



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2025

for Hennig-Olsen Is AS

*Etisk handel Norge har vurdert at rapporten til Hennig-Olsen Is AS oppfyller våre krav til basisnivå.
Les mer om basisnivå **her**.*



Til lesere av rapporten

Næringslivet, offentlig sektor og organisasjoner har stor påvirkning på mennesker, samfunn, miljø, klima og dyr. Virksomheter bidrar til utvikling, innovasjon og bedre levekår, men aktiviteten medfører også risiko og reell skade. Derfor har virksomheter en nøkkelrolle i arbeidet for å nå FNs bærekraftsmål og Parisavtalens 1,5-gradersmål. Dette gjøres best i samarbeid. Etisk handel Norge er en medlemsorganisasjon og flerpartssamarbeid med næringsliv, fagbevegelse, arbeidsgiverorganisasjoner, sivilsamfunn og offentlig sektor som sammen adresserer de komplekse utfordringene i de globale leverandørkjedene som den enkelte virksomhet ikke kan løse alene.

Åpenhet, ansvarlighet og kontinuerlig forbedring er grunnleggende i dette arbeidet. Denne medlemsrapporten kan brukes som redegjørelse etter åpenhetsloven, men favner bredere temaer som klima, miljø og antikorrupsjon. Vårt rammeverk bygger på FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs modell for aktsomhetsvurderinger – internasjonale anerkjente standarder som ligger til grunn for Etisk handel Norges 13 prinsipper for bærekraftig forretningspraksis. Disse prinsippene omfatter menneskerettigheter, anstendig arbeid, miljø/klima, dyrevelferd og antikorrupsjon.

Alle medlemmer i Etisk handel Norge er forpliktet til å gjennomføre risikobaserte aktsomhetsvurderinger og årlig rapportere på fremdrift i et eget arbeid. Virksomheter på vårt kvalitetsnivå Basis tilfredsstiller åpenhetslovens krav til redegjørelse om aktsomhetsvurderinger. Medlemmer kan også strekke seg etter nivåene Gjennomfører og nå i 2026 Ledende.

Gode aktsomhetsvurderinger handler ikke om å være «risikofri», men om å være transparent og systematisk: å identifisere risiko, forebygge og redusere negativ påvirkning, kommunisere åpent om håndtering og – der det er nødvendig – bidra til gjenoppretting.

Jeg vil takke alle medlemmer for innsatsen, åpenheten og viljen til å bidra til ansvarlige leverandørkjeder. Sammen viser vi hvordan ansvarlig handel kan være til det beste for mennesker, dyr, samfunn og miljø.

Heidi Furustøl

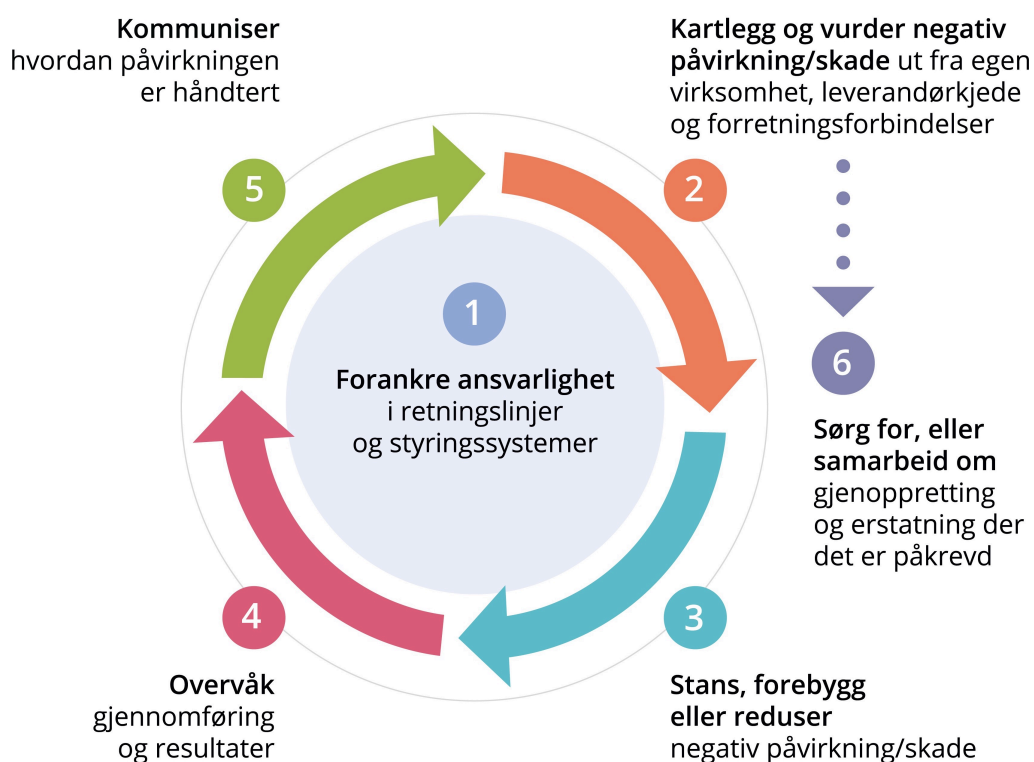
Daglig leder

Etisk handel Norge

Aktsomhetsvurderinger

Denne rapporten er bygget rundt FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs modell for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv.

Modellen har seks trinn som beskriver hvordan virksomheter kan jobbe for mer ansvarlig og bærekraftig forretningspraksis. Å være god på aktsomhetsvurderinger betyr ikke at en virksomhet ikke har negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, men heller at virksomheten er åpen og ærlig om utfordringer og håndterer dette på best mulig måte i samråd med sine interessenter. Denne rapporten er delt inn i kapitler basert på denne modellen.



Forord av daglig leder

Siden 1924 har Hennig-Olsen Is levert Kremen av Iskrem til den norske befolkning. I dag er vi en av Norges største produsenter av iskrem. Som produsent er vi en del av utfordringen, men det betyr også at vi er en del av løsningen. Ingen kan gjøre alt, men alle kan gjøre noe. Derfor jobber vi hver dag for å møte fremtidens muligheter og utfordringer på best mulig måte.

Tilbake i 2021 gjorde vi en omfattende kartlegging av klimaavtrykket vårt sammen med NORSUS (Norsk Institutt for Bærekraftforskning). Målet med arbeidet vår å identifisere hvor vi hadde størst potensiale for fremtidig utslippsreduksjon. Med denne innsikten utarbeidet vi en ny bærekraftstrategi, målsettinger og tilhørende handlingsplan som har gitt retning for vårt videre arbeid, helt frem til 2025. Dette året har vi tatt en ny fot i bakken, med gjennomføring av en dobbel vesentlighetsanalyse, for å identifisere våre viktigste påvirkninger, risikoer og muligheter på tvers av klima og miljø, sosiale forhold og selskapsstyring i hele vår verdikjede. Dette har lagt grunnlaget for en oppdatert bærekraftsstrategi, som vi kick-starter i 2026.

I tillegg er vi stolte av fabrikkutsalget vårt, som fremdeles er en stor suksess. I 2025 utvidet vi utsalget, med større lokaler inspirert av den originale fasaden på Hennig-Olsens første butikk. Det betyr at enda mer iskrem som tidligere har gått i søpla, nå kan glede både store og små.

Etisk handel er viktig for oss. Gjennom vårt medlemskap i Etisk Handel Norge, har vi forpliktet oss til å fremme en ansvarlig forretningspraksis i leverandørkjeden. På den måten vil vi bidra til å ivareta menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, samfunn og miljø.

" Ingen kan gjøre alt, men alle kan gjøre noe. Derfor jobber vi hver dag for å møte fremtidens muligheter og utfordringer på best mulig måte. "

Paal Hennig-Olsen
Adm. Dir.

Styrets signatur

Signering av Etisk Handel 2025_hennig-olsen-is-as.pdf

Dette dokumentet er signert digitalt av:

Laugen, Per Gunnar	09.04.2026	med Norsk BankID
Tran, Anh Phuong Thi	18.04.2026	med Norsk BankID
Eva Roselind Nistad	25.03.2026	med Norsk BankID
Hamnes, Kenneth	07.04.2026	med Norsk BankID
Bjerge, Jostein	06.04.2026	med Norsk BankID
Inger Johanne Solhaug	25.03.2026	med Norsk BankID
Patricia Da C G Medina	31.03.2026	med Norsk BankID
Nyhaven, Per Gunnar	17.04.2026	med Norsk BankID



Signert elektronisk med styreplan.no. Se vedlegg i denne PDF-filen for mer dokumentasjon.

Kristiansand
22.04.2026

Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om virksomheten

Navn på virksomheten

Hennig-Olsen Is AS

Adresse hovedkontor

Vesterveien 51, Hannevika, 4613 Kristiansand

Viktigste merker, produkter og tjenester

I fire generasjoner har familien Hennig-Olsen laget deilig iskrem med norske råvarer på fabrikken i Kristiansand. Vi kaller det Kremen av iskrem!

Beskrivelse av virksomhetens struktur

Hennig-Olsen Is AS (heretter Hennig-Olsen) produserer og selger iskrem og frosne desserter og er lokalisert i Kristiansand kommune. I tillegg har selskapet regionskontorer i Bergen, Haugesund, Tromsø, Oslo og Trondheim. Hennig-Olsen forvalter og utvikler et av Norges sterkeste merkenavn. Virksomheten består hovedsakelig av produktutvikling, merkevarebygging, produksjon, salg og markedsføring av iskremprodukter. Det arbeides kontinuerlig med nyskapning og kvalitetsforbedrende tiltak både når det gjelder produkter og i virksomheten ellers. All distribusjon skjer gjennom grossist.

Vi har et eget tverrfaglig Bærekraftsteam, sammensatt av funksjoner fra bedriftens ulike avdelinger.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

1 329 000 000

Antall ansatte

338

Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering og denne rapportens tidsperiode

I perioden september 2024 til mars 2025 har vi vært uten leder for bærekraft, og høsten 2025 har vi vært uten produksjonssjef i fabrikken. Dette har ført til at enkelte målsettinger og tiltak har blitt satt på vent, grunnet begrensede ressurser tilgjengelig og ønske om eierskap hos våre nye ansatte i disse rollene.

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Ingrid Helmersen Muff, Leder Bærekraft

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

Ingrid.H.Muff@hennig-olsen.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av virksomhetens innkjøpsmodell og leverandørkjede

I Hennig-Olsen er innkjøpsfunksjonen en del av avdelingen Supply Chain, sammensatt av et dedikert team på fire personer. Vi har tre innkjøpere i teamet, som er ansvarlig for råvarer, emballasje og handelsvarer.

Vår produksjon av iskrem og frosne desserter er avhengig av et bredt spekter av råvarer og emballasje, hovedsakelig anskaffet fra produsenter i Norden og Europa. Handelen skjer både direkte mellom Hennig-Olsen og produsenter, og via agenter.

Vi jobber for å ha langsiktige og stabile relasjoner med våre leverandører. Dette anser vi som essensielt for å sikre kvalitet, pålitelige leveranser, forutsigbarhet, tillit og åpenhet i våre forretningsforbindelser.

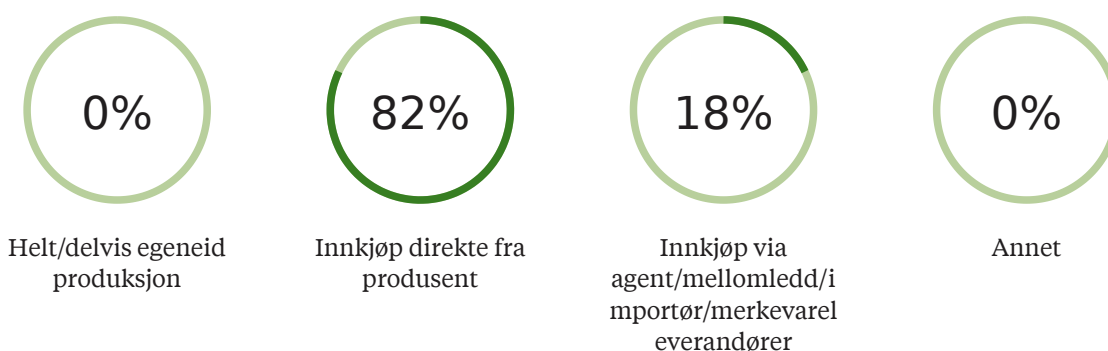
Antall leverandører som virksomheten har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

76

Kommentar til antall leverandører

Antallet har gått ned fra i fjor på grunn av ulike naturlige årsaker. For eksempel har noen leverandører fusjonert, mens andre produkter inngår ikke lenger i vår portefølje.

Type innkjøp/ leverandørforhold



Liste over førsteleddsprodusenter per land

Norge :	28
Danmark :	8
Nederland :	5
Sverige :	7
Tyskland :	5
Italia :	4

Våre leverandører er all hovedsak europeiske.

Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter

Antall arbeidere

Kommentar til antall arbeidere

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer for produkter eller tjenester og geografi

Melkeråvarer	Danmark Nederland Norge
Sukker	Brasil Costa Rica Den europeiske union
Vanilje	Madagaskar Fransk Polynesia
Kakao	Elfenbenskysten Ghana
Fett	Filippinene Den europeiske union
Pappemballasje	Norge
Plast	Norge Sverige

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

Mål: Opplæring av bedriftens ansatte med tanke på selskapets bærekraftstrategi og aktsomhetsvurderinger

Status: Målet har vært satt på vent grunnet begrensede ressurser.

2

Mål: Redusere matsvinnet per liter iskrem produsert

Status: Matsvinn pr liter iskrem har holdt seg på samme nivå i 2025 som i 2024. Vi ser behov for å styrke dette arbeidet videre i 2026 med ny produksjonssjef på plass.

3

Mål: Skape verdi av matsvinnet (eksempelvis salg av ukurante varer fra vårt Fabrikkutsalg)

Status: Fabrikkutsalget har blitt utvidet i 2025, og vi har skapt enda større verdi av matsvinnet.

4

Mål: Redusere vannforbruket per liter iskrem produsert

Status: Vi har dessverre hatt negativ utvikling på vannforbruk per liter iskrem i 2025.

5

Mål: Konkludere på løsning for nytt renseanlegg (utslipp til avløp)

Status: Vi jobber kontinuerlig med ny løsning for renseanlegg, sammen med støtte fra Rambøll. Arbeidet har blitt med omfattende enn først forutsett, og det har ikke vært mulig å konkludere i 2025. Arbeidet fortsetter i 2026.

6

Mål: Redusere energiforbruk per liter iskrem produsert

Status: Du jobber stadig med små og store tiltak for å redusere vårt energiforbruk, for eksempel med oppgradert styring av trykkluft i 2025. Vi har hatt en nedgang også i 2025 med 0,493 kWh/liter iskrem produsert (6,5 % reduksjon fra 2019), men målet på 0,474 (10 % reduksjon) er likevel ikke nådd.

7

Mål: Redusere mengde plast (emballasje) per liter iskrem solgt

Status: Vi ser full effekt av tiltak fra 2024 på emballasjen til Sørlands is. Likevel har vi marginalt økt mengde plast per liter iskrem fra 2024 til 2025, med et resultat på 0,0241 kg plast per liter iskrem.

8

Mål: Redusere forbruk av fossilt drivstoff (liter)

Status: Vi fortsetter å redusere forbruk av fossilt drivstoff. I 2025 hadde vi et forbruk på 19 800 liter, og nådde med det årets mål på 26 800 liter.

Prosessmål for kommende år

1

Vi skal øke kunnskap om hele vår verdikjede, og identifisere nye KPIer og målsetninger for området. For å oppnå dette skal vi gjennomføre en ny risikokartlegging og velge om og eventuelt hvilket verktøy vi skal bruke for dette arbeidet.

The background of the page features a soft-focus image of a white bowl filled with scoops of vanilla ice cream, fresh strawberries, and some nuts. In the bottom right corner, there is a sharp, close-up photograph of a single strawberry with its green leaves.

1

Forankring av bærekraft i virksomheten

Forankring av ansvarlighet knyttet til bærekraftig forretningspraksis i virksomheten handler om å ha strategier, planer, relevante policyer og retningslinjer for aktsomhetsvurderinger som er vedtatt av ledelsen. Disse bør omfatte hele virksomheten, samt virksomhetens leverandørkjede og forretningsforbindelser. Effektive styringssystemer for implementering er en forutsetning for å lykkes, og arbeidet med aktsomhetsvurderinger bør være en integrert del av virksomhetens forretningsdrift. Tydelige forventninger fra toppledelsen, samt tydelig plassering av ansvar innad i virksomheten for implementering av de ulike delene av aktsomhetsvurderinger er viktig. Alle involverte må vite hva de skal gjøre. Åpenhet om forpliktelser virksomheten har til seg selv, utfordringer de står overfor og hvordan dette håndteres, er vesentlig.

1.A Policy for egen virksomhet

1.A.1 Lenke til offentlig tilgjengelig policy for egen virksomhet

<https://www.hennig-olsen.no/om-oss/baerekraft/ravarer>

1.A.2 Hva sier virksomheten offentlig om sine forpliktelser til å respektere mennesker, dyr, samfunn og miljø?

I Hennig-Olsen er vi opptatt av vårt ansvar og forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn og miljø. Dette er forankret i alle deler av virksomheten, fra styret, til eiere og ansatte.

Vår ambisjon er å bidra til handel som fremmer bærekraftig utvikling og gode levekår gjennom hele verdikjeden. Vi kjøper betydelige mengder med råvarer og er bevisst på at vi som virksomhet har stor påvirkningskraft. Flere av råvarene vi benytter er risikoråvarer, som krever en tett oppfølging av leverandørene fra vår side. Vi forsøker å påvirke våre leverandører og samarbeidspartnere til å kombinere sunn forretningsdrift med et tydelig ansvar for mennesker, samfunn og miljø.

For å tydeliggjøre våre holdninger har Hennig-Olsen vedtatt etiske retningslinjer for innkjøp, som alle våre leverandører og samarbeidspartnere må forplikte seg til.

1.A.3 Hvordan er policy for egen virksomhet blitt utviklet og forankret?

Våre etiske retningslinjer inneholder policy som er i tråd med Etisk Handel Norges prinsipperklæring. Disse stiller krav til både egen drift og leverandørkjede. Vi krever at alle leverandører forplikter seg til å følge våre etiske retningslinjer, eller tilsvarende strenge krav.

Våre etiske retningslinjer er tilgjengeliggjort og forankret i organisasjonen gjennom bedriftens kvalitetssystem, fra ledergruppe og ut til den enkelte medarbeider. I utviklingen av retningslinjene har vi involvert Hennig-Olsens Bærekraftsteam, internt nøkkelpersonell og ekspertkompetanse fra Etisk Handel Norge.

Vi sikrer at våre etiske retningslinjer er forankret hos våre leverandører gjennom regelmessige leverandørgodkjenningprosesser og leverandørrevisjoner.

1.B Organisering og internkommunikasjon

1.B.1 Hvordan er arbeidet med aktsomhetsvurderinger organisert i virksomheten, forankret i interne retningslinjer og rutiner?

Aktsomhetsvurderinger involverer flere fagområder og avdelinger i selskapet. I prosedyren for Åpenhetsloven er ansvaret for ulike områder definert i henhold til oversikten beskrevet her:

- Ansvar for leverandørkjeden: Supply Chain Direktør
- Ansvar for forretningsforbindelser: Salgsdirektør
- Ansvar for bærekraft og samfunnsansvar: Direktør Forretningsutvikling
- Ansvar for anstendige arbeidsforhold: HR Direktør
- Ansvar for informasjon til allmenheten: Administrerende Direktør
- Ansvar for å sikre nettside tilgjengelig for henvendelser: Markedsdirektør

Funn fra aktsomhetsvurderinger blir rapportert til selskapets Bærekraftsteam og eventuelt Ledergruppe ved behov. Bærekraftsteamet har faste månedlige møtepunkter gjennom året. Tre ganger i året gjennomføres Ledelsens Gjennomgang for ISO14001, hvor Ledergruppen får en formell orientering om bærekraftsarbeidet i selskapet. Denne gjennomgangen forberedes og gjennomføres av Leder for Bærekraft, som også leder selskapets Bærekraftsteam.

1.B.2 Hvordan blir betydningen av virksomhetens aktsomhetsvurderinger konkretisert og tydeliggjort for de ansatte gjennom stillingsbeskrivelse (eller lignende), arbeidsoppgaver og insentivordninger?

Alle prosedyrer, policy, stillingsbeskrivelser o.l. er tilgjengeliggjort for den enkelt ansatte i vårt Ledelsessystem (TQM). Her gjennomføres også bedriftens avvikshåndtering, forbedringsforslag og risikohåndtering. Systemet gir også mulighet for å sikre at den enkelte bruker får tilsendt relevante prosedyrer, policy o.l. med tilhørende lesebekreftelse.

For ansatte som er involvert i arbeidet med aktsomhetsvurderinger er dette tydeliggjort gjennom beskrivelse av roller og arbeidsoppgaver.

1.B.3 Hvordan sikres det at relevante ansatte har tilstrekkelig kompetanse til å gjennomføre arbeidet med aktsomhetsvurderinger?

For arbeidet med aktsomhetsvurderinger er det dedikert egne ressurser som følger opp og tilegner seg nødvendig kunnskap gjennom ulike nettverk, samarbeidsfora, webinarer m.m. Eksempelvis har vi fått flere kompetanseløft gjennom vårt medlemskap i Etisk Handel Norge. Leder for Bærekraft og Innkjøper for handelsvarer involverer relevante interne ressurser for diskusjon og revidering av prosedyrer, risikovurderinger og policyer knyttet til aktsomhetsvurderinger.

1.C. Planer og ressurser

1.C.1 Hvordan er virksomhetens forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn, dyr og miljø forankret i strategier og handlingsplaner?

Hennig-Olsen har vært en foregangsbedrift for bærekraft siden 1960, og har hatt en egen dedikert ressurs på bærekraft allerede siden 2012. Vi kan med trygghet si at bærekraft både har vært og er, en sentral del av vår virksomhet. I dag er "Bærekraftig selskap" ett av Hennig-Olsens 6 strategiområder, som påvirker alle deler av virksomheten.

Å kalle seg et bærekraftig selskap forplikter. For oss betyr dette å være en ansvarlig arbeidsgiver som jobber for å redusere vår påvirkning på klima, miljø og folkehelse. Vår bærekraftstrategi er derfor delt inn i tre hovedområder: 1) Klima og Miljø, 2) Helse, og 3) Menneske. Innenfor Klima og Miljø er vårt fokus på å redusere ressursbruk i fabrikkene, utvikle mer klimavennlig iskrem og øke bruken av bærekraftige emballaseløsninger. Innenfor vårt andre hovedområde, Helse, fokuserer vi på å utvikle flere produkter med ekte frukt og bær, og redusert fett- og sukkerinnhold, samt å fjerne tilsetningsstoffet karragenan fra våre produkter. I tillegg bidrar vi til å gi livreddende medisiner og behandling, gjennom vår støtte til Leger Uten Grenser. Innenfor vårt tredje og siste hovedområde, Menneske, er vårt fokus eksternt på å sikre en bærekraftig verdikjede, som ivaretar arbeidstakeres rettigheter. Internt fokuserer vi på å ha et likestilt og inkluderende arbeidsliv, uten noen form for diskriminering. I tillegg er vi en lærende bedrift med fokus på utvikling av våre ansatte.

Vår strategi og bærekraftsarbeid er spesielt rettet mot fem av FNs bærekraftsmål: 3. God helse og livskvalitet, 5. Likestilling mellom kjønnene, 8. Anstendig arbeid og økonomisk vekst, 12. Ansvarlig forbruk og produksjon, og 13. Stoppe klimaendringene.

Basert på selskapets bærekraftstrategi har vi utviklet konkrete målsetninger med tilhørende aktiviteter i en 3-årig handlingsplan. Dette er aktiviteter og prosjekter som vi jobber med å realisere i vårt daglige virke. I tillegg har vi langsiktige målsetninger (+5 år) som vi skal strekke oss etter, uten at vi har alle detaljer på plass enda.

Vi anerkjenner at fremtiden er uforutsigbar og forplikter oss til å regelmessig revidere våre mål og handlingsplaner. Slik at vi ikke bare holder på den opprinnelige kursen, men integrerer ny kunnskap og erfaringer i vårt arbeid mot å bli et enda mer bærekraftig selskap.

1.C.2 Hvordan følges strategier og planer for bærekraftig forretningspraksis opp av ledelse og styre?

Bærekraftsteamet i Hennig-Olsen møtes månedlig, for å sikre samhandling og gjennomføring av strategi og planer. Direktør for Forretningsutvikling deltar regelmessig på disse møtene, som representant fra Ledergruppen. Denne rollen sørger for at aktuelle saker, prosjekter eller henvendelser løftes opp til Ledergruppen i Hennig-Olsen ved behov.

Hver fjerde måned diskuteres fremgang og utfordringer i bærekraftsarbeidet med Ledergruppen gjennom Ledelsens Gjennomgang for ISO14001. Leder for Bærekraft rapporterer da på alle aspekter rundt bærekraftsarbeidet, inkludert strategi, handlingsplaner, prosjekter, risiko, måloppnåelse etc.

Bærekraftstrategien vår revideres årlig, i forbindelse med selskapets strategiprosess. I denne prosessen er Ledergruppen og Styret i Hennig-Olsen sentrale deltakere i utformingen av revidert strategi, mål og 3-års handlingsplaner.

1.D Partnerskap og samarbeid med leverandører og forretningsforbindelser

1.D.1 Hvordan tydeliggjør virksomheten viktigheten av bærekraftig forretningspraksis i møte med leverandører og forretningsforbindelser?

Gjennom leverandørgodkjenningprosessen, som foregår hvert tredje år for alle leverandører, kommuniserer vi våre etiske retningslinjer for innkjøp. Her stiller vi tydelige krav til våre leverandører.

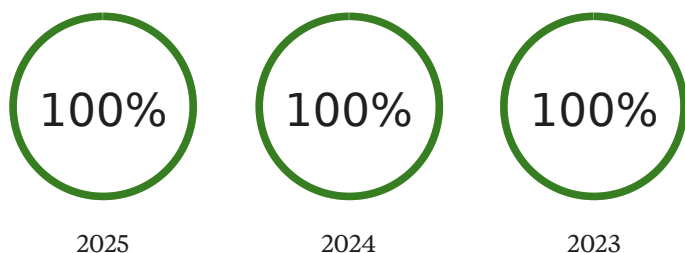
Vi har utover dette, løpende dialog med våre leverandører, hvor ansvarlighet og bærekraft er sentrale tema vi stadig er innom.

Vi har ikke et belønningssystem for god forretningsskikk. Dette er en forutsetning for våre leverandørforhold. Godkjente leverandører blir belønnet med fortsatt samarbeid og langvarige kontrakter.

Våre etiske retningslinjer er tilgjengelige på www.hennig-olsen.no/baerekraft.

Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



Alle våre leverandører av råvarer og emballasje har enten akseptert våre Code of Conduct (CoC), eller vi har akseptert deres CoC der de har tilsvarende høye krav som oss. Selv om vi har oppnådd 100 % opprettholder vi dette målet for kommende år, ettersom vi stadig har utskiftning av våre leverandører.

1.E Erfaringer og endringer

1.E.1 Hvilke erfaringer har virksomheten gjort seg om arbeidet med bærekraftig forretningspraksis i rapporteringsåret, og hva har endret seg som et resultat av dette?

Dette året har vi gjennomført en vesentlighetsanalyse etter inspirasjon fra CSRD. Selv om ikke vi lengre er omfattet av rapporteringskravene, ønsker vi å løfte vår rapportering etter beste praksis. I den forbindelse ser vi på muligheter for å tydeliggjøre og samle vår rapportering, og styrke vårt bærekraftsarbeid der det utgjør størst forskjell. Dette blir et fokus i 2026.

I denne analysen avdekket vi behov for å gjennomgå vårt arbeid med aktsomhetsvurderinger for å styrke dette ytterligere. Krav vi møter innenfor leverandørkjedearbeid har fokusert på første ledd i verdikjeden, mens kunder og andre interessenter forventer nå i større grad at arbeidet går flere steg tilbake. Dette ønsker vi å se nærmere på i 2026.

I tillegg ser vi at kunder fortsetter å stille krav innenfor bærekraftsfeltet og leverandørkjedearbeid. Eksempelvis har vi, etter krav fra kunde, signert forpliktelse til SBTi. Arbeidet mot å sette forskningsbaserte klimamål vil starte i 2026.

A background image featuring a bowl of chocolate shavings in the top left, a gold spoon in the top right, and a plate of chocolate brownies with a scoop of chocolate ice cream and chocolate drizzle in the bottom right.

2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø

Kartlegging handler om å identifisere virksomhetens risiko for, og faktiske negative påvirkning/ skade, på mennesker, dyr, samfunn og miljø, inkludert i leverandørkjeden og gjennom forretningsforbindelser. Det handler om å først danne seg et overordnet risikobilde, for så å prioritere mest vesentlige risikoområder for grundigere kartlegging og håndtering av funn. Hvordan virksomheten er involvert i eventuell negativ påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø, er sentralt for å avgjøre riktig respons og tiltak. Involvering av interessenter, spesielt påvirkede parter, er sentralt i kartleggingsarbeidet, så vel som i tiltak for å håndtere utfordringene på en god måte.

2.A Kartlegging og prioritering

PRIORITERT NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE FOR MENNESKER, DYR, SAMFUNN OG MILJØ

Å prioritere en eller flere risikoområder på bakgrunn av alvorlighetsgrad, betyr ikke at noen risiko er viktigere enn andre, eller at virksomheter ikke gjør noen med annen risiko, men at det som har størst negativ påvirkning prioriteres først. Kartlegging og prioritering er en kontinuerlig prosess.

2.A.1 List opp prioritert risiko for potensiell og/ eller faktiske negative konsekvenser for mennesker, dyr, samfunn og miljø.

Prioritert risiko	Relatert tema	Geografi
Kakao	Barnearbeid Helse, miljø og sikkerhet Miljø	
Plastemballasje / folie	Miljø Avfall	Norge Sverige
Vanilje	Korrupsjon	Madagaskar Fransk Polynesia
Vannforbruk	Miljø Utslipp Vann	Norge

Vi planlegger å gjennomføre en ny risikoanalyse av leverandørkjeden i 2026.

BEGRUNNELSE FOR HVORFOR DISSE UTFORDRINGENE ER PRIORITERT SOM MEST VESENTLIGE FOR MENNESKER, DYR, SAMFUNN OG MILJØ

2.A.2 Beskriv: a) virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og hvordan den risikoen ble identifisert og prioritert b) eventuelle deler av virksomheten som ikke er dekket i kartleggingen (produktgrupper, egne produkter, avdelinger eller lignende) og hvorfor c) hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert d) om det er identifisert områder hvor det er manglende informasjon for å vurdere risiko og hvordan dere vil gå frem for å få mer informasjon om dette.

I 2025 gjennomførte vi en dobbel vesentlighetsanalyse etter inspirasjon fra CSRD. Vesentlighetsanalysen omfattet hele virksomheten, samt verdikjeden oppstrøms og nedstrøms.

Vesentlighetsanalysen oppdateres årlig, følges opp daglig og gjennomgås av ledergruppen tre ganger i året

Selv om vi ikke er rapporteringspliktige, ønsker vi å følge opp denne metodikken med årlig gjennomgang og oppdatering av analysen. Dette vil gjøres som et av de månedlige møtene med bærekraftsteamet, og eventuelt videre oppfølging og dypdykk etter behov. Tre ganger i året, i forbindelse med Ledelsens Gjennomgang av ISO14001, gjennomgår Leder for Bærekraft sammen med Ledergruppen eventuelle endringer i risikobildet.

Per i dag er vesentlighetsanalysen gjennomført som et prosjekt, og det er behov for å sy dette sammen med eksisterende risikooppfølging i vårt ledelsessystem (TQM). Her gjennomføres det daglige arbeidet med risiko for potensiell og/eller faktiske negative konsekvenser for mennesker, dyr, samfunn og miljø. Oppdateringer eller nye avdekkede risiko registreres løpende i risikomodulen i vårt ledelsessystem (TQM) og håndteres av aktuell eier etter ansvarsområde.

Leder for bærekraft og bærekraftsteamet har identifisert risiko gjennom interne og eksterne kilder

Avdekking av risiko gjøres i hovedsak av Leder for bærekraft med støtte fra nøkkelpersonene i Bærekraftsteamet. I tillegg involveres øvrige interne og eksterne ressurser, samt Ledergruppen, etter behov.

Risikofaktorene har vi identifisert gjennom interne ressursers innsikt og erfaring, interne dokumenter og analyser, dialog med relevante interne og eksterne interessenter, erfaringsdata fra konsulenter, relevante rammeverk som CSRD og TCFD, samt artikler og rapporter fra media og forskning. Samarbeid med ulike bransjeorganer og fora vi er medlem av, er også sentrale arenaer for å kartlegge og indentifisere risiko som er aktuelle for bransjen og markedene vi opererer i (eksempelvis Rainforest Alliance, Euroglace og NHO Mat og Drikke). Se gjenre oppsummeringsrapport fra dobbel vesentlighetsanalyse for mer detaljer.

Vi planlegger å gjennomføre et nytt dypdykk i leverandørkjeden

I arbeidet med vesentlighetsanalysen avdekket vi et behov for mer detaljert forståelse for risikobildet i leverandørkjeden, blant annet ved å gå et ekstra ledd bakover i verdikjeden. Vi planlegger for å gjennomføre dette i 2026, ved bruk av aktuelle risikokartleggingsverktøy slik som Etisk Handels Risk Tool eller Sedex. Hvordan dette skal gjennomføres er ikke avgjort.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

2.A.3 Beskriv annen risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, dyr, samfunn og miljø som ble identifisert men ikke prioritert, og hvordan disse er håndtert

Den doble vesentlighetsanalysen avdekket 47 påvirkninger og 59 risiko eller muligheter langs hele verdikjeden vår. Basert på scoring av konsekvens og sannsynlighet, samt valg av terskelverdi for vesentlighet, ble denne listen kortet kraftig ned for å få et overkommelig omfang for videre arbeid. Dette ble utført i workshop med interne nøkkelressurser og eksterne eksperter. Påvirkning, risiko og muligheter som ikke ble prioritert ligger fremdeles i arbeidsdokumenter for årlig revidering. Enkelte punkter ble også notert til "watchlist", med ekstra behov for vurdering ved neste gjennomgang. I den årlige vurderingen vil da konsekvens og sannsynlighet revurderes, og påvirkningen, risikoen eller muligheten vil tas med i videre arbeid dersom en eller begge av disse faktorene har økt nok til å komme over vår satte terskel.

3

Håndtering av prioritert påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere handler om å håndtere funn fra kartleggingen på en god måte. Virksomhetens mest vesentlige negative påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø prioriteres først. Dette betyr ikke at annen risiko er uvesentlig eller at det ikke håndteres. Hvordan virksomheten er involvert, er sentralt for å treffe riktige tiltak. Faktisk negativ påvirkning/skade som virksomheten forårsaker eller bidrar til må stanses, forebygges og reduseres. Virksomheter som er direkte forbundet med negativ påvirkning må bruke sin innflytelse til å få forretningsforbindelser (f.eks. leverandører) til å stanse, forebygge og redusere dette. Dette innebærer å utvikle og iverksettes planer og rutiner for å håndtere risiko, og kan kreve endringer i egne policyer og styringssystemer. Virksomheters vellykkede håndtering av negativ påvirkning på mennesker, dyr samfunn og miljø er et avgjørende bidrag til FNs bærekraftsmål.



3.A Stanse, forebygge eller redusere

3.A.1 Beskriv mål og status for de tiltakene virksomheten har iverksatt for å redusere prioritert risiko

	Kakao
Overordnet mål :	All kakao skal være sertifisert
Status :	All kakao som brukes i produkter fra Hennig-Olsen er sertifisert gjennom Rainforest Alliance eller Cocoa Life, og alle leverandører er godkjent ihht vår leverandørgodkjenningssprosess.
Mål i rapporteringsåret :	Årlig revisjon og sertifisering av Rainforest Alliance.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

All kakao vi kjøper er sertifisert. Vår vurdering er at dette tiltaket er dekkende og effektivt mtp å sikre en bærekraftig leverandørkjede, gitt Hennig-Olsens størrelse og kompetanse. Vi er avhengige av å støtte oss på seriøse sertifiseringsordninger, som vi vurderer Rainforest Alliance og Cocoa Life å være.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Vi har valgt å sertifisere all vår kakao for å redusere risikoen for negativ påvirkning videre i verdikjeden vår. Dette vil vi også fortsette med fremover.

	Plastemballasje / folie
Overordnet mål :	Redusere vårt forbruk av plast
Status :	Vi jobber med å redusere vårt forbruk av plast. I 2025 gikk vi likevel dessverre litt opp fra 2025, med 0,024 kg plast per liter iskrem solgt. Årets tiltak på vår nye premium-serie forventes å få effekt i 2026.
Mål i rapporteringsåret :	Redusere mengde plast i vår emballasje (0,023 kg plast per liter iskrem solgt).

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

I forbindelse med relanseringen av Sørlandsis i 2024 kom vi med en ny og mer bærekraftig emballasje. Vi ser fremdeles positive effekter av denne endringen i 2025. Vår nylanserte serie Premium reduserer også plastforbruket vårt per liter, men effektene av dette vil først komme i 2026. Dette fordi serien ble lansert mot slutten av 2025.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Med ny emballasje på Sørlandsis dessertis sparer vi 45 tonn plast i året. Årets tiltak på vår nye premium-serie forventes å få effekt i 2026.

	Vanilje
Overordnet mål :	Sikre leveranse av etisk forsvarlig vanilje med god kvalitet
Status :	Vi følger våre leverandører tett og handler kun fra godkjente leverandører. Vi har ikke avdekket food fraud på vaniljen vi har kjøpt inn i 2025.
Mål i rapporteringsåret :	Sørge for at våre leverandører av vanilje møter våre etiske krav.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Vanilje er en råvare med høy verdi og vi risikerer at denne kan bli utsatt for food fraud. Vi har tett dialog og et langsiktige samarbeid med våre leverandører, for å sørge for at vaniljen er ekte og etisk produsert. Vi planlegger en oppdatert risikovurdering av vår verdikjede i 2026.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Vi er nøye på hvilke leverandører som får levere vanilje til oss og dette skal vi fortsette med fremover. Dette for å sikre at vi mottar den kvaliteten på vaniljen som er bestilt.

	Vannforbruk
Overordnet mål :	Vi skal redusere vannforbruket vårt per liter iskrem
Status :	Etter at vi fikk nytt mix-anlegg og CIP-anlegg har vaskeprosessen blitt endret og krever mer vann enn tidligere. Selv om vi har gjennomført flere tiltak har vannforbruket holdt seg stabilt i 2024, og utviklingen for 2025 har dessverre vært i feil retning.
Mål i rapporteringsåret :	Redusere vannforbruket per liter iskrem produsert (fra 2,3 liter til 1,9 liter).

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Vi har ikke fått de resultatene vi ønsket oss når vi har jobbet for å redusere vannforbruket. Vannforbruket for 2025 kom på 2,48 liter per liter iskrem produsert.

3.B Andre tiltak for å håndtere risiko for negativ påvirkning/skade

3.B.1 Reduksjon av natur- og miljøpåvirkning

Gjennom vår leverandørgodkjenningssprosess stiller vi krav videre i verdikjeden, med den hensikt å redusere natur- og miljøpåvirkning. I våre etiske retningslinjer stiller vi blant annet følgende krav:

"Tiltak for å redusere negative effekter på helse og miljø i hele verdikjeden skal gjennomføres gjennom minimering av utslipp, fremme effektiv og bærekraftig ressursbruk, inkludert energi og vann og minimering av drivhusgassutslipp i produksjon og transport. Lokalmiljøet på produksjonsstedet skal ikke bli drevet rovdrift på eller skadet av forurensning."

Hennig-Olsen er sertifisert i henhold til ISO 14001. Dette er den mest anerkjente internasjonale standarden for miljøledelsessystemer, som gir oss føringer for hvordan vi jobber med ytre miljø i vår virksomhet. Dette innebærer bl.a. at alle vesentlige miljøaspekter relatert til vår virksomhet er kartlagt og risikovurdert. Vi har en egen miljøpolicy med tydelige målsettinger. Alle lovkrav, selvpålagte krav og kundekrav er samsvarsvurdert. I tillegg har vi et ledelsessystem hvor alle ansatte registrerer og følger opp avvik, forbedringsforslag og risikoer.

3.B.2 Reduksjon av klimagassutslipp

På bakgrunn av livsløpsanalysen vi gjorde sammen med NORSUS i 2021 har vi god oversikt over klimagassutslippet i verdikjeden vår. 86% av utslippene våre oppstår allerede ved utvinning av råvarene vi bruker. Det betyr at noe av det viktigste vi kan gjøre på kort sikt er å redusere svinnet i verdikjeden vår. På lengre sikt handler det om å fremme og bidra til en mer klimavennlig råvareproduksjon i produsentleddet.

På fabrikkens vår er energiforbruket den største kilden til klimautslipp. Vi fortsetter arbeidet med reduksjoner og har i år oppgradert styring av trykkluft. Strømforbruket var 15,9 millioner kWh i 2025. Dette er totalt sett marginalt høyere enn fjoråret, men en reduksjon i forbruket pr liter iskrem produsert. Derfor anser vi dette som en positiv utvikling som et resultat av gode tiltak fra i år og tidligere år. Utslippet av klimagassutslipp vurderes likevel totalt sett, hvor vi ikke har oppnådd ytterligere besparelser i 2025.

Vi fortsetter å jobbe med matsvinnreduksjon, og en utvidelse av fabrikkutsalget vårt har gitt oss ytterligere reduksjon av matsvinn og dermed også klimagassutslipp. Ikke minst bidrar fabrikkutsalget med arbeidsplasser for unge arbeidstakere, og iskremglede til store og små.

3.B.3 Tilpasning av egen innkjøpspraksis

Vi har fokus på langsiktige leverandøravtaler med en åpen og ærlig dialog, hvor vi deler innkjøpsbehov og prognoser så tidlig som mulig. Dette medfører høy forutsigbarhet for begge parter.

3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

For å redusere vår negative påvirkning på klima og miljø har vi fokus på å utvikle og tilby mer klimavennlig iskrem. Vi har blant annet utviklet produkter som Nude, Idyll, ZERoh!, som alle leverer på dette. Som et ledd i arbeidet har vi klimamerket produktene våre som leverer innenfor Parisavtalens 1,5 gradersmål. Da kan forbrukerne enkelt ta et bevisst valg når de står ved isdisken.

Vi er bevisste på at våre produkter kan ha en negativ påvirkning på folkehelsen. Vi utvikler derfor flere produkter med ekte frukt og bær, og redusert fett- og sukkerinnhold, slik at forbrukerne har mulighet til å velge sunnere iskrem-alternativ. Utviklingen av produktene under merkevaren Nude er et godt eksempel på dette arbeidet.

Hennig-Olsen har en rekke sertifiseringer som bidrar til å sikre at vi er en mer bærekraftig virksomhet. Vi er blant annet sertifisert etter ISO14001, ISO9001, FSSC22000, Etisk Handel Basisnivå og Rainforest Alliance. I tillegg til disse sertifiseringene er vi en del av ulike initiativer som gir oss retning og forplikter i det videre bærekraftsarbeidet vårt, eksempelvis Plastløftet og Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold.

3.B.5 Støtte aktivt opp om fri fagorganisering og kollektive forhandlinger, eller der lovverket ikke tillater dette, støtte aktivt opp om andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon

Vi støtter opp om fri fagorganisering og kollektive forhandlinger, samt andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon. Dette er tydelig beskrevet i våre etiske retningslinjer som må godkjennes og signeres av alle våre leverandører.

3.B.6 Bidrag til utvikling, kompetanseheving og opplæring internt og av leverandører og arbeidere i leverandørkjeden

Vi er en lærende bedrift som kontinuerlig jobber for å utvikle våre ansatte. Vi har målsatt oss å løfte kompetansen og bevisstheten rundt bærekraft blant våre ansatte. I den anledning har vi løftet frem og presentert vår bærekraftstrategi og pågående bærekraftarbeid, som et fast agendapunkt på vårt årlige Kick-off for alle ansatte og samtlige allmøter gjennom året.

Vi er en kunde som utfordrer og stiller krav til våre leverandører gjennom vår code of conduct og løpende dialog.

3.B.7 Bekjempelse av korrupsjon og bestikkelser i egen virksomhet og leverandørkjeden

Alle våre ansatte oppfordres til å varsle dersom de opplever eller observerer kritikkverdige forhold, slik at saken kan håndteres på korrekt vis og tiltak iverksettes. Våre interne kanaler og prosedyrer for varsling av kritikkverdige forhold ble utbedret i 2023.

I våre etiske retningslinjer presiseres det at alle former for bestikkelser, er uakseptabelt, slik som bruken av alternative kanaler for å sikre illegitime private eller arbeidsrelaterte fordeler til kunder, agenter, kontraktører, leverandører eller deres tilsatte samt offentlige tjenestemenn/-kvinner.

3.B.8 Annen relevant informasjon for hvordan dere arbeider med å redusere, forhindre og håndtere negativ påvirkning

Se årets bærekraftsrapport for øvrig informasjon om vårt arbeid.

4

Overvåking av gjennomføring og resultater

Overvåkning av gjennomføring og resultater handler om å måle effekten av systematikken og eget arbeid i hvert trinn i aktsomhetsvurderingene, og viser hvorvidt virksomheten gjør gode aktsomhetsvurderinger. Virksomheten må ha systematikk og rutiner på plass for å kunne fange opp og kritisk vurdere egne konklusjoner, prioriteringer og tiltak som er gjort som en del av aktsomhetsvurderinger. Eksempelvis: Er kartlegging og prioritering av mest negativ påvirkning gjort på en faglig god og troverdig måte, og som reflekterer de faktiske forholdene? Virker tiltakene for å stanse, forebygge og/eller redusere virksomhetens negative påvirkning/skade etter hensikten? Er skade gjenopprettet der det er relevant? Dette kan gjelde tiltak virksomheten gjør selv og som utføres av eller i samarbeid med andre. Erfaringene virksomheten gjør seg med arbeidet med aktsomhetsvurderinger brukes for å forbedre prosesser og resultater i fremtiden.



4.A Overvåkning og evaluering

4.A.1 Beskriv a) hvem som har ansvar for å overvåke effekten og resultatene av tiltak iverksatt og hvordan dette gjennomføres i praksis, b) hvem som har ansvar for å evaluere arbeidet med aktsomhetsvurderinger, og hvordan dette gjennomføres i praksis

Vårt tverrfaglige bærekraftsteam er sentralt i oppfølging av tiltak, risikovurderinger og kommunikasjon internt. Teamet er ansvarlig for å gjennomføre og følge opp selskapets bærekraftstrategi, handlingsplaner og KPI-er. Leder for Bærekraft er ansvarlig for å lede og følge opp teamet. Dette arbeidet gjennomgås med Ledergruppa i Hennig-Olsen tre ganger i året, under Ledelsens Gjennomgang av miljøstyringssystemet ISO14001.

Vi har egne dedikerte innkjøpere for råvarer, emballasje og handelsvarer. Innkjøpsansvarlig for handelsvarer har, sammen med Leder for Bærekraft, ansvaret for å evaluere og implementere arbeidet med aktsomhetsvurderinger. Dette gjøres første kvartal hvert år, i forbindelse med rapportering til Etisk Handel Norge.

Utover dette er oppfølging av avvik og tilhørende tiltak sentrale tema i både eksterne og interne revisjoner.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør og/ eller måler effekten av tiltak for å redusere risiko

Vi har i en årrekke hatt egne målsettinger og handlingsplaner knyttet til bærekraft, drevet frem av et dedikert Bærekraftsteam. Tett oppfølging og konkrete KPI-er som rapporteres på jevnlig, gjør at vi kan se effekten av våre tiltak og trender over tid. Vi har blant annet mål og KPI-er for vannforbruk, energiforbruk, plastforbruk, svinn i produksjonen og varslingsaker. Dette rapporteres på i Ledelsens Gjennomgang tre ganger i året.

Vi benytter vårt Ledelsessystem for å identifisere og håndtere risiko. Dette er også tema under Ledelsens Gjennomgang for ISO9001 og ISO14001. I tillegg har vi interne og eksterne revisjoner årlig på de nevnte ISO-standardene.

Gjennom tett og jevnlig dialog, sikrer våre innkjøpere at vi identifiserer mulig negativ påvirkning og kan iverksette tiltak sammen med våre leverandører ved behov.

A decorative background image featuring two ice cream cones on a light pink surface. The top cone is filled with blue raspberry ice cream and fresh raspberries. The bottom cone is filled with vanilla ice cream and chocolate chips. Several fresh raspberries are scattered around the cones, and some golden-brown crumbs are visible at the top.

5

Kommunikasjon av hvordan negativ påvirkning/skade er håndtert

Forutsetningen for god ekstern kommunikasjon om arbeidet knyttet til virksomheters aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis er at den bygger på konkrete aktiviteter og resultater. Virksomheten skal kommunisere offentlig om relevante styringsdokumentet knyttet til aktsomhetsvurderinger, eksempelvis policyer, retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere virksomhetens faktiske og potensielle negative påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø. Kommunikasjonen bør inkludere hvordan risikoen er avdekket og håndtert, samt hvilke effekter man oppnådde av tiltakene/aktivitetene. Etter åpenhetslovens §4 skal virksomheter som er omfattet årlig offentliggjøre en redegjørelse for aktsomhetsvurderinger.

5.A. Kommunisere eksternt

5.A.1 Beskriv hvordan virksomheten kommuniserer med berørte interessenter om håndteringen av negativ påvirkning/skade

Grad av omfang vil påvirke hvordan vi som virksomhet kommuniserer med berørte interessenter om håndtering av negativ påvirkning/skade.

For saker med svært begrenset omfang, er det nærmeste definerte kontaktpunkt i Hennig-Olsen som håndterer denne kommunikasjonen. Eksempelvis Innkjøper for leverandørforhold, KAM for kundeforhold etc. Leder for Bærekraft og Bærekraftsteamet fungerer som støttespillere og rådgivende organ for våre interne kontaktpunkter. For generelle håndteringer som ikke har et forhåndsdefinert kontaktpunkt i Hennig-Olsen, er det Leder for Bærekraft som håndterer denne kommunikasjonen. Ved kommunikasjon via media eller til større interessentgrupper, vil Markedsdirektør som ansvarlig for ekstern kommunikasjon involveres.

Saker med større omfang, eventuelt saker med begrenset omfang som eskalerer, løftes opp til Ledergruppen i Hennig-Olsen. Det gjøres da en vurdering av saken og ansvar delegeres i henhold til ansvarsområde. Kommunikasjon med berørte interessenter vil da som utgangspunkt håndteres av aktuell Direktør fra Ledergruppen, i samråd med Administrerende Direktør og/eller Markedsdirektør.

5.A.2 Beskriv hvordan virksomheten kommuniserer offentlig rundt eget arbeid med kartlegging og håndtering av negativ påvirkning/skade

Vår årlige rapportering til Etisk Handel Norge belyser de største risikoer vi står ovenfor med tanke på negativ påvirkning/skade. Vi har som prinsipp at vi skal være åpne og ærlige, og deler både våre positive resultater og utfordringer. Dette gjør vi offentlig i vår årlige Bærekraftsrapport, som er tilgjengelig på våre hjemmesider. I årene fremover vil vår egne bærekraftsrapport styrkes etter inspirasjon fra CSRD, for å i større grad reflektere vårt arbeid med påvirkning, risiko og muligheter innen hele bærekraftsfeltet. I tillegg deltar vi regelmessig i ulike offentlige fora og debatter, hvor vi deler erfaringer, utfordringer og resultater fra vårt arbeid.

Interesserte kan lese om vårt bærekraftsarbeid på <https://www.hennig-olsen.no/baerekraft/>

5.A.3 Beskriv virksomhetens rutine for å ivareta og besvare eksterne henvendelser relatert til informasjonskravet pålagt virksomheter under åpenhetsloven.

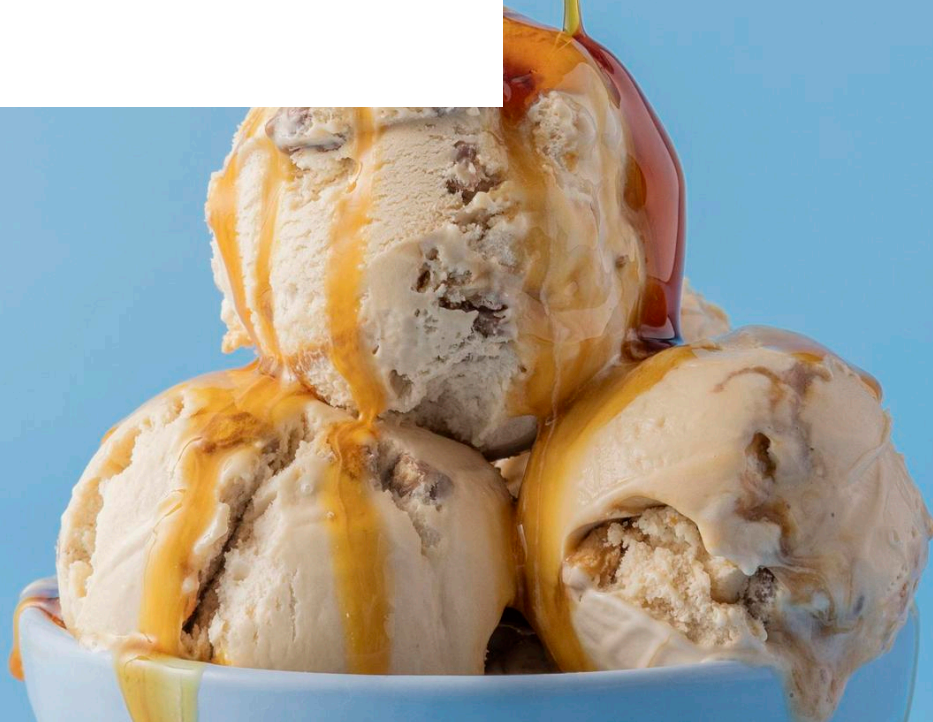
Alle interessenter kan kontakte oss enkelt via vår hjemmeside, telefon eller sosiale medier. Våre kundekontakter er kjent med kravene i Åpenhetsloven og har oversikt over hvilke kontaktpersoner som kan besvare ulike type henvendelser (ref. ansvarsmatrise i Prosedyre for Åpenhetsloven). Alle henvendelser skal besvares innen rimelig tid, ihht. krav i lovverket, og loggføres i vårt interne kvalitetssystem. Ytterligere informasjon om prosesser for dialog med våre interessenter finnes i årets bærekraftsrapport.

Link til kontaktinformasjon: <https://www.hennig-olsen.no/om-oss/kontakt/>

6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

Når en virksomhet har identifisert at den har forårsaket eller bidratt til skade på mennesker, dyr, samfunn eller miljø håndteres skaden gjennom å sørge for gjenoppretting, eller samarbeide om gjenoppretting. Gjenoppretting kan innebære økonomisk erstatning eller kompensasjon, en offentlig beklagelse, eller at skaden på annet vis rettes opp. Det handler også om å sørge for tilgang til klageordninger for arbeidere og/eller lokalsamfunn slik at de kan få sin sak hørt og håndtert.



6.A Gjenoppretting

6.A.1 Beskriv virksomhetens policy for gjenoppretting ved negative konsekvenser

Vi tar ansvar og skal bidra til gjenoppretting, dersom vår virksomhet har forårsaket eller medvirket til skade.

Utsnitt fra våre etiske retningslinjer:

"Der våre aktiviteter forårsaker eller medvirker til negativ påvirkning på mennesker, samfunn eller miljø skal vi søke å gjenopprette skaden. Der leverandøren er ansvarlig for den negative påvirkningen/skaden er leverandøren også ansvarlig for gjenoppretting."

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Det har ikke vært tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden.

6.B Sikre tilgang til klagemekanismer

6.B.1 Beskriv hva virksomheten gjør for å sikre at ansatte og andre interessenter, spesielt påvirkede arbeidere og lokalsamfunn har tilgang til varslingskanaler og klagemekanismer

Vi har interne prosedyrer og kanaler for varsling av kritikkverdige forhold. Våre ansatte oppfordres til å varsle dersom de opplever eller observerer kritikkverdige forhold, slik at saken kan håndteres på korrekt vis og tiltak iverksettes.

Utsnitt fra våre etiske retningslinjer:

"Våre leverandører skal videre ha et velfungerende system for håndtering av klager knyttet til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, miljø og korrupsjon. Leverandøren skal sørge for at slike klager kan fremsettes av arbeidere og eksterne parter, så som lokalsamfunn og sivilsamfunnsorganisasjoner."

Vi er Rainforest Alliance sertifisert. Denne ordningen stiller også krav til klagemekanismer i verdikjeden. Link: <https://www.rainforest-alliance.org/resource-item/grievance-procedure/>

Informasjon for å kontakte Hennig-Olsen ligger enkelt tilgjengelig på våre hjemmesider: <https://www.hennig-olsen.no/om-oss/kontakt/>

Kontaktinformasjon:

Hennig-Olsen Is AS
Ingrid Helmersen Muff, Leder Bærekraft
Ingrid.H.Muff@hennig-olsen.no