

Bryggeriforeningens CSR katalog



Bryggerier og læskedrikproducenter tager ansvar



Bryggeriforeningens CSR-katalog

Bryggerier og læskedrikproducenter ønsker at påtage sig et medansvar for miljøet og det samfund, de er en del af. Virksomhederne er i fuld gang med at integrere sociale og miljømæssige hensyn i de forretningsmæssige aktiviteter. Ansvar kommer til udtryk i aktiviteter i de enkelte bryggerier og læskedrikproducenter men også i tiltag, der gennemføres via medlemskabet af Bryggeriforeningen. Her kan du læse om de CSR-aktiviteter, bryggerier og læskedrikproducenter er fælles om. Kataloget omfatter CSR-aktiviteter inden for en række områder, som overordnet kan opdeles i hensynet over for forbrugerne, hensynet til klima, miljø og naturressourcer og hensynet til medarbejderne. I sidste afsnit beskrives bryggeriernes internationale CSR aktiviteter.

Indhold

Forbrugerne

Forbrugerinformation

- Mærkning af ingredienser, alkoholindhold, næringsværdi og portionsstørrelser
- Genstandsmærkning og overholdelse af genstandsgrænser

Fødevarerikkerhed og kvalitet

- Fremstilling af produkter med høj fødevarerikkerhed
- Branchekode for hygiejne og egenkontrol

Alkohol

- Ansvarlig markedsføring
- Ansvarlig alkoholkultur blandt unge
- Unge og spritkørsel
- Forskning om unge og alkohol

Læskedrikke og ernæring

- Ansvarlig markedsføring
- Udvikling af ernæringsvenlige produkter
- Øget tilgængelighed af flaskevand og lightprodukter



Klima, miljø og naturressourcer

- Klimaregnskaber
- Grønne regnskaber
- Miljøstyring
- Landsdækkende pant- og retursystem
- Hold Danmark Rent

Medarbejderne

- Arbejdsmiljø i fokus
- "Pladsen til kassen"
- Tunge løft

Internationale CSR aktiviteter

- International forskning om alkohol
- WHO samarbejde om reduktion af alkoholrelaterede skader
- EU Alcohol & Health Forum
- EU Platform for Action on Diet, Physical Activity and Health





Forbrugerne

Øl og læskedrikke indeholder henholdsvis alkohol og sukker.

Bryggerier og læskedrikproducenter ønsker at medvirke til, at produkterne nydes ansvarligt og i moderate mængder. Forbrugernes sikkerhed

og sundhed er altid i centrum – både når det gælder fødevarernes sikkerhed og kvalitet, og når det gælder mærkning med relevante oplys-

ninger om indhold og næringsværdi. Bryggerierne arbejder samtidig på at udvikle alternative produkter, for eksempel øl med intet eller begrænset

indhold af alkohol samt sukkerfri eller sukkerreducerede læskedrikke.

Produkterne markedsføres ansvarligt og aldrig overfor børn.

Information og sikkerhed



Forbrugerinformation

Øl, læskedrikke og hvide vande er mærket med oplysninger om ingredienser, alkoholindhold, næringsværdi og holdbarhedsdato. Det sikrer, at forbrugerne kan foretage et informeret valg. Bryggeriforeningen har udarbejdet vejledninger med retningslinjer om mærkning af øl, læskedrikke og hvide vande. Formålet er at sikre, at mærkningen af produkterne lever op til lovgivningens krav og branchens frivillige retningslinjer. Retningslinjerne sikrer, at branchens mærkning fremstår ensartet og letlæselig og samtidig er relevant, nyttig og letforståelig for forbrugeren. Samtidig skal forbrugere med særlige krav til produktet (fx allergikere) hurtigt kunne finde alle de nødvendige oplysninger på mærkningen (allergener, alkoholindhold, sukkerindhold m.v.)

Genstandsmærkning og genstandsgrænser

Bryggeriforeningen bakker op om Sundhedsstyrelsens anbefalede genstandsgrænser på max 21 og 14 genstande om ugen for henholdsvis mænd og kvinder. Medlemmerne genstandsmærker alle øltyper, flaske- og dåsestørrelser. Genstandsmærkningen angives som antal genstande i hele flaskens/dåsens indhold og er et supplement til oplysningen om alkoholindholdet i øl udtrykt i % volumen. Bryggeriforeningen har udarbejdet en vejledning til bryggerierne om genstandsmærkning, for at sikre at genstandsmærkningen beregnes korrekt og fremstår ensartet.



GDA mærkning

Læskedrikproducenter har indført GDA mærkning på læskedrikke. GDA betyder Guideline Daily Amount og viser tydeligt indholdet af energi, sukker, fedt, mættet fedt og salt i en fødevarer. Samtidig viser GDA mærket indholdet i forhold til et vejledende, dagligt indtag. Med GDA er det lettere for forbrugeren at vurdere næringsindholdet i en læskedrik. GDA skal ses som et værktøj i forebyggelsen af overvægt og fedme.



Fødevarer sikkerhed og kvalitet

Bryggerier og læskedrikproducenter producerer drikkevarer, der er sikre for forbrugeren, som lever op til lovens og kundernes kvalitetskrav. Det sker gennem en systematisk kontrol af råvarer, produktion og færdige produkter. Bryggeriforeningen har udviklet en brachekode og en lovmanual om fødevarerlovgivning samt vejledninger, som medlemmerne kan anvende i forbindelse med deres indsats for fødevarer sikkerheden. Udover de lovbestemte krav gennemfører bryggerier og læskedrikproducenter løbende et kvalitetsarbejde,

der sikrer, at udviklingen af kvalitetsprodukter er i overensstemmelse med forbrugernes behov og ønsker til drikkevarer. Bryggeriforeningen medvirker ved formulering af udviklingsstrategier til fremme af produkter indenfor øl-, læskedrik- og vandsegmentet.

Hygiejne og egenkontrol

For at sikre og assistere bryggerier og læskedrikproducenter i at efterleve myndighedernes forventninger og krav til egenkontrol har Bryggeriforeningen udarbejdet en netbaseret branchekode om hygiejne og egenkontrol. Branchekoden indeholder retningslinjer for god hygiejnepraksis og produktionsforhold. Medlemmerne bruger den i forbindelse med indretning og drift af bryggerier og læskedrikproducenter og ved gennemførelsen af den lovpligtige og HACCP baserede egenkontrol. Branchekoden indeholder også risikovurderinger (udpegning af kritiske punkter) samt retningslinjer for blandt andet emballage, sporbarhed, uddannelse og mærkning. Branchekoden er godkendt af fødevarermyndighederne.

Alkohol



Ansvarlig markedsføring

Bryggerierne har pålagt sig selv strenge krav til markedsføringen af alkoholholdige produkter. Markedsføring må aldrig ske overfor børn og unge under 18 år, og den må ikke give indtryk af, at alkohol fremmer præstationsevnen eller giver øget personlig eller sportslig succes. Markedsføringen må heller ikke opfordre til et stort eller umådeholdent forbrug. Branchen har sammen med den øvrige alkoholindustri og forbrugerorganisationerne udarbejdet retningslinjer for markedsføring af alkoholholdige drikke. Retningslinjerne udgør en etisk standard og udfylder begrebet god markedsføringssskik efter markedsføringsloven. I år 2000 nedsatte Erhvervsministeriet Alkoholreklamenævnet. Det skete for at sikre, at retningslinjerne håndhæves effektivt. Nævnet sikrer samtidig en struktur, hvor retningslinjerne bliver en integreret del af de erhvervs-

drivendes markedsføring. Nævnet repræsenterer både erhvervs- og forbrugerinteresser. Bryggeriforeningen er permanent repræsentant i nævnet og varetager sekretariatsfunktionen.

Du kan læse mere om retningslinjerne og nævnet på hjemmesiden www.arn.dk.

Ansvarlig alkoholkultur blandt unge

Øl er en lav-alkoholholdig drik, som skal nydes af voksne – ikke af børn og helt unge. Bryggeriforeningen bakker op om salgsaldersgrænsen for øl på 16 år i butikkerne og 18 år på cafeer og restauranter m.m. Bryggerierne ønsker at bidrage til, at unge får en fornuftig og ansvarlig alkoholkultur, og at nydelsen af øl sættes i de rette rammer. Det sker gennem information og kampagner rettet mod de unge og deres forældre under parolen 'Er du klar?' Indsatsen foregår i et samarbejde med en lang række offentlige og private interessenter, blandt andet Rådet for Større Færdselssikkerhed, Center for Rusmiddelforskning, Danske Regioner, Roskilde Festival, diskoteksnetværk, Natteravnene og SSP. Se mere på www.erduklar.com.





Unge og spritkørsel

Bryggerierne gennemfører kampagner, der skal forhindre, at unge kører spirituspåvirket. Derfor har Bryggeriforeningen udarbejdet informationsmaterialer og gennemført kampagner specielt rettet mod unge med budskabet om at lade køretøjet stå, hvis promillen er for høj. Det sker for eksempel i en landsdækkende kampagne i samarbejde med 50 diskoteker landet over og ved projekter med Danske Regioner.

Vi hjælper forældre

Bryggeriforeningen har udviklet hjemmesiden www.klarsnak.com, for forældre til teenagere. Hjemmesiden indeholder fakta om alkohol, indblik i unges adfærd samt råd og redskaber til at sætte fornuftige rammer for teenagere i forhold til fester og alkohol. Undersøgelser viser, at forældre er de vigtigste personer for teenagere, og at unge, der har aftaler med hjemmefra, har et mere fornuftigt forbrug end dem uden.

Mange forældre er dog usikre på, præcis hvordan de skal tackle det, når deres teenager begynder at gå til fester og drikke alkohol. De savner viden om, hvor grænserne bør gå samt konkrete handlemuligheder herpå. De kan søge vejledning på www.klarsnak.com

Forskning om unge og alkohol

For at optimere, målrette og effektivisere Bryggeriforeningens kampagner rettet mod unge og deres forældre har Bryggeriforeningen indgået et samarbejde med forskere fra bl.a. Københavns Universitet. Forskerne fungerer som sparringspartnere og holder løbende branchen opdateret om de nyeste tendenser og viden inden for området.



Læskedrikke og ernæring



Læskedrik
reklame
nævnet



Ansvarlig markedsføring

Læskedrikproducenterne stiller strenge krav til markedsføringen af læskedrikke. Markedsføringen må aldrig ske overfor børn under 13 år. Markedsføringen må ikke udformes, så den er uforenelig med en sund og varieret kost eller en sund og aktiv livsstil. Bryggeriforeningens medlemmer opstiller ikke læskedrikautomater i skoler og SFO'er og markedsfører ikke læskedrikke aktivt i skolerne. Branchen har i samarbejde med Forbrugerrådet udarbejdet retningslinjerne for markedsføring af læskedrikke, og sammen med Forbrugerrådet, detailhandelen og reklamebranchen har Bryggeriforeningen nedsat Læskedrikreklamenævnet. Nævnet sikrer, at retningslinjerne håndhæves effektivt og bliver en integreret del af de erhvervsdrivendes markedsføring. Bryggeriforeningen er permanent repræsentant i nævnet og varetager sekretariatsfunktionen. Du kan læse mere om retningslinjerne og nævnet på hjemmesiden www.lrn.dk.

Udvikling af ernæringsrigtige produkter

Læskedrikproducenterne gennemfører initiativer, der kan medvirke til at bekæmpe befolkningens problemer med overvægt og fedme. Initiativerne omhandler primært udvikling af sundere alternativer til sukkersødede læskedrikke – både sukkerreducerede og sukkerfri produkter. Derudover udvikler branchen mange nye vandprodukter, herunder nye "near water" produkter med diverse frugtsmage og få % sukker. Overvægt og fedme skyldes ikke alene indtag af for meget sukker og energi, og læskedrikproducenterne støtter derfor også initiativer, der kan medvirke til at øge børn og unges aktivitetsniveau (cykelkampagner m.v.). Bryggeriforeningen støtter op om læskedrikproducenternes initiativer til at fremme en sundere livsstil gennem bl.a. kortlægning af befolkningens kost- og motionsvaner og udbredelse af Fødevarestyrelsens kostråd.



Øget tilgængelighed af flaskevand og lightprodukter

Læskedrikproducenterne ønsker at medvirke til at øge tilgængeligheden af vand og fremme indtaget af vand hos både børn og voksne. Det sker gennem udarbejdelse af informationsmaterialer om vand. Materialet videreformidler blandt andet Fødevarestyrelsens kostråd om at drikke vand flere gange om dagen. Udbydere af læskedrikke har endvidere planer om at ændre produktsortimentet i læskedrikautomaterne således, at de altid indeholder mere end to vand eller light produkter pr. sukkersødet produkt.



Klima, miljø og naturressourcer

Bryggerier og læskedrikproducenter benytter emballager til deres produkter, og produktionen er i sig selv energi- og ressourcekrævende. Derfor arbejder bryggerier og læskedrikproducenter på at sikre, at miljø og ressourcer beskyttes bedst muligt.

Klima, miljø og naturressourcer

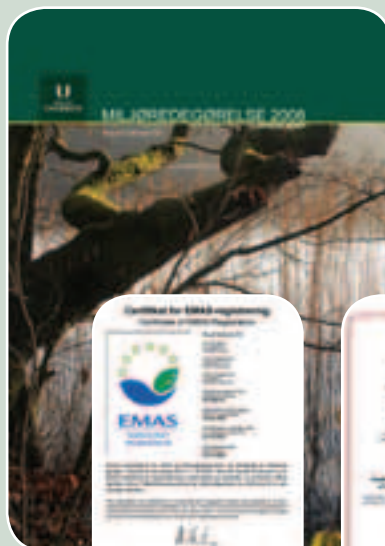


Klimaregnskaber

For at sikre, at klimaet belastes mindst muligt har Bryggeriforeningen udarbejdet et klimaværktøj, som sætter medlemmerne i stand til at kortlægge og beregne virksomhedens samlede klimabelastning, formulere en klimastrategi og sætte konkrete klimamål. Værktøjet kan også bruges til at måle effekten af forskellige tiltag. Værktøjet er endvidere brugt til at beregne branchens samlede klimaaftryk og klimaaftrykket for øl, læskedrikke og vand i typiske emballager, så der løbende kan arbejdes på at benytte råvarer og emballager, der belaster miljøet mindst muligt.

Grønne regnskaber

Bryggeriforeningen har udarbejdet en vejledning til bryggerier og læskedrikproducenter om udarbejdelse af grønne regnskaber. Regnskaberne har været med til at styrke bryggerierne og læskedrikproducenternes rapportering om deres miljøindsats. Nogle bryggerier og læskedrikproducenter er på baggrund af en målrettet og systematisk miljøindsats gået endnu videre end den lovbundne miljøindsats. De har indført miljøledelsessystemer (EMAS og ISO14001), der viser, at virksomheden arbejder metodisk og målrettet på at forbedre sin miljøindsats, hvorved ressourceforbruget og miljøbelastningen mindskes.



Miljøstyring

Bryggeriforeningen har været med til at udvikle et miljøstyringsværktøj ("miljøstyring i levnedsmiddelindustrien"). Det er en hjælp til bryggerier og læskedrikproducenter, der ønsker at arbejde målrettet og systematisk med at nedbringe miljøbelastningen, men som endnu ikke er klar til certificeret miljøledelse.

Pant- og retursystem

Bryggerier og læskedrikproducenter ønsker ikke, at emballagen skal ende som affald i naturen. Den skal indsamles til genbrug eller genanvendelse. Derfor har branchen været med til at udvikle et effektivt pant- og retursystem. Der arbejdes samtidig aktivt med at minimere emballageforbruget. Ved at indsamle og genbruge flasker, undgås cirka 300.000 ton affald om året. Bryggerier og læskedrikproducenter indsamler selv de flasker, der genbruges, mens Dansk Retursystem A/S indsamler engangsemballage, der ikke genpåfyldes men i stedet genanvendes. Branchen etablerede og finansierede Dansk Retursystem i år 2000. I 2008 indsamlede Dansk Retursystem over 400 millioner engangsemballager, heraf cirka 290 millioner dåser. Cirka 26.000 ton emballagemateriale blev sendt til genanvendelse. Systemet bliver løbende udvidet og omfatter nu også alkohol-sodavand, cider, kildevand og iste. Dansk Retursystem A/S bidrager samtidig til en række miljøaktiviteter og gennemfører informationsaktiviteter for at øge indsamlingsprocenten. Herudover yder Dansk Retursystem A/S tilskud til Skatteministeriets Fair Play indsats og til almennyttige formål.



Du kan læse om de forskellige tiltag på www.dansk-retursystem.dk

Hold Danmark Rent

Bryggerier og læskedrikproducenter har via Bryggeriforeningen været med til at etablere og støtter fonden 'Hold Danmark Rent', der skal mindske mængden af henkastet affald og ændre danskernes syn på at smide affald. Fonden blev stiftet i oktober 2008 af syv organisationer og virksomheder. Dansk Retursystem A/S er én af de drivende kræfter bag etableringen af Hold Danmark Rent og er repræsenteret i bestyrelsen. Hold Danmark Rent støttes af Miljøministeriet og indgår som en væsentlig del af regeringens affaldsstrategi 2009–12. Et af Hold Danmark Rents første projekter har til formål at begrænse mængden af henkastede (tyske) dåser i Syd- og Sønderjylland. Se www.holddanmarkrent.dk





Medarbejderne

Bryggerier og læskedrikproducenter tager en række fælles initiativer for at sikre et godt arbejdsmiljø. Ambitionen er at skabe de bedst mulige forhold for medarbejderne i fair konkurrence og indenfor realistiske økonomiske rammer. Målet er samtidig at være den førende branche indenfor arbejdsmiljø og altid kunne fremstå som et godt eksempel for andre brancher. Derfor genererer Bryggeriforeningen viden og ekspertise på arbejdsmiljøområdet til gavn for medlemsvirksomhederne og deres ansatte.

Medarbejderne



Arbejds miljø i fokus

Arbejdet på bryggerier og hos læskedrikproducenter omfatter mange, tunge håndteringer og løft. Medarbejderne må ikke nedslides gennem unødige belastninger. Derfor har Bryggeriforeningen udarbejdet instruktionsmaterialer og vejledninger, der sikrer, at arbejdsmiljøet løbende vurderes, og at krav til sikkerhed i forbindelse med håndtering af stoffer og materialer efterleves effektivt. Bryggeriforeningen har udviklet en APV-manual/-skabelon og en vejledning, der sikrer, at bryggerier og læskedrikproducenter effektivt og kvalificeret bliver i stand til at vurdere og forebygge deres arbejdsmiljø på de områder, der typisk giver problemer. Desuden har Bryggeriforeningen udviklet en skabelon, der sikrer, at den lovpligtige arbejdspladsbrugsanvisning kan udvikles effektivt og overskueligt.

Pladsen til kassen

Hver dag får tusindvis af dagligvarebutikker, cafeer og restauranter leveret øl og vand. Projekt 'Pladsen til kas-



sen' skal sikre, at udbæringen af varerne hos den enkelte kunde håndteres på en arbejdsmiljømæssigt forsvarlig måde og ens af alle bryggerier og læskedrikproducenter. Med 'Pladsen til kassen' er der etableret fælles retningslinjer, som betyder, at arbejdsmiljøet ikke bliver en konkurrenceparameter bryggerier og læskedrikproducenter imellem. Ved at registrere og efterleve de samme retningslinjer på samtlige indbæringssteder

og oveni tilbyde kunderne vejledning om adgangsforholdene, har bryggerier og læskedrikproducenter bidraget til, at medarbejderne har ordnede arbejdsmiljøforhold, der sikrer et sikkert og sundt arbejdsmiljø. Projektet blev indstillet til arbejdsmiljøprisen i 2006.

Superbrugeruddannelse om tunge løft

Bryggerierne og læskedrikproducenterne har igangsat et projekt, der skal sikre medarbejderne kvalificeret uddannelse i korrekt håndtering af tunge byrder. En gruppe medarbejdere udpeges til arbejdsmiljøsuperbrugere. De uddannes i arbejdsmiljøregler på ergonomiområdet og i, hvordan tunge løft og anden håndtering af byrder udføres korrekt. De lærer også at viderefremde deres viden til kollegerne. En række instruktionsfilm skal understøtte superbrugerne i vidensdelingen.





Internationale CSR aktiviteter

Bryggerier og læskedrikproducenter arbejder på tværs af landegrænser. Erfaringsudveksling og samarbejde om CSR indsatser på internationalt niveau har høj prioritet.

Internationale CSR aktiviteter



International forskning om alkohol

Bryggerierne ønsker at øge incitamentet til at forske i brugen af alkoholholdige drikkevarer, så forbrugere og producenter får en øget viden om alkohol. Derfor støtter de det uafhængige europæiske alkohol-forskningscenter, European Research Advisory Board, (ERAB). ERAB er grundlagt med det formål at fremme biomedicinsk og psykosocial forskning om øl og andre alkoholholdige drikke. Alle forskere, der er tilknyttet et europæisk universitet eller en forskningsinstitution, kan ansøge om legater. Bryggerforeningen har støttet fonden siden stiftelsen i 2001.



WHO samarbejde om reduktion af alkoholrelaterede skader

Bryggerierne er imod ethvert misbrug af alkohol og arbejder derfor aktivt for at reducere skadelig brug heraf. I 2008 vedtog WHO en resolution om at udarbejde en global alkoholstrategi med netop dette formål. Bryggerierne deltager gennem Bryggerforeningen i Brewers of Europe's arbejdsgruppe, der koordinerer den fælles europæiske indsats. Bryggerforeningen deltager aktivt i høringen af alkoholstrategien og har derudover indgået et tæt samarbejde med Sundhedsstyrelsen, som skal bidrage med dansk støtte til strategien.



EU Alcohol & Health Forum

Bryggerierne ønsker at sikre en ansvarlig markedsføring af øl samt en god alkoholkultur i hele Europa. Bryggerforeningen deltager aktivt i EU Alcohol & Health

Forum. Det har i samarbejde med industrien, NGO'er og nationale myndigheder forhandlet en række commitments, som de enkelte interessenter forpligter sig til at opfylde, herunder ansvarlig markedsføring og god alkoholkultur. Det er af stor betydning for bryggerierne, at branchen viser velvilje ved at udfylde og opfylde de med kommissionen forhandlede commitments. Bryggeriforeningens medlemmer har derfor planlagt at opfylde samtlige forhandlede commitments inden udgangen af 2010.

EU Platform for Action on Diet, Physical Activity and Health

For at sikre ansvarlig markedsføring af læskedrikke samt relevant og letforståelig forbrugerinformation i hele Europa deltager læskedrikproducenterne aktivt gennem medlemskabet af Bryggeriforeningen i EU's Platform for Action on Diet, Physical Activity and Health. Platformen blev nedsat af European Food Safety Authority (EFSA), WHO, Kommissionen og industrien, der sammen har forhandlet de commitments, som platformens interessenter forpligter sig til at opfylde, herunder commitments om ansvarlig markedsføring og forbrugerinformationsmærkning. Det er af stor betydning for bryggerierne og læskedrikproducenterne, at branchen viser velvilje ved at udfylde og opfylde de med kommissionen forhandlede commitments. Bryggeriforeningens medlemmer har derfor opfyldt samtlige de forhandlede commitments.





Udgivet af:
Bryggerforeningen
Faxehus
Gamle Carlsberg Vej 16
DK-2500 Valby

Telefon: +45 72 16 24 24
Telefax: +45 72 16 24 44

info@bryggeriforeningen.dk
www.bryggeriforeningen.dk