



**RINGNES'  
BÆREKRAFT-  
RAPPORT  
2018**

# VÅR VERDIKJEDE



## Råvarene

Malt, gjær, humle og vann.



## Brygging og tapping

Carlsberg har bryggerier i mer enn 35 markeder. Konsernets hovedmarkeder er i Europa og Asia. I mange markeder er det kun ølproduksjon, men i Norge er vi produsenter av både øl, vann og brus.



## Distribusjon

I Carlsberg benyttes både direktedistribusjon og grossistdistribusjon. I Ringnes leverer vi direkte til både butikker og utesteder.



## Kunder

I Carlsberg og Ringnes er våre kunder alt fra store butikkjeder til små barer, restauranter og kantiner.



## Forbrukerne

I Carlsberg tilbyr vi våre produkter i mer enn 150 markeder over hele verden.

# BÆREKRAFT I SENTRUM

Forord: Konsernsjef i Carlsberg, Cees 't Haart .....	s. 4
Lederartikkel: Administrerende direktør i Ringnes, Anders Røed .....	s. 6
Norge Rundt .....	s. 10
Carlsbergs bærekraftstrategi .....	s. 12
Vi skal kvitte oss med vårt karbonavtrykk .....	s. 14
Tar opp kampen mot unødvendig plast .....	s. 16
Nå er alkoholfritt blitt trendy .....	s. 20
Leder brusmarkedet i en sukkerfri retning .....	s. 24
Ikke en dråpe skal gå til spille .....	s. 26
Ringnes skal være en trygg arbeidsplass .....	s. 28
Målet er å få alle tilbake i fast jobb .....	s. 32
Med øl i tankene .....	s. 34

Forsidebilde: Ved å redusere 1.5-litersflaskene med et par gram, har Ringnes redusert det årlige plastforbruket med hele 200 tonn, forteller produksjonsdirektør Martin Kjekshus i Ringnes.

## FORORD KONSERNESJEFEN

# I RUTE MOT NULL

Næringslivet blir stadig viktigere for å sikre en bærekraftig framtid. I Carlsberg jobber vi derfor målrettet for å levere på vårt ambisiøse bærekraftprogram, *Together towards zero*.

2018 var et godt år for Carlsberg-konsernet. Vi leverte sterke økonomiske resultater, samtidig som vi kunne vise til god fremgang innen bærekraftområdet. Det viser at vi lever opp til vårt formål, *Brewing for a better today and tomorrow*.

*Together towards zero* er en naturlig og integrert del av Carlsbergs forretningsstrategi Sail 22. Det betyr at vi integrerer bærekraftarbeidet i vår kommersielle hverdag. Jeg er meget tilfreds over utviklingen vi nå ser i dette arbeidet. Vi har redusert vårt relative karbonutslipp og vannforbruk med henholdsvis 20 prosent og 9 prosent siden vårt referanseår 2015. I tillegg har 96 prosent av den globale øl-emballasjen nå fått ansvarlighetsmerke.

Vi har også kommet med innovasjoner – som vår plastreducerende Snap Pack-emballasje – som bidrar til mindre plastsøppel og CO<sub>2</sub>-utslipp.

Til tross for at vi opplevde fremgang innen de fleste områder i 2018, er det også viktige områder vi ikke har lykket med. Jeg er langt fra tilfreds med resultatene innen helse og sikkerhet, ettersom tre tragiske arbeidsrelaterte ulykker gjorde at vi dessverre mistet tre gode kolleger. Jeg er oppriktig lei meg for dette, og mine tanker går til familiene som har mistet sine kjære. Disse ulykkene understreker nødvendigheten av å ha en kultur med nulltoleranse for ulykker.

Selv om resultatene fra 2018 viser at vi er i rute mot våre 2022-mål, gjenstår det et betydelig arbeid for å nå målene vi har satt oss for 2030. Skal vi løse disse trenger vi gode og effektive innovasjoner, slik at vi sammen med gode samarbeidspartnere er beredt til å tilpasse oss en verden i rask endring.

Kort oppsummert, vi skal fortsette å spisse våre målrettede tiltak, slik at vi sørger for nødvendig framdrift i arbeidet med å nå våre forretningsmessige mål på en bærekraftig måte.

Cees 't Hart  
CEO, Carlsberg Group



## LEDER

Ringnes som selskap er født i Oslo. Det var i Thorvald Meyersgate hvor vi fortsatt holder hus at brødrene Amund og Ellef Ringnes satte vårt første brygg for over 140 år siden. I 2019 bærer vår fødeby Oslo ansvaret som følger med å forvalte rollen som EUs miljøhovedstad. Det engasjerer folk som bor og besøker hovedstaden, og det engasjerer oss.

Selv om Ringnes er født i Oslo er vi oppvokst over hele landet. Til hverdag og fest slukker vi tørsten til nordmenn i vårt ganske land med vår rikholdige samling av drikkevarer. Vi har produksjonsanlegg som er spredt rundt i landet, som hver for seg har en stor betydning i sine lokalmiljøer. I sum gjør det oss til en betydelig samfunnsaktør som gjør at vi har en evne og mulighet til å gjøre en positiv forskjell.

For å sikre resultater i bærekraftarbeidet kreves god driv og retningsans. Du må vite hvor du vil og prioritere deretter. I denne rapporten dokumenterer vi en god utvikling på områder vi har jobbet målrettet med over tid. Med Carlsbergfamiliens *Together towards zero* følger målet om å bli karbonnøytrale ved våre produksjonsanlegg. Nå er vi allerede i mål med Imsdal og Farris, og godt i rute for å være karbonnøytrale ved alle våre anlegg innen 2020.



**GOD DRIV OG  
RETNINGSSANS  
I BÆREKRAFT-  
ARBEIDET**

I tillegg har vi breddet ut vår agenda og satt oss nye ambisiøse mål innenfor områdene plast og folkehelse.

2018 ga oss det nye begrepet «plogging», som er et uttrykk for kombinasjonen jogging og plukking av plast som har havnet på avveie. Det er et godt initiativ for både miljø og folkehelsen, men det burde være unødvendig å bruke joggeturer til å plukke plast. Drikkevarebransjen er i en særstilling hva gjelder å ha kontroll over vår plastemballasje. Vi har verdens beste pantesystem, der i overkant av ni av ti flasker blir levert tilbake i panteautomaten. Som ansvarlig markedsleder ønsker vi i Ringnes å forsterke dette systemet. I tillegg har vi i løpet av 2018 satt oss konkrete mål for å øke andelen av resirkulert plast i våre flasker og få ned bruken av unødvendig plast. For å få til dette skal vi fortsette å være nysgjerrige på nye løsninger som tar bort og erstatter unødvendig plastemballasje.

Å ta bort unødvendig sukker og fortsette satsingen på alkoholfritt øl er to andre relevante innsatsområder for Ringnes. I Ringnes har i over tjue år jobbet målrettet med å gjøre drikkevarekategorien sunnere. I vår portefølje har vi de sterkeste merkevarer innen vann med kullsyre med Farris. Det er tjuufem år siden vi lanserte Imsdal og ga folk på farten muligheten til å få stillvann på flaske. Like lenge har vi jobbet for å styrke det sukkerfrie alternativet sin plass i hylla. Pepsi Max med Maximum taste,

No Sugar har vært vårt lokomotiv. Nå anses ikke lenger denne som et nest beste alternativ, men den foretrukne varianten. I dag er 80 prosent av drikkevarer vi selger til dagligvare uten tilsatt sukker. Nå har vi satt oss som mål å øke denne andelen til 90 prosent innen 2022. Og i dette arbeidet håper vi selvfølgelig å få myndighetene med oss på laget, med en sukkeravgift som skiller mellom drikke med og uten tilsatt sukker framfor dagens avgift som behandler sukkerholdig og sukkerfri brus likt.

Sist, men ikke minst fortsetter vi også arbeidet med å styrke øl uten alkohol. Som ansvarlig markedsleder mener vi at vi har en viktig jobb å gjøre med å snakke opp øl uten alkohol. La meg derfor benytte anledningen til å understreke at øl uten alkohol smaker godt, det er sunnere enn mange andre alternativer og har til og med færre kalorier enn lettmelk. Innen 2022 er målet at øl uten alkohol og lettøl skal utgjøre 10 prosent av vårt totale ølvolum.

Jeg håper du vil la deg inspirere og engasjere av årets bærekraftrapport. God lesing!

Anders Røed  
Administrerende direktør  
Ringnes AS

## CARLSBERG INVESTERER STORT I NORGE

Ringnes' eier Carlsberg har troen på Ringnes og det norske markedet. De siste 10 årene har selskapet investert nærmere 1,5 milliard kroner i Norge.

Anleggene på Gjelleråsen, Larvik og Imsdal er betydelig oppgradert med blant annet nye produksjonslinjer, automatisk plukkanlegg og nytt høytlager. I tillegg er store deler av bilparken byttet ut med nye og mer miljøvennlige biler. I 2018 ble 28 nye biler tatt i bruk, mens ytterligere 55 er bestilt og ankommer fortløpende. Totalt disponerer Ringnes om lag 130 lastebiler – og det er planer om å fornye hele bilflåten.

I Trondheim er det investert i nytt bryggeri og i Oslo åpnet Ringnes bryggerhus i 2018. Det er også investert flere energibesparende tiltak som er meget positivt for miljøet. Blant annet har Ringnes gått til anskaffelse av en el-kjel på Gjelleråsen som står for oppvarming av vann og lokaler. Dette er en av flere viktige investeringer for at Ringnes skal nå målet om å bli karbonnøytrale ved alle anlegg i løpet av 2020.

Ringnes har som mål å være karbonnøytrale i løpet av 2020.



**LES MER PÅ VÅRE NETTSIDER**  
ringnes.no

# NORGE RUNDT 2018

## VANN

Vannforbruket er redusert med 25% siden 2012



## ANSVARLIG FORBRUK

Ringnes' egenproduserte, alkoholholdige produkter, merkes med en logo som synliggjør selskapets holdning til ansvarlig forbruk.



**R NYTES ANSVARLIG 18+**  
ringnes.no/ansvarlig

## NULL ULYKKER

Når vi omtaler ulykker i Ringnes er det kun ett tall som gjelder: 0.



## MILJØ

Strømforbruket har økt med 70% siden 2012 (skyldes at strøm har erstattet olje)  
Oljeforbruket er redusert med 82% siden 2012 (olje utfases i Ringnes)  
Restavfallet er redusert med 65% siden 2012



ANTALL ANSATTE:  
ca 900



Markedsandel øl:

**51,7%**

Markedsandel brus:

**43,4%**

Markedsandel vann:

**70,6%**

# CARLSBERGS BÆREKRAFTSTRATEGI TOGETHER TOWARDS ZERO

Aldri før har de globale utfordringene knyttet til klimaendringer, vannmangel og folkehelse vært tydeligere.

I Carlsberg har vi en bærekraftstrategi som heter *Together towards zero*. Alle markedene i Carlsberg forplikter seg til å gjøre en innsats for at vi skal nå våre ambisiøse mål om en bærekraftig utvikling.

Dette strekker vi oss etter:

1. Null karbonavtrykk
2. Null sløsing av vann
3. Null misbruk av alkohol
4. Null ulykker på arbeidsplassen

Hver ambisjon er støttet av individuelle delmål og mål for årene fram mot henholdsvis 2022 og 2030. Ambisjonene skal styre og drive våre handlinger, redusere risiko og lære oss å drive mer effektivt – i forståelse med samfunnet vi er en del av.

Både vi og samfunnet rundt oss ønsker miljøvennlige, ressursparende og miljøvennlige alternativer. Stadig flere krever derfor at produktene de kjøper er produsert på en mest mulig bærekraftig måte.

Menneskene er Ringnes' og Carlsbergs viktigste ressurs. Skal vi være en attraktivt arbeidsgiver er det helt avgjørende at arbeidsplassen er trygg.

Vi er stolte av ølet vårt. Øl som nytes i ansvarlige former bidrar til veldig mye glede og hygge. Samtidig er vi bevisst at alkoholmisbruk kan få negative og alvorlige følger.

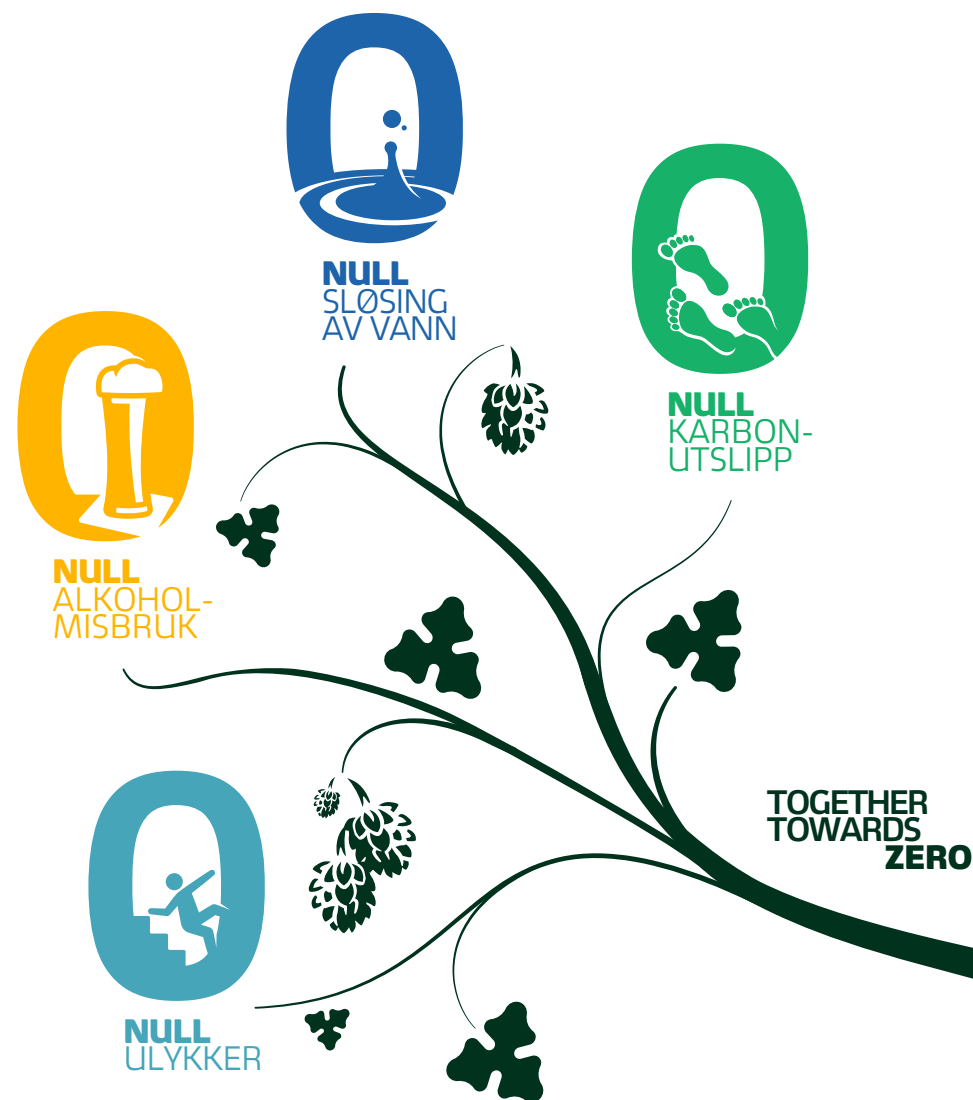
Noe av det vi er opptatt av, er å tilby forbrukerne gode, alkoholfrie alternativer og synlig merking av produktene.

Carlsberg har satt bærekraft i sentrum av selskapets strategi



**LES MER PÅ**

[carlsberggroup.com/sustainability](https://carlsberggroup.com/sustainability)



# VI SKAL KVITTE OSS MED VÅRT KARBONAVTRYKK

2030-MÅL

**NULL** KARBONUTSLIPP VED VÅRE BRYGGERIER

**30%** REDUCTION IN BEER-IN-HAND CARBON FOOTPRINT

2022-MÅL

**50%** REDUKSJON I KARBONUTSLIPP MED VÅRE BRYGGERIER

**100%** BRUK AV ELEKTRISITET FRA FORNYBARE ENERGIKILDER INNEN 2022

**NULL** BRUK AV KULL VED VÅRE BRYGGERIER

**15%** REDUKSJON I «ØL-I-HÅNDEN»-KARBONUTSLIPP

**100%** BRUK AV MILJØ-VENNLIG KJØLING

**30** SAMARBEIDSPARTNERE SOM JOBBER SAMMEN MED OSS FOR Å REDUSERE KARBON-FOTAVTRYKKET

Klimaforandringene truer menneskenes liv og levebrød over hele verden. Derfor trenger vi ambisiøse tiltak som effektivt og raskt reduserer verdens karbonutslipp.

FNs klimapanel (IPCC) har advart mot en global oppvarming på to grader eller mer over nivåene fra den før-industrielle tiden. Carlsberg-konsernets ambisjon om null karbonavtrykk støtter oppunder Paris-avtalens mest ambisiøse mål om å begrense global oppvarming til 1,5 grad i samme periode.

Uten umiddelbare handlinger vil verden oppleve mer ekstremvær, havnivåene vil stige og avlinger vil ødelegges mot slutten av dette århundret. Klimaendringene er en av vår tids aller største utfordringer. I den globale miljøavtalen fra Paris – trekkes utslippsreduksjon og bidrag fra næringslivet fram som helt avgjørende for å nå målene.

## AMBISIØSE MÅL

Gjennom bærekraftstrategien *Together towards zero*, viser Carlsberg at konsernet tar de globale miljøutfordringene på alvor. Sammen med klimaekspertene i Carbon Trust – en uavhengig ikke-kommersiell organisasjon – har Carlsberg benyttet vitenskapsbaserte metoder for å redu-



**NULL  
KARBON-  
AVTRYKK**





sere karbonutslippet. Målet er å oppnå null-utslipp ved alle selskapets bryggerier innen 2030. I Ringnes er målet å klare dette i løpet av 2020. I dag er både Imsdalfabrikken og Farrisfabrikken karbonnøytrale, mens kun mindre tilpasninger gjenstår før hovedanlegget på Gjelleråsen er det samme.

#### > MINDRE RESTAVFALL

Restavfallet i Ringnes ble redusert med 2,40 % prosent fra 2017 til 2018.

#### > FASER UT OLJEN

Ny el-kjel på Gjelleråsen gjør at Ringnes snart har faset ut all bruk av fyringsolje. Økt bruk av elektrisitet fra fornybare kilder ga en oljeforbruksreduksjon på 33 prosent sammenlignet med 2017.

#### > MER STRØM

Ringnes økte sitt strømforbruk med 8,6 prosent fra 2017 til 2018 grunnet utfasing av olje.

#### > MINDRE DIESEL

Dieselforbruket for 2018 endte på 34,9 liter diesel pr 100 km kjørt, ned fra 35,3 i 2017. Med flere nye biler forventes det at forbruket reduseres ytterligere fremover.



## MÅL FOR REDUKSJON AV UNØDVENDIG PLAST

### Redusere unødvendig bruk av plast

Innen 2025 skal vi redusere plastbruken på tvers av Ringnes med 1000 tonn. (Beregnet ut fra volumene 31.12 2018).

### Øke andelen resirkulert plast

Innen 2025 skal vår plastemballasje bestå av minimum 50% resirkulert plast.

### Design for gjenvinning

Bidra til å styrke den norske panteordningen.



## TAR OPP KAMPEN MOT UNØDVENDIG PLAST



2018 var året verden for alvor fikk øynene opp for plastforurensning. Bilder av en død hval som hadde slukt enorme mengder plastposer, døde fugler som hadde surret seg inn i søppel og enorme plast-søppelberg både på land og til havs gikk verden rundt.

– Også i Ringnes har vi i 2018 satt plast tydeligere på vår agenda, sier produksjonsdirektør Martin Kjekshus i Ringnes.

Han understreker at plast i seg selv ikke behøver å være en miljøfiendtlig emballasje. Det er viktig å se plastemballasje

i et livssyklusperspektiv, og at det er plast som havner i naturen som er det store problemet.

– Når plast brukes riktig, samles inn og gjenbrukes eller resirkuleres – er det en miljøvennlig og god emballasje. Se bare hva vi får til i drikkevarebransjen. Om lag 90 prosent av plastflaskene vi selger returneres gjennom panteordningen vår, mens det meste av det øvrige havner i restavfallet og forbrennes og blir energi. Målet er selvfølgelig 100% kildesortering og at man panter alt – alltid, fortsetter Kjekshus.

Han forteller videre at det hos bransjens eget gjenvinningselskap Infinitum, som

er heleid av drikkevareprodusentene og dagligvarekjedene i felleskap – nå jobbes med å bygge opp et norsk anlegg som kan resirkulere plasten som samles inn.

– Det ser vi frem til. Da kan vi langt på vei bli selvforsynte med resirkulert plast og det blir enklere å velge miljøvennlig. Vi i Ringnes har sammen med andre store produsenter et ansvar for å få opp andelen resirkulert plast, sier produksjonsdirektør Martin Kjekshus i Ringnes.

Han forteller at det parallelt jobbes med tiltak som skal redusere bruken av unødvendig plast.

– I dag benyttes plast til absolutt alt. I Ringnes og Carlsberg stilte vi oss selv spørsmålet; kan vi klare oss uten plast? Svaret ble Snap Pack, som Norge var første land i verden til å ta i bruk høsten 2018. Snap Pack innebærer at vi har utviklet en teknologi som gjør det mulig å fjerne plasten rundt bokssixpackene, ved at boksene holdes sammen med små limpunkter. Løsningen prøves i Norge ut på Carlsbergmerket og gir en årlig plastbesparelse på 17 tonn plast.

– Foreløpig er det for tidlig å si om dette er fremtidens emballasje, men det vil overraske meg om vi ikke beveger oss i retning slike emballaseløsninger. Forbrukerne kommer til å kreve det – og Ringnes er nødt til å ligge i forkant, sier han videre.

Kjekshus forteller at selskapet parallelt med dette jobber kontinuerlig med å

redusere tykkelsen på plastflaskene. Ved å redusere 1,5-litersflaskene med et par gram, har Ringnes redusert det årlige plastforbruket med hele 200 tonn.

– Små grep gir store besparelser. I Ringnes er vi fast bestemt på å gjøre en forskjell. Vi akter å bli et forbilde for hvordan vi tar ut unødvendig plast og at plast benyttes på en bærekraftig og god måte, avslutter han.

## PLASTLØFTET

**Som en av de første bedriftene i Norge har Ringnes tatt Grønt punkts Plastløftet. Det innebærer at selskapet forplikter seg til å jobbe for å kvitte seg med unødvendig plast, øke andelen resirkulert plast og designe for gjenvinning.**

– Dette er et veldig godt initiativ. Grønt Punkt peker på en stor global utfordring – nemlig plastforurensning. *Plastløftet* er et tiltak som motiverer og inspirerer til handling, sier produksjonsdirektør Martin Kjekshus.

Ringnes har avgitt plastløftet.

# ANSVARLIG FORBRUK ALKOHOLFRI



## NÅ ER ALKOHOLFRI BLITT TRENDY

### 2030-MÅL

**100%** AV VÅRE MARKEDER SKAL KUNNE VISE TIL EN NEDGANG I ALKOHOLMISBRUK FRA ETT ÅR TIL ET ANNET.

### 2022-MÅL

**100%** AV STEDENE VI SELGER ALKOHOLHOLDIG ØL SKAL VI OGSÅ TILBY ALKOHOLFRIE ALTERNATIVER

**100%** AV PRODUKTENE VÅRE SKAL HA SYNLIG ANSVARLIG FORBRUK-MERKE

**100%** AV VÅRE MARKEDER HAR INNGÅTT SAMARBEID MED EKSTERNE AKTØRER FOR Å BEKJEMPE ALKOHOLMISBRUK

Ringnes vil bidra til at stadig flere nyter øl uten alkohol. Målet er at hele ti prosent av ølet Ringnes selger skal være uten alkohol eller lettøl i 2025. Opp fra 6,1 i 2018.

Det er utvilsomt en ambisiøs målsetting, men Ringnes har troen på at det kan gå.

– Øl uten alkohol smaker godt, det er sunnere enn mange andre alkoholfrie alternativer og det er lettere tilgjengelig enn øl med alkohol. Det virker som stadig flere har fått øynene opp for øl uten alkohol til nye anledninger. Når vi vet at det er så mange ølelskere der ute, er det litt pussig at det tidligere ikke har vært mer øl uten alkohol til hverdagsmiddagen, lunsjen på jobben eller pilsen foran tv-en til tirsdagsfotballkampen, sier Pål Strutz, kategoriansvarlig for alkoholfritt øl hos Ringnes.

Han forteller at det har vært en kraftig økning i salget de siste årene. – Den samme trenden ser vi også i utlandet. Øl uten alkohol er i ferd med å bli trendy, sier han videre.

I 2018 ble det solgt over 10 millioner liter øl uten alkohol, som er det høyeste årlige volumet noen gang,

Pål Strutz i Ringnes ønsker at flere nordmenn får øynene opp for øl uten alkohol.

Ringnes, med ølmerket Munkholm i spissen, har over 50 prosent markedsandel innen alkoholfritt segmentet. Bryggeriet har som mange andre utvidet sitt utvalg av alkoholfritt øl, både innen merkevaren Munkholm og med øl fra andre bryggerier.

Alkoholfritt øl inneholder langt færre kalorier enn sukkerholdig brus, og har til og med færre kalorier enn lettmeik.

– Vi ser at det særlig er yngre kjøpegrupper som er mer opptatt av sunnhet, kontroll og helse. Helseaspektet er et

# 13%

Mens salget i butikker uten kjøleskap økte med 13 prosent.



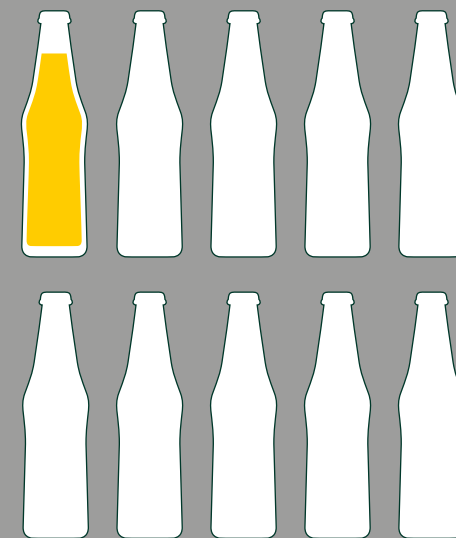
# 55%

Salget økte med 55% i de butikkene som kunne tilby kaldt alkoholfritt øl.



stort poeng for millennials – de som er født mellom 1980 og 2000, sier Strutz. Det å velge alkoholfritt øl er nå en grundig etablert trend både i Norge og ellers i Europa. Med den økte etterspørselen etter alkoholfrie alternativer, valgte Ringnes i 2018, sammen med dagligvarekjedene, å tilby nye måter å gjøre øl uten alkohol lettere tilgjengelig på.

– I fjor lanserte vi blant annet egne kjøleskap for øl uten alkohol i butikker over hele landet. Mens salget i butikker uten kjøleskap økte med 13 prosent, økte salget med hele 55 prosent i de butikkene som kunne tilby kaldt alkoholfritt øl, avslutter Strutz.



## MÅL

Innen 2025 skal 10 prosent av Ringnes' totale ølportefølje være øl uten alkohol eller lettøl (Klasse A og B). I 2018 var andelen 6,1 prosent.

➤ **LES MER OM VÅR ALKOLFRIE PORTEFØLJE**  
ringnes.no

# LEDER BRUSMARKEDET I EN SUKKERFRI RETNING



Marketingdirektør Line Hildonen Ramstad er fornøyd med at stadig flere velger sukkerfri brus.

– 80 prosent av brusen Ringnes produserer er uten tilsatt sukker. Målet er 90 prosent innen 2022, sier marketingdirektør i Ringnes, Line Hildonen Ramstad.

Nesten 30 prosent av sukkerinntaket til nordmenn kommer fra saft, nektar, brus og andre sukkerholdige drikkevarer (Helsedirektoratet, Norkost 3, 2012).  
– Flyttes én prosent av sukkerbrusvolumet over til sukkerfrie alternativer tar vi ut 480 tonn med sukker fra markedet, fortsetter Line.

Hun sier at det ikke er tilfeldig at Ringnes er så store på sukkerfritt. – Det er et resultat av at vi har våget å satse på sukkerfrie varianter i flere år. Sakte men sikkert har norske menn og kvinners smakspreferanser endret seg, og i dag er det flere som foretrekker sukkerfri brus enn sukkerholdig. Meg bekjent er Norge eneste marked i verden med en sukkerfri variant som markedsleder.

Ramstad forteller at utviklingen i Norge blir lagt merke til over hele verden.

– I mai 2018 mottok vi det synlige beviset på at Ringnes, sammen med våre svenske kolleger, ble kåret til årets produsenter i Pepsico globalt. Måten vi har lykket med å flytte volumer til sukkerfritt får hovedæren for prisen, sier Line videre.

Marketingdirektøren mener at endringene også er drevet frem av forbrukerne.

– De har sagt klart fra at de vil ha sukkerfrie og sunnere varianter. Da får de

selvsagt det. Våre innovasjoner og nyheter er nesten utelukkende sunnere enn variantene de erstatter. Det er morsomt å se hvordan de sukkerfrie variantene til Villa, Solo, Mozell og julebrus, i tillegg til Pepsi Max, har tatt markedet med storm, fortsetter hun.

Hildonen Ramstad understreker at det fortsatt er mye sukkerbrus i markedet. Hun trekker også opp den økende grensehandelen som en stor utfordring.

– Hvis myndighetene virkelig mener at sukkerforbruket må ned må avgiftene ned. I det minste på sukkerfri brus. Skjer det vil Norge befeste sin posisjon som verdensledende innen sukkerfrie og sunnere drikkevarer, avslutter marketingdirektøren.

## MÅL

Innen 2022 skal 90 prosent av Ringnes' brusportefølje være uten tilsatt sukker.

➤ **LES MER OM VÅR  
SUKKERFRIE PORTEFØLJE**  
ringnes.no

I 2018 brukte Ringnes 1,94 liter vann per liter ferdigvare. Tilsvarende i 2017 var 1,96 liter. I 2012 ble det brukt 2,6 liter vann for hver liter med ferdigprodusert vare.

➤ **LES MER OM RINGNES OG BÆREKRAFT**  
ringnes.no



# NULL SLØSING AV VANN

## IKKE EN DRÅPE SKAL GÅ TIL SPILLE

2030-MÅL

**50%** VANNREDUKSJON  
HOS VÅRE BRYGGERIER

**INNGÅ PARTNERSKAP  
FOR Å SIKRE VANNRESSURENE  
I HØYRISIKOOMRÅDER**

2020-MÅL

**25%** VANNREDUKSJON  
HOS VÅRE BRYGGERIER

Carlsberg trenger rent vann. Uten vann, ingen øl. Dessverre er rent vann i ferd med å bli en mangelvare i noen av markedene selskapets øl brygges.

Vi må derfor behandle vann med den aller største respekt. Carlsbergs visjon er *Brewing for a better today and tomorrow*. Det betyr at vi må jobbe for en verden der det ikke sløses med vann.

Vår mål går på at vi skal redusere vannforbruket ved våre bryggerier og sammen med eksterne partnere iverksette tiltak for å sikre vannressurene i utsatte områder.



Innen 2030 skal vi halvere vannforbruket ved våre bryggerier – og allerede i 2022 skal vannforbruket reduseres med 25 prosent. Det innebærer at vårt mål er at det i 2030 kun skal benyttes 1,7 liter vann per liter ferdigvare – noe som vil ta oss helt i toppen blant verdens bryggerier. Til sammenligning benyttet Carlsberg i 2015 i snitt 3,4 liter vann per liter ferdigprodukt.

Grunnen til at bryggeriene bruker mer vann enn det kommer ut ferdigdrikke, har å gjøre med fordamping og rengjøring. Vi vil alltid trenge vann, men ved å halvere vannforbruket sørger vi for at ikke noe unødvendig vann går til spille.

Men, vi kan og skal gjøre mer. Vi skal sørge for å passe på og sikre vannkilder i utsatte områder der vi har bryggerier, slik at vi sikrer langsiktig tilgang på rent vann både for oss og samfunnene rundt oss.

Spesielt er det viktig for oss å bidra i områder som er klassifisert som høyrisikoområder på grunn av mangel på vann. I 2016 jobbet vi sammen med eksperter fra WWF – og det ble identifisert 15 anlegg i slike områder, og vi jobber nå med en rekke tiltak for å redusert vannforbruket i disse områdene.

# - VI SKAL VÆRE TRYGGE HOS RINGNES

2030-MÅL

## NULL ULYKKER

SOM MEDFØRER FRAVÆR

2022-MÅL

## NEDGANG I ANTALL

ULYKKER HVERT ÅR

I fjor ble det rapportert inn 14 skader som resulterte i fravær, noe som er fem flere enn i 2017.

Det er sjefen for helse, miljø og sikkerhet (HMS) i Ringnes, Geir Hjellup, ikke fornøyd med. – Innen dette området er det kun null som gjelder. Én ulykke er én for mye, sier Geir.

Det er fristende å forklare antall ulykker med en lang og krevende vinter. Det er imidlertid en bortforklaring Geir ikke kan akseptere.

– Nei, det blir for enkelt. For det første var det ikke bare på isen ulykkene fant sted. De ble rapportert inn fra ulike deler av virksomheten. For det andre – at det er glatt om vinteren i Norge bør ikke komme som noen overraskelse. Da må forebyggende tiltak iverksettes slik at vi unngår ulykker og skader. Og minst like viktig er det at vi lærer av våre feil. Kun da blir vi bedre. Og det skal vi bli. Ringnes skal være en trygg arbeidsplass, legger han til.

Arbeidet med å unngå skader og ulykker har høyeste prioritet i Carlsberg-konsernet. Da konsernsjef, Cees 't Hart, sist besøkte Norge var han veldig tydelig på hva som er hans viktigste oppgave:



# NULL ULYKKER

At samtlige medarbeidere kommer uskadet hjem fra jobb. Hver eneste dag.

– Det er veldig bra at ledelsen i konsernet tar dette arbeidet på alvor. Det gjør ledelsen i Ringnes også. Skal vi lykkes med å nå målet om null ulykker må vi tenke sikkerhet hver dag. Det innebærer at vi må vurdere risiko, vi må sette oss inn i prosedyrer og retningslinjer og vi må melde fra om forhold vi ser kan være farlige, avslutter Geir.

## RINGNES BLE ÅRETS LÆRE- BEDRIFT I 2018

Det var Akershus fylkeskommune som stod bak kåringen. Av fylkets 1200 bedrifter mente fylkeskommunen at Ringnes fortjener tittelen som Årets lærebedrift.



### FEM LIVREDDENDE REGLER:

Ringnes samlet alle lederne i to dager i januar 2019. Første dagen var viet i sin helhet til HMS. Blant annet ble lederne satt godt inn i selskapets fem livreddende regler.

– Dette er naturligvis veldig hyggelig og noe vi er stolte av. Vi har holdt på med denne ordningen i veldig mange år og begynner å få god erfaring med å ta inn lærlinger. Det at vi har et godt og innarbeidet system gjør at vi ikke trenger å begynne på nytt hver gang. Vi har også bygget gode relasjoner inn mot skolene, noe som er nyttig, forteller Egil Lønne – som har ansvaret for lærlingprogrammet i Ringnes.

De fleste som har gjennomført lærlingprogrammet til Ringnes har gått ut med meget gode karakterer.

Lærlingene til Ringnes får mye ansvar.

## LIVREDDENDE REGLER

### Life Saving Rules (LSR)

-  **FØLG ALLTID TRAFIKKREGLENE (PÅ EGET OMRÅDE OG PÅ VEIEN)**
-  **FØLG ALLTID PROSEDYRENE FOR LOCKOUT/TAGOUT (LOTO)**
-  **TA ALDRI BORT, KOBLE FORBI ELLER SVEKK SIKKERHETSBRYTEERE ELLER LÅSEANORDNINGER**
-  **FØLG ALLTID PROSEDYRENE FOR ARBEID I HØYDEN**
-  **FØLG ALLTID PROSEDYRENE FOR ARBEID I TRANGE ROM**



# MÅLET ER Å FÅ ALLE TILBAKE I JOBB



– Omstillinger som medfører at folk mister jobben sin gjør like vondt hver gang. Men det at vi har et omstillingsselskap som har hjulpet nærmere 90 prosent av de overtallige tilbake i fast arbeid er veldig betryggende. Det er noe vi kan være stolte av, sier HR-direktør i Ringnes, Karl-Johan Kolltveit.

Han er rask med å gi mye av æren for ordningen til fagforeningsklubben NNN.  
– Det var de som i 2007 ønsket en ordning som, i stedet for å dele ut slutt-pakker, prioriterte de som vil slite med å få ny jobb. Det viser at vi har medarbeidere som bryr seg om hverandre i Ringnes, sier Karl-Johan videre.

Resultatet ble etableringen av Personalhuset Ringnes (PRI) – et selskap som har ett mål for øyet – nemlig å hjelpe overtallige Ringnesansatte tilbake i ny fast jobb. I PRI tilbys de karriererådgiving, individuell oppfølging og annen aktuell bistand i jobbsøkerprosessen.

Arbeidet med å finne ny jobb utgjør en fulltidsoppgave. De overtallige blir formelt ansatt i PRI og får lønn i perioden de er tilknyttet selskapet. Lengden varierer fra 4 til 16 måneder avhengig av medarbeidernes ansiennitet.

Personalsjef Hege Mari Thorsen og HR-direktør Karl-Johan Kolltveit har som mål at de overtallige skal tilbake i jobb.

## ISO ER ET KVALITETS- STEMPEL

Ringnes er ISO-sertifisert. Det gir kundene og forbrukerne en garanti for at produktet eller tjenesten Ringnes leverer alltid er av høy kvalitet. Sertifiseringene bidrar til systematisk og god kvalitetsoppfølging og en innarbeidet kvalitetskultur i hele selskapet. Ringnes har følgende ISO-sertifikater:

ISO 9001 Ledelsessystemer for kvalitet  
ISO 14001 Ledelsessystemer for miljø  
ISO 22000 Ledelsessystem for næringsmiddeltrygghet  
ISO/TS 22002-1 Grunnforutsetninger i næringsmiddelindustrien  
ISO/TS 22002-4 Produksjon av matemballasje

## MED ØL I TANKENE

I Ringnes er det kunnskap og kvalitet i alle ledd. – Alt handler om at vi skal gi våre ølelskende forbrukere en god øloplevelse. Og da kan ingenting overlates til tilfeldighetene, sier selskapets stemningskaper, Sigrid Strætkvern.

Hun beskriver ølbryggingen i Ringnes som en reise fylt av lidenskap, nysgjerrighet, kvalitet, erfaring og kunnskap. – Lidenskap og nysgjerrighet er viktig, men vi trenger også kvalitet, erfaring og kunnskap. Ikke bare hos våre bryggere, men hos våre egne ansatte, butikkmedarbeidere, servitører og bartendere. Skal vi løfte ølets anseelse og få flere til å velge øl til maten, så må vi ha flere ambassadører, sier hun engasjert.

Det var også bakgrunnen for at Ringnes for fire år siden lanserte kompetanseprogrammet Med øl i tankene for kunder

og egne ansatte. – Målet er at bedre kunnskap om øl og øl til mat skal bidra til en enda bedre og mer ansvarlig ølkultur i Norge, fortsetter Sigrid, som også har vært ansvarlig for den faglige oppbyggingen av ølkursene.

– Siden oppstarten har rundt 400 kunder og 400 av Ringnes' egne medarbeidere vært gjennom dagsprogrammet Ølentusiast. Omlag 150 kunder og 250 medarbeidere har vært gjennom tredagersprogrammet Ølambassadør. Den høyeste utdannelsen, Ølsommerlier, har så langt vært gjennomført av rundt 40 egne medarbeidere og 50 kunder, sier Sigrid fornøyd.

Programmene, som er kvalitetssikret av høyskoleprofessorer og eksterne ølsommelierer med utdanning fra internasjonale skoler, er blitt en stor suksess. – De har faktisk blitt standard for opplæring i Carlsberg og har gjennom de siste to årene blitt implementert i over 20 andre markeder over hele verden. Flere av våre utelivskunder har også gjennomført kurs over en halv dag, mens andre har meldt sin interesse. Det åpnes også kurs for ansatte i de store dagligvarekjedene, avslutter Sigrid – med øl i tankene.



Stemningskaper Sigrid Strætkvern er glad for at stadig flere ønsker å lære mer om øl.





ringnes.no



@ringnes



@ringnes



Ringnes

**RINGNES**   
Part of the Carlsberg Group