegg for biogassproduksjon.

Returøl ble under pandemien tatt inn fra restaurantene og overført til egne buffertanker for returøl på Borg Bryggerier. Deretter ble ølet fraktet til Lindum i eksterne tankbiler for å bli benyttet til biogassproduksjon.

### HVA ER BIOGASS?

Biogass er en helt naturlig gass bestående av metan og karbondioksid som dannes når mat og organisk avfall råtner. Produksjonen foregår i store råtnetanker hvor bakterier bryter ned organisk stoff. Under denne prosessen produseres biogass. Biogassanlegget samler opp gassene fra forråtnelsesprosessen, som brukes som energigass istedenfor å slippes ut i atmosfæren. Biogass er klimanøytral og fornybar fordi det ikke tilføres ny CO<sub>2</sub> som ikke allerede er en del av det naturlige kretsløpet.

- Biogassanlegg er et effektivt klimatiltak som reduserer utslipp, samtidig som det produserer fornybar energi. Vi skulle helst unngått å få øl i retur, men vi er fornøyde med å ha funnet en løsning som begrenser matsvinn og bidrar til noe positivt, sier Geir Morken som er leder for kvalitet og HMS i Hansa Borg Bryggerier.

# KONTINUERLIG **FORBEDRING**

Prosessindustrien krever mye energi, vann og avløp. Hansa Borg Bryggerier satt i 2021 i gang et større prosjekt for å redusere sitt karbonfotavtrykk, der vi ser på forbruk av vann, energi, avfall og avløp.

Vi har gjennom 2021 gjennomført en større kartlegging for å få frem hvordan vi skal drifte videre på en god, effektiv og mer miljømessig bærekraftig måte enn vi gjør i dag, og hva som må gjøres av investeringer for å komme dit.

Konklusjonen fra kartleggingen var at samtlige av våre bryggerianlegg har moderniseringsbehov.

På dette grunnlag ble det i februar 2022 konkludert med at det skal gjøres større investeringer for å oppgradere Hansa Bryggeri i Bergen. Borg Bryggerier i Sarpsborg vil videreføre drift og her er flere investeringer i gang og til vurdering. Når det gjelder CB, avdekket kartleggingen at det ikke er tilstrekkelig med en oppgradering for å få det gamle anlegget til en akseptabel standard. CB-merkevaren skal leve videre, men selve produksjonen vil flyttes for at vi skal kunne nå våre ambisiøse mål om å modernisere måten vi jobber på.

Kunder, forbrukere, ansatte og eiere stiller alle krav om mer miljøriktig produksjon, og vi har som mål å henge med og være blant de ledende på området. Som en del av vår kartlegging har vi derfor også sett på hva andre bryggerier har av vann- og energiforbruk, og hva vi selv må gjøre for å komme opp på ønsket nivå.

Vi ser blant annet på gjenvinning av CO<sub>2</sub>, og mulige tiltak for gjenvinning av varme, kulde og vann. Målet er å sette ting i system for å begrense svinn på energi og varme. Vi har sett på mange forbedringspunkter vi kan jobbe med i mange år fremover – og de fleste skal oppnås innen 2030.

## **RESSURSKREVENDE PERIODE**

Ekstern eksperthjelp ble leid inn til å gjennomføre den omfattende kartleggingen vi var gjennom i 2021, i tillegg til bred involvering internt. Det er positivt med bred involvering, men det har også vært ressurskrevende og belastende for organisasjonen.

Dessverre kom vi derfor ikke i mål med ISO 14001 i 2021. Både koronapandemien, et pågående ERP-prosjekt og det nevnte kartleggingsprosjektet har krevd mye av oss og våre menneskelige ressurser. ISO-sertifiseringen avhenger av tiden til de samme personene. Vi har gjennomført en presertifisering, og vi skal sikre at vi har ressurser på plass for å følge opp det videre arbeidet. Som drikkevareprodusent/-leverandør er det viktig at vi følger opp både kvalitet, HMS, mattrygghet og øvrige sertifiseringer på en god måte. For å gjøre dette må vi jobbe mer strukturert og effektivt.

Arbeidet er i gang, og vi har de siste årene satt opp målere i forhold til energiforbruk og vi skal fortsette kartleggingen av vannforbruk og utslipp. Data samles i Optima, et system fra miljørådgiver Entro, som vi har inngått et langsiktig samarbeid med. Verktøyet henter inn informasjon som tidligere lå i



*Cato Johnsen, Supply chain direktør Hansa Borg Bryggerier*

FOTO: MARIANN HILLESTAD



Excel-ark og bidrar til å systematisere arbeidet vårt, slik at vi har en kollektiv og nøyaktig oversikt over vannforbruk, avfall og energi. Vi har tatt ut de lavhengende fruktene og har bedre kontroll på forbruket vårt, noe som gjør oss i stand til å gjennomføre ytterligere tiltak og jobbe mer strategisk med kontinuerlig forbedring.

Gjennom året har vi også satt større søkelys på å få ned matsvinnet vårt. Det er igangsatt et prosjekt, der vi ser på produksjonsprosessen og produserte drikkevarer for å sikre at vi bruker råvarer mer effektivt og har mindre svinn i produksjonen.

Vi jobber også med å komme oss bort fra vei og over på tog for å ta ned vårt karbonfotavtrykk på både inngående og utgående transport. Vi har investert i teknologi som forbedrer vår råvareutnyttelse, jobber med å redusere unødvendig frakt og med å redusere forbruk generelt på råvarer og emballasje.

#### **SER FREMOVER**

Vi ønsker å ligge på et fornuftig nivå i forhold til investeringer og målene vi skal oppnå – alt fra miljø til økonomi. Vi skal ikke tape terreng i forhold til våre konkurrenter og vi skal være fremtidsrettet.

Hansa Borg Bryggerier fikk nye eiere i mai 2022. Royal Unibrew har fokus på bærekraft og samfunnsansvar og vi ønsker å etterleve kravene Royal Unibrew stiller til oss. Vi er takknemlig for at vi ikke er veldig ulike med hensyn til mål og fokusområder for bærekraft. Royal Unibrew er langt fremme på mange områder innenfor bærekraft, så her vil vi få god drahjelp i vårt videre arbeid.

Vi ser at det finnes potensiale i det å bli et større bryggeri og jobbe tettere sammen. Vi ser frem til samarbeidet med Royal Unibrew, til muligheten for å lære av hverandre og ikke minst til samarbeide for å nå målene!

#### **Cato Johnsen**

*Supply chain direktør*

*Hansa Borg Bryggerier*

## **Åpenhetsloven**

Stortinget vedtok i juni 2021 den nye åpenhetsloven som har som formål å fremme virksomheters respekt for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i forbindelse med produksjonen av varer og tjenester. Loven skal sikre åpenhet om leverandørkjeder og pålegger virksomhetene å utføre og redegjøre for aktsomhetsvurderinger på menneskerettigheter i verdikjeder. Vesentlig i loven er interessenters rett til informasjon om forhold på produksjonssteder knyttet til en særskilt vare eller tjeneste som virksomheten tilbyr.

Tidspunktet for ikrafttredelse av Lov om virksomheters åpenhet og arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold» (heretter åpenhetsloven) er 1. juli 2022.

Gjennom våren 2022 har Hansa Borg Bryggerier sammen med samarbeidspartner startet kartlegging og oppfølging av relevante leverandører i verdikjedene. Arbeidet startet i mars med utredning av leverandørbase. Tiltak vurderes utfra rapporten med ferdigstilling innen åpenhetsloven trer i kraft i juli.



## Samarbeid med TINE

# MER EFFEKTIV TRANSPORT OG ØKT FLEKSIBILITET

Hansa Borg Bryggerier utvidet fra januar 2021 sitt samarbeid med TINE på distribusjon av kollo til utelivsbransjen til også å inkludere Bergen, Oslo og sentrale deler av Østfold/Viken. Avtalen ble utvidet med distribusjon til Nord-Norge i løpet av året, noe som betyr at Hansa Borg Bryggerier sine merkevarer nå er tilgjengelig for utelivsbransjen i hele landet.

Et utvidet samarbeid med TINE styrker fleksibiliteten, samtidig som det gjør selskapet mer bærekraftig, både miljømessig og i et økonomisk perspektiv. Hansa Borg har i tillegg samlet hovedlageret på en lokasjon, noe som bidrar til mindre flytting av varer mellom anleggene.

Gjennom å bygge en ny logistikkstruktur har Hansa Borg styrket sitt konkurransefortrinn, med økt fleksibilitet, noe som har vist seg viktig for selskapet gjennom uforutsigbare tider i bransjen, preget av Covid-19.

Det utvidede samarbeidet med TINE omfatter rundt seks prosent av volumet Hansa Borg selger på ett år. Hoveddelen av Hansa Borg sine varer distribueres allerede av ASKO, Coop, Rema og TINE.



FOTO: BO MATHISEN/TINE

# TENKER NYTT I ALLE LEDD

Å stoppe klimaendringene er et av de sentrale målene Hansa Borg arbeider mot. Dette er en del av det større bildet og et område vi stadig forbedrer oss på. Det er mange problemstillinger som skal løses. Det å se gode resultater viser at vi er på god vei.

- Vi har arbeidet hardt for å drive mer bærekraftig, så det er godt å se gode resultater på så kort tid. 2021 har vi kuttet utslipp på rundt 230 tonn CO<sub>2</sub> per år fra inngående transport, blant annet ved å løfte mye av malttransporten over på jernbane. Når det kommer til tidligere prosjekter, har vi erstattet flere titalls tonn plast med resirkulert materiale de siste årene og vi har langsiktige ambisjoner innenfor emballasjeoptimalisering, forteller Andreas Haugane, prosess- og prosjektleder for innkjøp i Hansa Borg.

De beste resultatene kommer ved å se på utfordringer på en nytenkende måte, i alle ledd. I tillegg til bærekraftsmål nr. 13, å stoppe klimaendringene, er bærekraftsmål nr. 17, samarbeid for å nå målene, sentralt for å oppnå målene.

- De siste årene har bærekraft blitt en like viktig del her på innkjøp som pris og kvalitet alltid har vært. Det er blitt en betydelig del av utvelgingskriterier som vi setter til leverandører. Vi ønsker leverandører som selv innoverer og pusher for å bli mer bærekraftige og som vi ikke må slepe etter oss for å få til forbedringer. I tillegg opplever vi at leverandører som er dyktige på bærekraft ofte er de leverandørene som leverer godt også på mange andre områder.

Hansa Borg jobber hele tiden for å finne nye måter å innovere på. Noe av hovedfokuset er å finne løsninger som vil være tilgjengelig for alle aktører og på den måten få med flest mulig.

- Dermed tror vi at våre løsninger ikke bare skal gjelde våre tall, men de kommer etter hvert til å bli bransjetall. Jeg tror vi kun har skrapet i overflaten over hva som er mulig å få til med målrettet og langsiktig fokus, sier Haugane.



Andreas Haugane, prosess- og prosjektleder for innkjøp i Hansa Borg.

# NÅ KAN **ALLE ØLFAT** I PLAST PANTES!

Den norske drikkevarebransjen er best i verden på innsamling av plastflasker og aluminiumsbokser gjennom pantesystemet. Målet er at alle flasker og bokser med pantemerke blir pantet. Bransjen ivrer etter løsninger som reduserer miljøavtrykket fra emballasjen ytterligere og høsten 2021 ble det innført en ny panteordning som kommer hele bryggeri- og utelivsbransjen til gode.

- Vi har sett et behov for å få innført et mer sirkulært bruk av våre KeyKegs. Vi har derfor inngått en avtale med Infinitum, som skal sikre at alle KeyKegs kan returneres og resirkuleres i en ny panteordning, sier leder for kommunikasjon og bærekraft i Hansa Borg Bryggerier, Stina Kildedal-Johannessen.

Arbeidet med å finne en løsning rundt resirkulering av plastfatene kom i gang tidlig i 2020.

- Sammen med Infinitum og vår KeyKeg-produsent OneCircle har vi sett på alternativer for innsamling av KeyKegs og muligheten for å bruke råmaterialet i nye fat. Samarbeidet har sådd frukter og en panteløsning for ølfat i plast ble igangsatt i september, sier Kildedal-Johannessen.

- Vi har som mål at alle bryggerier, importører og produsenter av KeyKeg skal bli med på denne ordningen. Dette er en del av vårt plastløftemål og ikke minst for å bidra til FNs bærekraftsmål #17 – samarbeid for å nå målene, sier hun og tilføyer at det er gledelig å se at både Nøgne Ø og flere andre ølprodusenter allerede er blitt med på panteordningen.

## **EFFEKTIV INNSAMLING OG GJENVINNING**

- Bakgrunnen for at vi har fått i gang denne ordningen, er å utnytte og videreutvikle den effektive panteordningen til å sikre effektiv innsamling og

dokumentert resirkulering av alle ølfat som blir solgt i Norge, sier administrerende direktør i Infinitum, Kjell Olav Maldum.

Plast er et meget spennende materiale med lavest energi- og miljøbelastning per enhet. Når det samles inn, skader det heller ikke naturen. Siden pantesystemet henter inn fatene direkte, kan de resirkuleres til matkontaktmateriale som ombrukes i nye flasker eller ølfat, igjen og igjen!

- For Infinitum er det spennende å jobbe med drikkevareprodusenter som har sett verdien av å sikre effektiv innsamling og resirkulering, og som utfordrer oss på å videreutvikle panteordningen, sier Maldum.

## **SLIK FUNGERER DEN NYE ORDNINGEN**

Det vil bli satt et pantebeløp på hver enkelt type fat (10, 20 og 30 liter). Panten betales ved kjøp av fatene og faktureres fra produsent sammen med produktene. Utesteder som ønsker å ta del i ordningen og allerede er medlemmer i Infinitum gjennom den ordinære panteordningen for bokser og plastflasker, behøver ikke å melde seg inn på nytt. I motsatt fall må de bli medlem hos Infinitum (kostnadsfritt). Tomme fat samles deretter inn i egne sekker. Når en sekk er full, kan man bestille henting. Sekkene blir da hentet av Infinitum innen fem virkedager etter bestilling (også kostnadsfritt).

For utesteder som fyller mer enn fem sekker i uken, tilbyr Infinitum å sette opp en fast hentetid/-plan for sekkene. Ved henting blir sekkens unike strekkode scannet og avsender mottar en e-post som kvittering for henting. E-posten inneholder navn på hentested, tidspunkt for henting og hvilke strekkoder som er hentet.



FOTO: KATRINE LUNKE APELAND

## **HVA ER KEYKEG?**

**KeyKeg er ølfat i plastemballasje, som brukes både av større og mindre bryggerier til emballering av drikkevarer.**

- I 2021 hadde Infinitum en rekordhøy panteandel på 92,3 prosent og en total innsamlingsgrad på 98,2 prosent.
- 941 millioner bokser og 612 millioner plastflasker ble pantet i 2021.



# NOMINERT TIL **PLASTLØFTEPRIS!**

Hansa Borg Bryggerier har også i 2021 gjennomført Plastløftet, som er Grønt Punkt Norge sitt initiativ for å bidra til mer sirkulær plastøkonomi. Gjennom Plastløftet forplikter vi oss til økt bruk av resirkulert plast, redusert plastforbruk og design for gjenvinning.

I mars 2022 hedret Grønt Punkt Norge de beste emballasjetiltakene fra 2021. Hansa Borg Bryggerier ble nominert til årets Plastløftepris i kategorien «Økt bruk av resirkulert plast». Det var overgangen til pantbare KeyKegs og arbeidet med å øke andelen gjenvunnet plast i disse som bidro til å vekke juryens interesse.

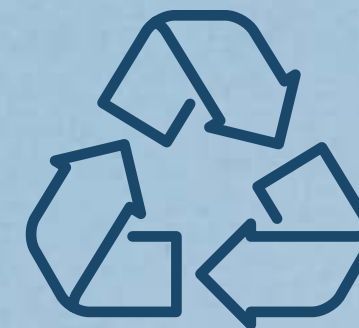
– Overgangen til pantbare KeyKegs og arbeidet med å øke andelen gjenvunnet plast i disse er veldig positivt. Fatene er nå oppe i 45 prosent gjenvunnet plast, som er et godt stykke på veien mot mer sirkulære verdikjeder for ølfat. Fatene er designet slik at alle kan gjenvinnes, og 86 prosent av de brukte ølfatene kan brukes i en ny KeyKeg, uttalte juryleder Johannes Daae i Grønt Punkt Norge under prisutdelingen.

Plastløfteprisene deles ut til de bedriftene som har gjort tiltak som imponerer ekstra.

– Dette er tredje året vi deler ut prisene og det er vanskelig å kåre vinnerne, fordi det er så mange gode tiltak, sier juryleder Johannes Daae i Grønt Punkt Norge og legger til at de er stolte av engasjementet og viljen blant sine medlemmer til å bidra til en mer sirkulær plastøkonomi.

– Vi stakk ikke av med førsteplassen denne gang, men nominasjonen og det å være blant topp tre betyr mye for oss. Det gir inspirasjon å se at langsiktig og systematisk arbeid med emballasje og bærekraft gir resultater, sier Stina Kildedal-Johannesen, leder for kommunikasjon og bærekraft i Hansa Borg Bryggerier.

DETTE ER VÅRE MÅL:



Andel resirkulert plast av alt plastforbruk

**80 %**



Redusere plastforbruk innen 2025 (fra 2018) med

**35 tonn**



Andel av plastemballasje designet for gjenvinning innen 2025

**100 %**



Rekordmange bedrifter hadde rapportert sine tiltak fra 2021, og juryen plukket ut 12 nominerte til Plastløfteprisene, av 73 innsende tiltak.

Fire priser ble delt ut, med tre nominerte kandidater i hver kategori:  
ØKT BRUK AV RESIRKULERT PLAST: Findus, Hansa Borg og Rema 1000;  
REDUKSJON AV UNØDVENDIG PLAST: Orkla HPC, Bergene Holm og Hikoki;  
DESIGN AV EMBALLASJE FOR GJENVINNING: Mills, Fjordland og Orkla;  
HOLDBARHETSPRISEN: GodtLevertGruppen, Coop og Bama.

Vi gratulerer vinnerne!



# SAMMEN I KAMPEN MOT MATSVINN

Hansa Borg Bryggerier undertegnet i 2017 Bransjeavtalen mot matsvinn (Matvett). Målet med avtalen er å halvere matsvinnet i Norge innen 2030, i tråd med FNs bærekraftsmål. Som Matvettbedrift forplikter vi oss til å måle og rapportere på svinntutviklingen og gjennomføre tiltak internt for å halvere svinnet fra ferdigproduserte drikkevarer innen 2030.

## POSITIV UTVIKLING

Hansa Borg Bryggerier hadde en positiv utvikling i matsvinnreduksjonen fra 2017 til 2019, med en tilnærmet halvering fra 1,23 prosent i 2017 til 0,66 prosent i 2019. Covid-pandemien førte i 2020 til at flere utelivskunder i perioder måtte stenge dørene. Drikkevarer gikk ut på dato og vi hjalp gjennom året mange kunder med å ta øl i retur og destruere varer slik at de kunne få sine avgifter tilbakebetalt. Dette førte dessverre med seg en vekst i matsvinnet vårt, til 1,2 prosent av totalt ferdigprodusert volum i 2020. Hansa Borg har gjennomført ulike tiltak for å begrense matsvinn det siste året. Til tross for delvis nedstengt uteliv og returer også i 2021 på grunn av pandemien, har vi gjennom året lyktes med å få ned matsvinnet til 0,71 prosent.

## FOR GODT TIL Å GÅ

Vi har gjennomført ulike tiltak for å begrense matsvinn, som donasjon av alkoholfrie overskuddsvarer (vann, brus og jus) til Matsentralen, Kirkens Bymisjon og andre veldedige organisasjoner, samarbeid med alternative salgskanaler som Holdbart, Havaristen, IlleBillig og Verdimat i tillegg til optimalisering av produksjonsprosesser. Høsten 2021 inngikk vi et samarbeid med Too Good To Go fra butikkutsalget i Bergen. Gjennom november og desember ble 600 brett med bokser og flasker reddet fra destruksjon gjennom matredderappen.

Samarbeidet ble utvidet til også å inkludere våre Cash & Carry-butikker i Oslo og Sarpsborg i januar 2022.

- Gjennom matredderappen Too Good To Go redder vi en god del brus, jus og alkoholfritt øl fra å bli tømte ut. Kundene som bestiller varer gjennom appen er veldig nysgjerrige på oss og våre utsalgssteder. De kommer igjen og igjen, og er superpositive! Den dagen vi startet med Too Good To Go forsvant fire paller på to timer, forteller mottaks koordinatør Elisabeth Bjørndal, som også jobber i butikkutsalget i Bergen.

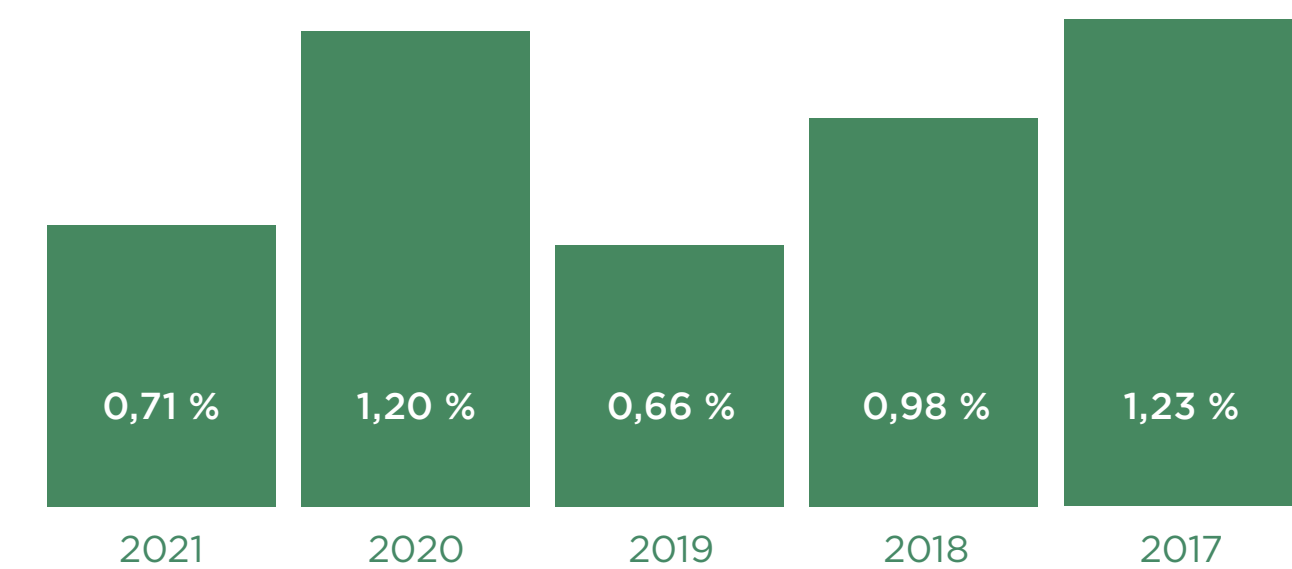
Too Good To Go kan meddele at nyheten om samarbeidet med Hansa Borg ble godt tatt imot på sosiale medier. Blogginlegget som annonserte samarbeidet ble det mest populære innlegget på mange måneder, og Instagram-posten deres nådde ut til over 23.000 individuelle brukere.

- Vi i Too Good To Go er veldig stolte av det gode samarbeidet med Hansa Borg. Siden oppstart i slutten av 2021 har de tre utsalgene til Hansa Borg reddet over 3200 brett med brus. Det betyr at mer enn 75.000 flasker og bokser med brus nå blir drukket av forbrukere istedenfor å måtte helles ut. Hansa Borg har gjennom hele samarbeidet vist at de er oppriktig engasjerte i å redusere svinn, og at de deler vårt syn på at mat og drikke skal spises og drikkes - ikke kastes. Disse felles verdiene har gjort samarbeidet spesielt godt. Vi ser frem til fortsettelsen av samarbeidet i årene fremover, og gleder oss stort til å snart feire vår neste store milepæl med 100.000 flasker reddet, sier Veronika Hoff, Key Account Manager i Too Good To Go.



Elisabeth Bjørndal, mottaks koordinatør i Hansa Borg og Hanna Jacobsen i Too Good To Go.

Totalt matsvinn (destruerte varer) av totalt produsert  
Mål om 50 % reduksjon fra 2017 til 2030





**Våre verdier:**  
Mennesker, Merkevarer,  
Moro og Miljø.

*Kjersti Selvik – HR direktør i Hansa Borg Bryggerier*

## Medarbeiderundersøkelser

Medarbeideropplevelsen har vært og er et viktig fokusområde for oss. Hvordan vi har det på jobb påvirker hvordan vi møter våre kollegaer, kunder og samarbeidspartnere, noe som igjen har stor påvirkning på våre resultater og hvordan og hva vi klarer å levere som et team.

I Hansa Borg Bryggerier tar vi trivsel og engasjement på alvor. For å kunne jobbe systematisk og forbedre hvordan våre medarbeidere har det på jobb trenger vi tilbakemeldinger fra alle våre ansatte. På denne måten finner vi ut hva vi gjør bra og hva vi kan gjøre bedre. I 2022 innførte vi derfor pulsmålinger i hele organisasjonen. Ansatte kan enkelt svare på undersøkelsen via e-post eller i en app, hvor de ærlig og anonymt kan gi tilbakemelding på hvordan de har det. Verktøyet vi bruker måler og bidrar til å forbedre engasjementet, med fokus på å styrke selvledelse.

Pulsmålingene gir både den enkelte ansatte innsikt i hvilke områder som fungerer godt og hvilke områder man selv kan forbedre. Leder ser det samme resultatet både for seg selv og sitt team. HR har oversikt over hele organisasjonen og bistår ledere der det er spesielle utfordringer.

– Vi opplever endringer hele tiden i arbeidslivet i dag. Alt fra endringer i organisering, i måten vi jobber på og i verden omkring oss som påvirker oss. For å få til positive forandringer i vår organisasjon er det avgjørende med tilbakemeldinger fra våre medarbeidere. Når vi får svar fra våre medarbeidere, får vi vite mer om hva vi gjør bra og hva vi kan gjøre bedre, sier HR direktør i Hansa Borg Bryggerier, Kjersti Selvik.



## Policy om fleksibelt arbeidssted

Gjennom to år med pandemi anerkjenner vi at måten vi arbeider på har endret seg for mange av våre ansatte. Muligheten til å jobbe fra andre steder enn på kontoret har vært en positiv erfaring vi ønsker å ta med oss videre. Det gir rom for mangfold og en bedre balanse mellom jobb og privatliv tilpasset ulike livsfaser og livssituasjoner våre medarbeidere er i. Ansatte som har sin arbeidshverdag på kontoret har tilbud om å inngå en avtale om mulighet til å jobbe fra andre steder enn på kontoret. Utgangspunktet vil være arbeid hjemmefra, noe som vil reguleres i egen avtale. Det er samtidig mulig for ansatte å jobbe fra andre steder ved behov. Hovedvekten av arbeidstiden skal være på arbeidsplassen. Bakgrunnen for dette er ønsket om å ivareta det sosiale aspektet med den uformelle praten, integrering av nyansatte med videre. Hvilke dager den ansatte er på kontoret og hvilke dager den ansatte jobber utenfor kontoret avtales i dialog med nærmeste leder.



FOTO: ADOBE STOCK



## BEHANDLINGSFORSIKRING FOR **ALLE ANSATTE**

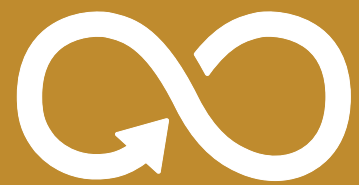
God helse er et av FN sine bærekraftsmål som vi i Hansa Borg Bryggerier har definert som ett av våre seks prioriterte fokusområder.

Våre medarbeideres helse er viktig for oss. Gjennom pandemien har mange hatt en ekstra stor og annerledes arbeidsbelastning. I produksjon har mange jobbet overtid under strenge smittevernstiltak. Andre ansatte satt i perioder på provisoriske hjemmekontor, med få naturlige pauser og en følelse av lite skille mellom jobb og fritid. Vi har også gjennom 2021, grunnet tidvise nedstengninger i utelivsbransjen, hatt perioder med permitterte ansatte (totalt 43 personer), som har følt på en usikkerhet i hverdagen.

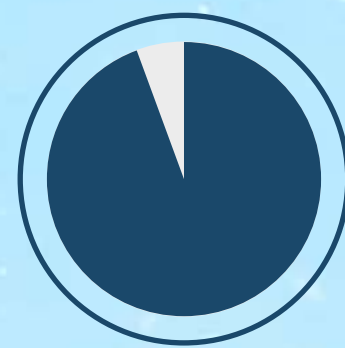
Det er mye vi gjør for å forebygge og legge til rette for en god helse. Her kan nevnes treningsfasiliteter på anleggene, tilrettelegging av arbeidet når mulig/nødvendig, velferdstiltak og støtte til bedriftsidrettslag. Fra 1. mars 2021 innførte vi i tillegg behandlingsforsikring for alle våre ansatte. Dette er positivt mottatt i organisasjonen, og vi ser at den blir brukt og bidrar til å forebygge helseplager.



**12** ANSVARLIG  
FORBRUK OG  
PRODUKSJON



# ALT GÅR I SIRKEL



**95 %**

Returgraden for drikkevare-  
emballasje i glass går fra  
1. juli- 30. juni hvert år og blir  
godkjent for ett år av gangen.  
Returgraden for perioden 1. juli  
2021 til 30. juni 2022 er 95 %.



**1,2 mill.**

Hentepunkter for  
glassemballasje i Norge

Sirkel Glass laget i førjulstiden en flott film med en av våre julebrus på glassflaske som hovedperson, med et viktig budskap om at man må huske å kildesortere.

- Det var svært hyggelig å bli kontaktet av Sirkel Glass og få mulighet til å bidra i arbeidet med informasjonsopplysning rundt bærekraftig emballasje, sier leder for kommunikasjon og bærekraft, Stina Kildedal-Johannessen.

- Gjennom kampanjen «Sammen er vi en god sirkel!» har Sirkel Glass klart å ramme inn budskap rundt resirkulering og materialgjenvinning med filmer fra aktuelle hverdagssituasjoner som appellerer til store deler av befolkningen. Det gleder oss å kunne jobbe sammen med Sirkel og de andre medlemsbedriftene for å bidra til at Norge fortsetter å være i verdenstoppen på kildesortering av glassemballasje, sier hun.

Det er produsentene og importørene med glassemballasje på det norske markedet som utgjør medlemmene i Sirkel Glass og som i 30 år har gjort det mulig å ta vare på verdiene i glasset. Som medlem betaler vi et vederlag per flaske som settes på det norske markedet. Dette vederlaget finansierer returordningen for glassemballasje i Norge. Sirkel har over 2000 medlemmer fra hele landet - fra store, internasjonale brands til lokale bedrifter.

- Hansa Borg er en av våre største og viktigste medlemmer. Gjennom medlemskapet i Sirkel har Hansa Borg vært med på å finansiere returordningen for glassemballasje og bidrar til å sørge for at glassemballasjen resirkuleres gang på gang i en evig sirkel. Vi takker for samarbeidet i kampanjen «Sammen er vi en god sirkel», der vi fikk vise frem Hansa Borgs julebrus fra julefesten til den kommer tilbake som ny emballasje, sier Gunhild Solberg, markeds- og kommunikasjonssjef i Sirkel Glass.

## I VERDENSTOPPEN

95 % av alle glassflasker kommer i retur til Sirkel, og Norge er helt i verdenstoppen på kildesortering av glassemballasje. Innbyggerne gjør en fantastisk innsats og vi oppfordrer alle til å fortsette det gode arbeidet!

Det er kommunene og de interkommunale renovasjonsselskapene som har ansvaret for å samle inn glassemballasje i Norge. I de senere årene har stadig flere innført mer innbyggervennlige innsamlingsløsninger som gjør at det er mulig å levere glass- og metallemballasje på samme sted som man leverer restavfall og annet avfall. Dette gjør det mye enklere for folk og gir betydelig høyere innsamling.

# OLDEN

Olden er bevisst sitt miljøansvar og sørger for at naturen beskyttes. Olden bruker kun ren og fornybar energi fra vannkraft til produksjon og oppvarming av lokaler. Olden har utført et klimaregnskap og er en klimanøytral bedrift. Ved hjelp av innkjøpte klimakvoter støtter Olden ulike FN-styrte miljøprosjekt flere steder i verden.

Vi blåser våre Olden-flasker selv og reduserer dermed transportbehovet av tomflasker til tapperiet. Alt avfall fra anlegget blir sortert og gjenvunnet eller kompostert av bedriften selv og leverandøren av avfallstjenester.

## FULLKOMMENT URØRT

Olden tappes direkte fra Blåfjellsilden i Jostedalbreen. Vannet er fullkomment urørt, med et balansert mineralinnhold og lavt saltinnhold. En saltanalyse av ti ulike flaskevann med kullsyre, utført av Norsk institutt for vannforskning (Niva), viser at Olden inneholder minst salt. Det er en sammenheng mellom inntak av salt (natrium), økt blodtrykk og økt risiko for hjerte- og karsykdommer, så dersom man skal kjøpe seg flaskevann anbefales det å velge produkter så å si uten salt. Olden med og uten kullsyre er produkter med 0 kalorier. Olden Frisk Eple inneholder naturlig søtning fra fruktose og naturlig aroma.

## LANGE TRADISJONER FOR Å GI TILBAKE TIL SAMFUNNET

Hansa Borg Bryggerier har gjennom sine regionale bryggerier; Hansa Bryggeri, Borg Bryggerier og Christianssands Bryggeri (CB), og produksjons- og tappeanlegget for Olden naturlig mineralvann i Oldedalen, mer enn hundre år lange tradisjoner for å gi tilbake til samfunnet, gjennom bidrag til blant annet aktiviteter og arrangementer innen kultur, idrett og foreningsliv.

Med Olden har Hansa Borg støttet flere veldedige formål, lokale idrettsklubber og arrangementer gjennom 2021. Her kan nevnes Skåla Opp, SK Brann, Sarpsborg 08, IK Start, Sparta Sarpsborg Ishockey, Stjernen Hockey, Fredrikstad Fotballklubb, Matsentralen, Blå Kors, Hjelp oss å hjelpe, Kirkens Bymisjon, TV-aksjonen NRK, BI stipendiat, SRF m.fl.

Vi får inn mange søknader om sponsorstøtte. De som ønsker å søke om drikkevarespons (i form av Olden, Clausthaler eller julebrus – avhengig av sesong), kan nå gjøre dette via våre nettsider.

Støtte til bærekraftige prosjekter og veldedige organisasjoner i våre nærmiljø (Bergen, Kristiansand, Olden og Sarpsborg) prioriteres.



## REKLAMEFORBUD

Reklame for alkoholholdig drikk er forbudt i Norge. Forbudet gjelder også reklame for andre varer med samme merke eller kjennetegn som alkoholholdig drikk. Derfor er det kun Olden-merkevaren (og Clausthaler) vi kan vise frem under arrangementer eller annet der vi er sponsor.

Reklameforbudets formål er å hindre påvirkning som fører til økt etterspørsel av alkoholholdig drikke, i tillegg til å opprettholde forståelse for at alkoholholdige drikkevarer skiller seg fra andre handelsvarer og at det er behov for særskilt regulering som begrenser alkoholforbruket. Vi respekterer lovverket og står for et ansvarlig bruk av alkohol og for at forbruket av produktene våre skal være et positivt element i folks liv. Dette betyr at vi tar til orde for et moderat alkoholforbruk, at vi aldri sponser med alkohol og ikke sponser privatpersoner.

# Nøgne Ø

## SETTER NORGE PÅ KARTET

Nøgne Ø er Norges største leverandør av håndverksøl, der kunnskap, kvalitet og et konstant søk etter nye smaker og opplevelser gjør dem til et ledende håndverksbryggeri, også i internasjonal målestokk.

Nøgne Ø sin evige jakt på nye smaker og ingredienser resulterer stadig i nye, sesongbaserte og eksperimentelle brygg. Norske råvarer står i fokus og de siste årene har bryggerne i Grimstad også økt satsningen på alkoholfritt øl. Håndverksbryggeriet har i dag tre alkoholfrie øl i fast sortiment, i tillegg til juleklassikeren Julefri.

– Det er gledelig at disse er blitt tatt så godt imot i markedet, noe om bekrefter at forbrukerne ønsker seg spennende og smaksrikt øl også uten alkohol. Alkoholfriandelen av vår totale produksjon er nå på 14 prosent. Vi har planer om å komme med flere alkoholfrie varianter fremover for å gi våre kunder flere alkoholfrie alternativer, sier daglig leder i Nøgne Ø, Sverre Øverland.

### LOKALE RÅVARER OG TRADISJONER

Nøgne Ø har alltid brukt norske råvarer når mulig, med hovedvekt på det lokale. – Vi kjøper så mye lokale råvarer vi kan, alt fra lokal hvete til pressede grønnsaksarter og bær. I vår største kommersielle lansering i år benyttes gardsgjæren kveik, norsk korn og norsk bryggtradisjon, forteller Øverland. Han legger til at teamet i Grimstad også ser det som sitt ansvar å bringe videre tradisjoner og norsk bryggekultur. – Vi jobber med opplæring og tar imot gjester og turister fra inn- og utland for å fortelle om norske

bryggetradisjoner. I fjor hadde vi flere politikerbesøk under Arendalsuka, der vi fikk positive tilbakemeldinger både på satsingen på det norske og lokale, vår suksess utenfor Norge og arbeidet som legges ned for å opprettholde tradisjoner samtidig som vi utvikler oss for fremtiden.

Nøgne Ø ble etablert i 2002 som Norges første håndverksbryggeri, og har oppnådd suksess både hjemme og utenlands. I 2015 investerte bryggeriet i oppføring av nytt bryggeri for å forbli en viktig hjørnesteinsbedrift i Grimstad og sikre videre vekst. Tiltak som gjør produksjonen mer klimavennlig vurderes stadig, og det er de siste årene investert i nitrogenutvinningsanlegg som erstatter CO<sub>2</sub> med nitrogen for å flytte øl, samt trykkmonitorering av gjæringstanker som benytter den naturlige CO<sub>2</sub>en fra gjæringsprosessen til å karbonisere øl. Nøgne Ø var også involvert i arbeidet med pantbare KeyKeg og var med på panteløsningen fra første stund.



### Miljøfyrtårn

Miljøfyrtårn er en nasjonal miljøsertifiseringsordning driftet av Stiftelsen Miljøfyrtårn. Stiftelsen ble opprettet i 2003 av sentrale organisasjoner i næringsliv og offentlig forvaltning.



# VINESTOR

Hansa Borg inngikk i september 2021 en avtale om oppkjøp av 100 % av aksjene i vinimportgruppen Vinestor for å styrke sin posisjon innen drikkevarer i det norske markedet.

Vinestor er en anerkjent importørgruppe med en sterk portefølje av vinprodukter fra kvalitetsprodusenter over hele verden. Selskapet har en etablert organisasjon med solid fagkompetanse innen vin, samt gode relasjoner til Vinmonopolet og HoReCa-bransjen. Sammen med Hansa Borg sin sterke posisjon i uteliv og konsernets ressurser vil oppkjøpet bidra til å styrke begge selskapers strategiske posisjon i markedet. Hansa Borg valgte å kjøpe Vinestor for å styrke selskapets posisjon innen vin og dermed bli en større aktør innen flere drikkevarekategorier. Gjennom oppkjøpet sitter Hansa Borg på en portefølje av sterke internasjonale vinmerker.

Vinestor har gjennom 2021 blitt opprettholdt som en selvstendig bedrift og merkevare, som et heleid datterselskap av Hansa Borg Holding, tilsvarende eierskapet i Olden og Nøgne Ø.

### VINESTOR OG SAMFUNNSANSVAR

Vinmonopolet setter høye krav i sine innkjøpsbetingelser som er regulert i alle grossistavtaler, både når det gjelder etiske regler og «BSCI Code of Conduct» (Business Social Compliance Initiative). Leverandører til Vinmonopolet forplikter seg til å etterleve denne Code of Conduct.

Vinestor har etablert en egen samfunnsansvarsstrategi. Som en del av denne er det vedtatt etiske retningslinjer som alle i bedriften plikter å følge.

- Vi ønsker å ta en aktiv del i å redusere effekten på miljøet i hele verdikjeden vi er en del av. Vi er sertifisert som Miljøfyrtårn og jobber målrettet for å tilpasse oss krav fra selskapets eier og kunder og det er ingen motsetning mellom mål om økonomisk fortjeneste og samfunnsansvar, sier administrerende direktør i Vinestor, Audun Stensvold.



# KVALITET OG MATSIKKERHET

Hansa Borg Bryggerier jobber kontinuerlig med å sikre høy standard på kvalitet, matsikkerhet og produksjon.

## VÅR KVALITETSPOLICY

- Vi skal alltid levere produkter av høyest mulig kvalitet og kontinuerlig fokusere på kvalitetsforbedringer for å møte de forventningene våre konsumenter setter til et produkt fra Hansa Borg Bryggerier. Vi skal følge relevante lover og forskrifter for matsikkerhet, og produsere trygge og sikre produkter til våre konsumenter.

Utvikling og produksjon av våre produkter er sertifisert i henhold til ISO 9001 (kvalitetsledelse) og FSSC 22000 (matsikkerhet). Hansa Borg Bryggerier har vært ISO 9001-sertifisert siden 2004, og matsikkerhetsgodkjent i henhold til FSSC 22000 siden 2014 på alle våre produksjonsanlegg; Hansa Bryggeri, Borg Bryggerier, Christianssands Bryggeri og Olden Brevatn.

En sertifisering etter en internasjonal godkjent matsikkerhetsstandard betyr at vi sikrer alle ledd i utviklingen og produksjonen av våre produkter, fra råvareleverandører til forbrukerens glass. Vi blir revidert jevnlig av Lloyd's Register Quality Assurance som kontrollerer at vi følger de strenge kvalitetskravene i de standardene vi er sertifisert for. Det gjelder kontroll både av produkter, prosesser og personell.

Kvalitet og mattrygghet er en av grunnpilarene i vår bedrift.

## HANSA BORG ER SERTIFISERT I HENHOLD TIL FØLGENDE ISO-STANDARDE (EN GARANTI FOR KVALITET):

- ISO 9001 (ledelsessystem for kvalitet)
- FSSC 22 000 (matsikkerhet) Certification for food safety systems including: ISO 22000:2018, ISO/TS 22002-1:2009 and additional FSSC 22000 requirements
- ISO 14001 (presertifisert)

Vi produserer varer for flere av våre samarbeidspartnere. Disse stiller strenge kvalitetskrav. At vi får brygge og tappe Heineken® bør regnes som et kvalitetsstempel i bransjen, det samme er å få lov å tappe Clausthaler. Vi blir kvalitetsrevidert av både Heineken® og Radeberger Gruppe.



# KLIMAREGNSKAP HANSA BORG BRYGGERIER 2021

Inkluderer Hansa Bryggeri, Borg Bryggerier, CB og Olden Brevatn

		2021	2020	2019	2018	2017
Produksjonsanlegg		4	4	4	4	4
<b>ENERGIBRUK EKSKL. TRANSPORT</b>						
Elektrisk kraft	kwt	33 472 356	33 073 091	27 154 228	30 608 931	30 364 000
Gass	kwt	6 061 530	5 430 790	6 268 680	5 735 420	5 504 080
Fjernvarme	kwt	2 052 500	3 129 800	3 923 000	4 665 500	3 051 696
Petroleumsprodukter	ktw	600 152	197 712	765 074	1 045 358	707 579
Annet						
Energi totalt	kwt	42 186 538	41 831 393	38 110 982	42 055 209	39 627 355
Totalt vannforbruk	hl	3 970 278	3 765 222	3 878 041	3 323 133	3 083 012
Totalt avløp	hl	2 378 245	2 378 880	2 403 785	2 015 528	2 182 247
Totalt avfall inkl avfall og biprodukter	tonn	15 971	16 428	18 321	15 298	14 994
Total resirkuleringsgrad avfall og biprodukter	%	99,47	99,54	99,32	99,21	99,04
Avfall ekskl. mask og berne	tonn	874	891	879	544	n/a
Sorteringsgrad eks. mask og berne	%	90,37	88,97	85,89	84,71	n/a
Mask og berne levert som dyrefor	tonn	15018	15508	14641	14357	13844
Totalt matsvinn (destruerte varer) av totalt produsert. <i>Mål om 50 % reduksjon fra 2017 til 2030</i>	%	0,71	1,2	0,66	0,98	1,23
<b>RELATIVE PRODUKSJONSTALL</b>						
Energi	kwt/hl	50	49,4	57	60,1	55,2
Vann	hl/hl	4,32	4,45	5,28	4,75	4,47
CO <sub>2</sub> Scope 1 - Uten transportpark (lokasjonsb.)	tonn CO <sub>2</sub>	1534,46	n/a	n/a	n/a	n/a
CO <sub>2</sub> Scope 2 (lokasjonsb.) strøm og fjernvarme	tonn CO <sub>2</sub>	1215,75	n/a	n/a	n/a	n/a
CO <sub>2</sub> Scope 3 Avfall (uten mask/berne som leveres som dyrefor) - lokasjonsbasert	tonn CO <sub>2</sub>	339	n/a	n/a	n/a	n/a
CO <sub>2</sub> total - lokasjonsbasert	tonn CO <sub>2</sub>	3089,21	n/a	n/a	n/a	n/a
<b>HELSE, MILJØ OG SIKKERHET</b>						
Totalt antall fraværshendelser (sykefravær)	%	4,8	4,5	n/a	n/a	n/a
Antall tapte dager	dager	43	41	28	52	40
Alvorlige hendelser (meldt til politi/arbeidstilsyn/ambulansse)	antall	2	1	0	0	n/a
Turnover	%	1,2	1,8	n/a	n/a	n/a
Permisjon på grunn av sykdom (ikke arbeidsrelatert)	%	0	0	0	0	0

		2021	2020	2019	2018	2017
<b>MANGFOLD</b>						
Ansatte etter kjønn, totalt	antall	283	281	299	306	290
Kvinner	%	18,4	16,2	15,9	13,3	12,8
Menn	%	81,6	83,8	84,1	86,7	87,2
Ansatte etter kjønn i konsernledelsen						
Kvinner	%	33,3	33,3	0	0	0
Menn	%	66,6	66,6	100	100	100
Ansatte etter kjønn i ledende stillinger						
Kvinner	%	21	21	10,9	10,9	10,9
Menn	%	79	79	81,1	81,1	81,1
<b>FORPAKNING</b>						
Totale volumer plast	kg	288994	307353	359274	n/a	n/a
Resirkulert PET per volum	kg	34366	25964	29089	n/a	n/a
<i>Mål om 70 % bruk av resirkulert plast i egen emballasje innen 2025</i>	%	12 %	8 %	8 %	n/a	n/a
<b>DRIKKEVARER/PRODUKTUTVIKLING</b>						
Lavkalori produkter/mindre sukker <i>Mål om økt andel kalorifattige produkter</i>	%	11,5	10,2	8,9	8,5	n/a
Antall lavalkohol/alkoholfritt i øl/cider/ferdigdrink (NoLo) <i>Mål om minst 10 % innen 2030</i>	%	8,3	7,9	7,5	7,3	n/a
LITE-andel egen portefølje kl D <i>Mål om minst 10 % innen 2030</i>	%	6,2	5	5,3	4,4	4,1
Flyreiser <i>Mål om 30 % reduksjon fra 2019 til 2025</i>	antall	131	105	329	n/a	n/a
Hotell døgn	antall	51	25	96	n/a	n/a





[www.hansaborg.no](http://www.hansaborg.no)



[hansaborgbryggerier](https://www.instagram.com/hansaborgbryggerier)



[Hansa Borg Bryggerier AS](https://www.facebook.com/HansaBorgBryggerierAS)



[Hansa Borg Bryggerier AS](https://www.linkedin.com/company/HansaBorgBryggerierAS)