Oliehoorn

Maat-schappelijk Verantwoord Oliehoorn 2022

Onze ambitie?
De duurzaamste sausfabrikant
van Nederland zijn.

Voorwoord

In 2022 beleefde ik mijn 12,5 jaar jubileum binnen Oliehoorn. Een periode die ik niet had willen missen gezien de grote stappen die we gemaakt hebben. We zijn de nummer 1 keuze voor cafetaria's in Nederland geworden, met Brander mayonaise hebben we de restauratieve markt verrast en onder de consument in Nederland zijn we een steeds bekender merk aan het worden.

Ondertussen ben ik in deze 12,5 jaar vader geworden van een zoon en een dochter. Ik realiseer me dat ik hierdoor meer kijk naar de volgende grote stap die wij als Oliehoorn moeten zetten, namelijk het achterlaten van een bestendig bedrijf dat positief bijdraagt aan de wereld, in plaats van slechts gebruik te maken van haar grondstoffen.

Je kunt je afvragen in hoeverre een fabriek die sauzen bereidt überhaupt bijdraagt aan een betere wereld. Toch ben ik er in de loop van de jaren achter gekomen dat wij een belangrijk onderdeel uitmaken van een cultuur. Het frietje mayo is er al lang en zal er ook altijd blijven. Dagelijks ontvangen wij reacties van mensen die 'verliefd' zijn op onze sauzen. In alle dagelijkse drukte en chaos een vertrouwd genietmoment creëren, dat is waar wij het voor doen. En ook dat heeft de wereld nodig.

Mijn vader (directeur 1999-2019) heeft al vanaf de nieuwbouw in 2009 de eerste piketpalen geslagen voor een omgeving waarin mens, dier en milieu meer aandacht krijgen. In 2019 is dit vertaald in ons Groene Boekje; een eerste aanzet tot een beleid op duurzaam ondernemen.

Daarin hebben we mooie stappen gezet, maar er valt nu nog meer te doen. Als ik door ons bedrijf loop, zie ik de kansen die we nog niet benutten. Het verpakkingsmateriaal dat we gebruiken, de verpakkingen die we toch moeten weggooien, het deel van de reststromen dat we nog niet optimaal gebruiken. De mogelijkheid om onze eigen mensen actiever te ondersteunen bij bewuste keuzes op weg naar een gezondere levensstijl. Of heel praktisch; het vinden van een besparend alternatief voor onze stoomketel.

Als familiebedrijf is Oliehoorn gericht op lange termijn resultaten en speelt korte termijn winst een ondergeschikte rol. Vanuit daar komt ook mijn behoefte om samen met iedereen binnen Oliehoorn versneld te verduurzamen en in te zetten op een positief resultaat in meer dan cijfers alleen. Zo dragen we ons steentje bij aan een betere wereld én bestendigen we onze toekomst. Als bedrijf van bij elkaar meer dan 60 families. Voor onze kinderen en de vele generaties die nog volgen.

Samen met ons waardevolle team van sausfreaks creëren we kristalheldere doelstellingen en ambities. En een plan van aanpak om dat voor elkaar te krijgen. We zijn transparant en realistisch over wat we doen om een missiegedreven organisatie te zijn. Een bedrijf dat keuzes maakt die goed zijn voor vandaag, en voor de toekomst. Een Maatschappelijk Verantwoord Oliehoorn.

Arjan Dijk
Algemeen directeur Oliehoorn

Inhoudsopgave

Kerncijfers 4

1 Wij zijn Oliehoorn 5

2 Trends en ontwikkelingen in de markt 12

3 Focusgebieden 14

3.1 Focusgebied: Energie 16

3.2 Focusgebied: Verpakkingen 21

3.3 Focusgebied: Grondstoffen 26

3.4 Focusgebied: Afval- en reststromen 28

3.5 Focusgebied: Goede werkgever 33

4 Ambities en doelstellingen op een rij 37

We maken alledaagse eetmomenten lekkerder

en leuker met saus. Want zonder is saai.

Wij zijn er altijd bij, om meer smaak toe te voegen

en mensen blij te maken.

Maken het verschil tussen eten en genieten.

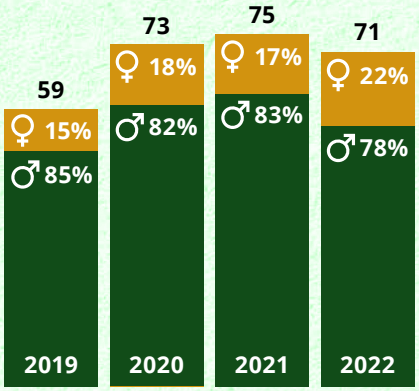
Ondernemend en groeiend.

Sámen gaan we voor beter.

Elke dag. Met een lach.

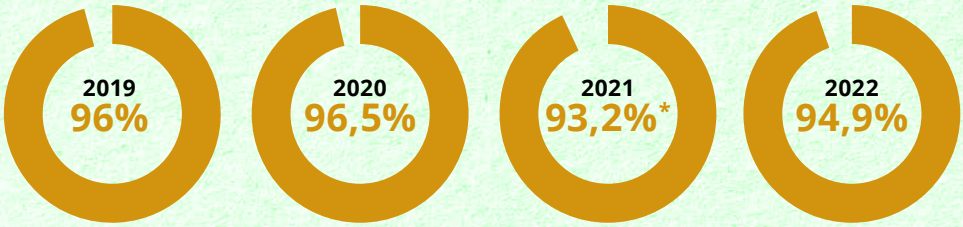
Kerncijfers

Onze collega's



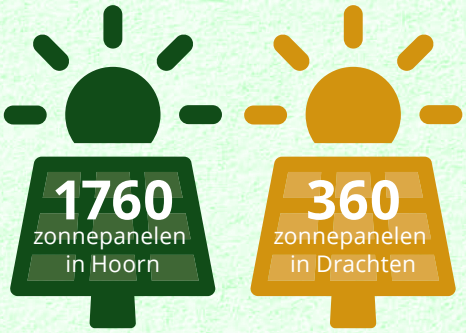
Wij bereiden
38
recepturen met
een snelheid van
60
porties saus
per seconde

Inzetbaarheid



* Covid-19 was de belangrijkste oorzaak voor een afname in inzetbaarheid.

Onze Energie



Veiligheid op de werkvloer

2019
2*
2020
1*
2021
4*
2022
3*

* Alle ongevallen waren zonder blijvend letsel.

Van het totale energieverbruik (gas + elektriciteit) voor het productieproces is **38%** in 2022 van duurzame oorsprong (zon- en windenergie).

Oliehoorn gebruikt **100%** groene elektriciteit, waarvan we een groot deel zelf opwekken via zonnepanelen In 2022 was het aandeel zelfopgewekte energie **29%**

1 Wij zijn Oliehoorn

Wij zijn Oliehoorn, wereldberoemd bij kenners

Wij zijn verzot op sauzen. Dat kan je niet zijn ontgaan. Iedere dag opnieuw werken we vanuit onze productielocatie in Hoorn met onze 54 sausfreaks aan lekkerder. Lekkerder bij een barbecue, lekkerder in het restaurant, lekkerder op een evenement of lekkerder in de snackbar. Zo zorgen onze 115 smaakcombinaties iedere dag opnieuw voor talloze genietmomenten.

Als familiebedrijf is Oliehoorn bezig met de toekomst. Als geen ander weten we hoe belangrijk het is om door te kunnen geven; van generatie op generatie. Zodat onze iconische en beminde sauzen voor altijd op tafel kunnen blijven staan. Dat we voor onze mensen een thuis blijven waar ze met plezier komen en ook met een lach vertrekken. En dat we onszelf blijven verbeteren; in smaak, werkwijze en met steeds minder impact op mens, dier en milieu. Zodat we de wereld beter achterlaten aan een volgende generatie sausmakers en sausliefhebbers.

De afgelopen jaren zijn we steeds bewuster gaan ondernemen. Met ons eerste Groene Boekje uit 2019 als basis hebben we opnieuw onze processen en activiteiten tegen het licht gehouden. Stap voor stap verbeterden we op basis van vijf focusgebieden onze werkzaamheden. Dat was pas het begin, daar zijn we ons van bewust. Dit MVO-verslag vormt een nieuw vertrekpunt waarin we concreet, goed onderbouwd en beter gestructureerd werk maken van verantwoord ondernemen. Ieder jaar opnieuw zullen we onze prestaties in kaart brengen zodat ook jij ons kunt afrekenen op doelstellingen en resultaten.

We vinden de weg naar steeds minder impact door beter grip te krijgen op onze energiehuishouding, onze verpakkingen en reststromen. Door kritisch te kijken naar de grondstoffen die we inkopen en door nog meer in te zetten op goed werkgeverschap en verantwoorde productie. Hierin zijn we zo transparant mogelijk, en we nemen je graag mee op onze reis.

Onze ambitie? De duurzaamste sausfabrikant van Nederland zijn.

Al meer dan 40 jaar sausfreaks

We beginnen officieel te tellen in het jaar 1981. Toen begon Klaas van Kalken vanuit zijn huis in Hoorn met de verkoop van spijsoliën en vetten. Van Kalken noemt zijn bedrijf De Oliehoorn en is daarmee naamgever van het merk zoals we dat vandaag de dag kennen.

Tien jaar eerder, in het Drentse Schoonebeek, begon Herman Schnieders een ander bedrijf. Met Frischo (Frites uit Schoonebeek) leverde hij frites en salades voor bewoners en bedrijven uit de omgeving. Maar Schnieders was niet tevreden over de kwaliteit van de sauzen die hij inkocht. Hij besloot zelf fritessaus en mayonaise te maken, toen al ietsje zoeter dan gemiddeld. Al snel volgde er curry en de in Drenthe vermaarde Frikansaus.

Terug naar Hoorn. Van Kalken ziet brood in de zaken van Schnieders en neemt Frischo in 1991 over. Dat betekent dat de productielocatie verplaatst naar Hoorn, maar belangrijker; hij neemt ook de sausrecepturen over. Met de uitbreiding van activiteiten verandert er meer. Het voorzetsel 'De' in de bedrijfsnaam vervalt en het logo van Oliehoorn krijgt er een kroontje bij dat refereert aan het logo van Frischo. Vanaf dat moment is Oliehoorn niet alleen leverancier van oliën en vetten, maar ook producent van sauzen aan foodservice.

In 1999 is Van Kalken op zoek is naar een opvolger. Hij benadert Wim Dijk om eigenaar te worden. Wim treedt in dienst bij Oliehoorn en neemt het bedrijf in 2002 officieel over. Oliehoorn heeft dan al een flink marktaandeel in foodservice waarvan het overgrote deel in cafetaria's.

Met Wim Dijk aan het roer ontwikkelt Oliehoorn sterk. Vooral in de horeca neemt het marktaandeel toe en de sauzen van Oliehoorn worden steeds bekender. Flessen saus worden voor het eerst aan consumenten verkocht via de toonbank van cafetaria's, en winnen snel aan populariteit.

In 2008 start de bouw van een nieuwe productielocatie en kantoren met de laatste innovaties op het gebied van energiebesparing.

Het is 2009 wanneer Arjan Dijk, zoon van Wim, bij Oliehoorn komt werken. Vanaf 2010 groeit Oliehoorn verder door met grote foodservice-klanten zoals Landal, Shell benzinestations en snackketen Smullers. Ook is er steeds meer vraag vanuit de consument naar de mayonaise, fritessaus en curry van Oliehoorn. Vanaf 2015 zijn de sauzen steeds vaker te vinden in het supermarktschap.

In het Friese Drachten opent in 2016 een tweede locatie. Hier produceert Oliehoorn speciaalsauzen zoals groente- en zuivelsauzen, marinades, spreads en dressings.

Naast de vertrouwde recepten kiest Oliehoorn ook een nieuw pad. De sausfreaks ontwikkelen nieuwe unieke smaakcombinaties. De Wimpie Saus doet zijn intrede, waarna ook de Brander Mayonaise en de Zeedijk Mayonaise volgen.

In 2019 neemt Arjan het directeursstokje officieel over van zijn vader. Zijn belangrijkste ambitie is om de Oliehoorn (smaak)belevingen op meer plaatsen uit breiden – buitenshuis, voor de industrie en voor de consument op tafel. Daarbij is de centrale vraag hoe dat verantwoord te doen. In 2019 publiceerde Oliehoorn het Groene Boekje, een eerste aanzet tot een stevig MVO-beleid.

Het is april 2022 als Oliehoorn een eigen duurzaamheidsteam samenstelt. Vijf collega's worden duurzaamheidsambassadeur, en zij nemen ieder een eigen focusgebied voor hun rekening. Ze spelen een belangrijke rol in de totstandkoming van het eerste MVO-verslag van Oliehoorn. Een startpunt om op door te bouwen naar een steeds duurzamer bedrijf.

In augustus 2022 overlijdt voormalig eigenaar Klaas van Kalken. We gedenken hem als een warme, gedreven persoonlijkheid. Van Kalkens nalatenschap voor Oliehoorn is groot.

"Als familiebedrijf zit je er voor de langere termijn in. Daarmee denk je vanzelfsprekend ook goed na over verantwoord ondernemen."

Arjan Dijk

Algemeen directeur Oliehoorn

Onze activiteiten en producten

Oliehoorn levert 38 verschillende recepturen. In onze fabriek in Hoorn bereiden we in een continu productieproces onze traditionele sauzen zoals mayonaise, fritessaus, ketchup en curry. Ook frituuroliën maken we hier. Vanuit Hoorn verpakken en distribueren we ook onze oliën voor de voedingsindustrie.

Een greep uit onze belangrijkste producten:

Sauzen

- Mayonaise
- Vegan mayo
- Fritessaus
- Currysaus
- Tomatenketchup
- Franse Mosterd
- Brander Mayonaise
- Zeedijk Mayonaise
- Clean Label Mayonaise
- Saladesaus
- Garneersaus
- Satésaus
- Ravigottesaus
- Knoflooksaus
- Wimpiesaus
- Hamburgersaus
- Barbecuesaus
- Frikansaus
- Sweet chili chipotle
- Mosterd-dillesaus
- Cocktailsaus
- Truffelmayonaise

Oliën

- Frituurolie
- Vloeibaar frituurvet
- Frituurolie Green Label
- Raapolie
- Zonnebloemolie
- Sojaolie

MVO Team

Met gepaste trots stellen we onze vijf ambassadeurs van het Oliehoorn duurzaamheidsteam voor. Vijf mensen met de kennis, visie en daadkracht om verantwoord te verbeteren. Dit is het team van collega's die er samen alles aan doen om te zorgen dat we onze ambities waarmaken.

Marcel de Wit

Focusgebied Grondstoffen

Als kwaliteitsmanager van Oliehoorn is Marcel er dagelijks verantwoordelijk voor dat alle sauzen en oliën die de productielocaties verlaten, voldoen aan de hoogste kwaliteitseisen en wet- en regelgeving. Marcel heeft naar eigen zeggen een kleine voetafdruk, maar vindt dat hij nog bewuster kan leven. Hij wil vanuit zijn rol vooral meer richting geven aan de alternatieven die er zijn om verantwoorder en duurzamer te produceren. Bijvoorbeeld door hoogwaardigere grondstoffen dichterbij in te kopen.

'Ik vind het belangrijk dat we een goed gefundeerd verhaal vertellen over de impact die we maken.'

Annemarie Velker

Focusgebied vitale medewerkers & verantwoorde werkgever

Annemarie is de spin in het web van Oliehoorn, ze werkt al 12 jaar als managementassistent. Een echt 'mensen mens'. Daarom past het focusgebied vitale medewerkers goed bij haar. De afgelopen jaren werkte ze al aan een fijner werkklimaat op de kantoren, met meer planten en zit-sta bureaus als resultaat. Annemarie ziet het als een uitdagingen haar collega's mee te nemen in het MVO-verhaal zonder ze te betuttelen.

'Als ambassadeur van het Oliehoorn duurzaamheidsteam heb ik een voorbeeldfunctie. Dat betekent dat ik vaker met de fiets naar het werk kom.'

Tim Konst

Focusgebied Energie

Duurzaamheid speelt een belangrijke rol in het dagelijks leven van Tim en hij probeert in alles bewuste keuzes te maken. Als teamleider verkoop binnendienst weet hij alles over de behoefte van de klant en daarmee ook over de toenemende vraag naar gezonde, duurzaam geproduceerde sauzen en oliën. Ook was Tim betrokken bij het eerste Groene Boekje. Voor Tim is het heel belangrijk dat zijn werkgever investeert in duurzame ontwikkeling.

‘Oliehoorn verdient het om in dit eerste MVO-verslag het ambitieniveau verder op te hogen.’

Jan Sjouke van der Heide

Focusgebied Verpakkingen

Jan Sjouke werkt sinds 2022 voor Oliehoorn. Als ervaren inkoopmanager heeft hij veel van de wereld gezien. Jan Sjouke kent dan ook de risico’s en uitdagingen die er bestaan in voedselland. Eén van zijn eerste projecten is het optimaliseren van het verpakkingsportfolio. Zowel upstream als downstream ziet Jan Sjouke veel kansen tot besparing en recycling.

‘De dynamiek van een familiebedrijf en het belang van volgende generaties maakt dat we als Oliehoorn snel kunnen schakelen. Ook op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen.’

Arjan Dijk

Focusgebied Afvalstromen

Als algemeen directeur voelt Arjan het als zijn verantwoordelijkheid om een voorbeeld te zijn en zijn team mee te nemen in de transitie. Alleen samen kan Oliehoorn het verschil maken en haar ambities en doelstellingen behalen. Het thema afvalstromen gaat Arjan aan het hart, maar hij is ook nauw betrokken bij alle andere MVO-thema’s binnen Oliehoorn.

‘Als ik door de fabriek loop voel ik keer op keer de noodzaak om meer werk te maken van duurzaamheid. Minder verpakkingen, verantwoorde grondstoffen en minder afval. Er is genoeg te doen.’

Trends en ontwikkelingen in de markt

Trends en ontwikkelingen in de markt

Onze bedrijfsactiviteiten zijn van invloed op de wereld om ons heen. Met dit verslag brengen we deze impact in kaart en formuleren we ambities die ons helpen te verbeteren. Maar als voedselmerk bewegen we ook in een markt die wordt beïnvloed door maatschappelijke, economische en sociale dynamiek. Als Oliehoorn houden we continu zicht op wat er om ons heen gebeurt en hoe we hier optimaal op kunnen inspelen. Zo minimaliseren we risico's en verzilveren we onze kansen.

De belangrijkste trends en ontwikkelingen op een rij:

De markt

- In 2022 groeit de foodmarkt krachtig, vooral door het herstel van Foodservice.
- De komende jaren wordt gemak het belangrijkste aankoopmotief. (FSIN, 2022).
- Een tegenhanger van de voorziene groei is de hoge inflatie. (ABN AMRO, 2022).

Gezondheid

- Overgewicht is één van de grootste gevaren voor onze volksgezondheid. In 2030 is 55% van de volwassen bevolking in Nederland te zwaar. De ambitie van het Nationaal Preventieakkoord is om het percentage overgewicht in 2040 terug te dringen tot het niveau van 1995: 38%. (FSIN, 2022)

Arbeid

- De krappe arbeidsmarkt is een grote belemmering voor bedrijven op dit moment. Personeelstekort remt de groei en is vanuit het perspectief van bedrijven problematisch. (ABN AMRO, 2022)

Verpakkingen

- De plastic verpakking blijft een uitdaging, want we willen naar minder verpakkingen, terwijl de totale hoeveelheid plastic verpakkingen blijft stijgen. (ING, 2021)

Verantwoorde consument

- De Nederlandse consument heeft in 2020 gemiddeld 21% meer besteed aan duurzaam voedsel in de supermarkt dan het jaar daarvoor. Voor oliën en sauzen was die verandering zelfs 27,5%. (CBS Monitor Duurzame Voeding 2020)
- 60% van de mensen zegt meerdere duurzame productkenmerken relevant te vinden bij de aankoop van producten, zoals keurmerken ten behoeve van diervriendelijkheid, een recyclebare verpakking, of een plantaardig product. (Agrifood monitor 2021)
- 60% van de consumenten zegt ook bereid te zijn meer te betalen voor duurzame producten. (Agrifood monitor 2021)

Voor Oliehoorn betekenen deze ontwikkelingen het aanbrengen van focus op continuïteit en tegelijkertijd flexibiliteit in ons bedrijf. Wij willen de kwaliteit en beschikbaarheid van onze producten blijven garanderen en tegelijkertijd onze afnemers flexibel bedienen door middel van innovatie in producten en duurzame verpakking.

Focus-gebieden

Aan de slag met MVOliehoorn

Oliehoorn staat voor ambachtelijk. We maken de lekkerste sauzen met liefde, geduld, passie en trots. Daarmee willen we zoveel mogelijk mensen maximaal laten genieten van hun eetmoment. Maar dat is niet het enige. Het is onze ambitie om sauzen te produceren op een manier die goed is voor mens, dier en milieu. Een omvangrijk streven, dat we concreet maken met vijf focusgebieden die ons helpen om richting en invulling te geven aan het MVO-beleid van Oliehoorn:

1. Energie
2. Verpakkingen
3. Grondstoffen
4. Afval- en reststromen
5. Goede werkgever

In het volgende hoofdstuk gaan we per focusgebied dieper in op de achtergrond, op wat we nu al doen om duurzamer te produceren én welke nieuwe projecten we willen starten om verder te verbeteren. Ook formuleren we voor ieder onderwerp een specifieke, meetbare doelstelling waar we werk van maken.

Focusgebied: Energie

‘Door kritisch te kijken naar het energieverbruik van onze operatie ontstaan er veel kansen om te verbeteren.’

Tim Konst
Teamleider verkoop binnendienst

1. Energie

Van pasteurisatie tot schoonmaken van onze productielijnen; het maken van de lekkerste sauzen kan niet zonder gebruik van energie. De opwekking van deze energie leidt in de meeste gevallen tot uitstoot van broeikasgassen zoals CO2. Door meer grip te krijgen op ons energieverbruik zien we kansen om onze CO2 uitstoot te verminderen. Daarom stellen we onszelf de volgende vragen:

1. **Hoe kunnen we energie besparen?**
2. **Kunnen we meer gebruik maken van natuurlijke energiebronnen zoals zon of wind?**
3. **Wanneer er echt geen alternatief is voor fossiele brandstoffen, hoe gebruiken we deze dan zo efficiënt mogelijk?**
4. **Tot slot, kunnen we de CO2-uitstoot die overblijft, compenseren? Bijvoorbeeld door het planten van bomen of de inkoop van certificaten?**

De afgelopen jaren hebben we al stappen gezet naar besparing en efficiënter gebruik van energie. Hoe we dat doen en waar we staan, vertellen we je graag.

Onze eerdere ambities

In 2019 publiceerden wij ons eerste Groene Boekje. Hierin benoemden we voor het focusgebied Energie de volgende ambities:

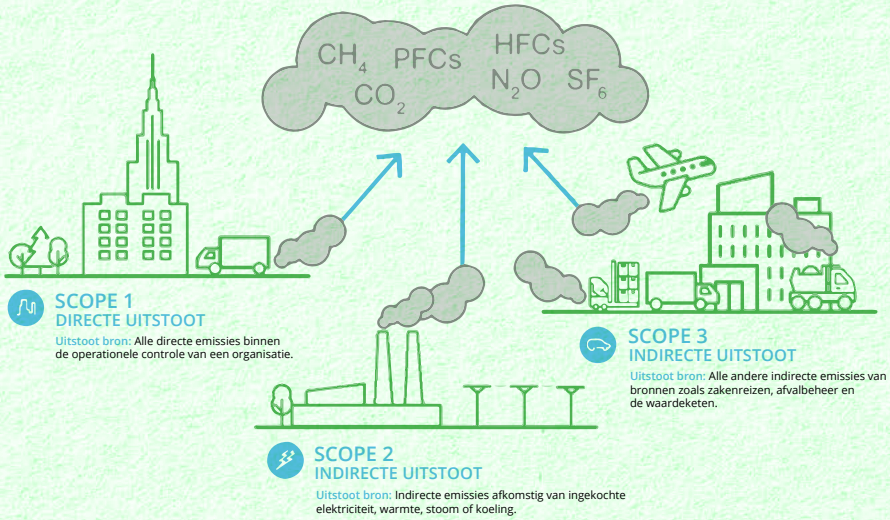
Klimaatneutraal produceren per 2020 – Niet behaald
Ondanks dat we deze doelstelling niet behaald hebben, vinden we dat de ambitie omhoog moet. Klimaatneutraal betekent dat we de volledige uitstoot die we als bedrijf doen, compenseren door de aankoop van CO2-certificaten. Dit doen we wel voor onze elektriciteit: die is 100% groen. Voor gas is dat helaas niet het geval. Compenseren is een mooie tussenstap, maar uiteindelijk willen we vooral meer gaan besparen en toewerken naar nul emissies in 2050.

Wagenpark overgezet op elektrische leaseauto’s in 2023 – Goed op weg!
Een mooi streven. Ons eigen wagenpark is al behoorlijk in transitie. We zetten dus in op 100% elektrisch. Eind dit jaar worden er drie personenauto’s vervangen voor elektrische alternatieven. Alleen onze vertegenwoordiger voor de Duitse markt rijdt nog niet elektrisch. Ook hebben we nog twee kleine transportbusjes die op diesel rijden, die zijn nog niet toe aan vervanging.

De achtergrond

Als het gaat over footprints en CO2 besparing zijn er verschillende perspectieven waarmee je als bedrijf aan de slag kunt. De meest gestandaardiseerde aanpak is het Green House Gas protocol. Deze aanpak rekent het energieverbruik grondig door.

DE 'SCOPES' VAN ONZE CO2 FOOTPRINT



Om te weten waar we staan en welke kant we op willen, hebben we over de jaren 2019, 2020, 2021 en 2022berekend wat onze CO2-footprint is basis van Scope 1 en 2, en hoe die is verbeterd. Zo kunnen we voor de komende jaren goed onderbouwde doelstellingen formuleren.

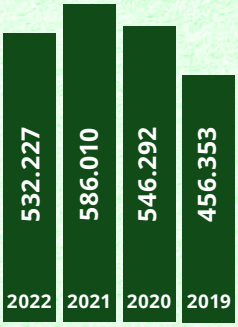
Onze CO2 footprint

Om onze footprint zo volledig mogelijk in kaart te brengen, hebben we de cijfers uitgesplitst. Zo kunnen we beter sturen op besparingen. De volgende punten beïnvloeden onze footprint:

- Oliehoorn gebruikt 100% groene elektriciteit, waarvan we een groot deel zelf opwekken via onze 2120 zonnepanelen (29% in 2022).
- Van het totale energieverbruik (gas + elektriciteit) voor het productieproces is 55% in 2022 van duurzame oorsprong (zon- en windenergie).
- Gasreductie is een belangrijk speerpunt.
- Onze koelingen en airco's gebruiken koudemiddelen. Op termijn willen we deze koudemiddelen vervangen voor natuurlijke koudemiddelen.

Footprint scope 1 & 2**	2022	2021	2020	2019
Totaal CO2e-uitstoot (kg)	532.227	586.010	546.292	456.353
• Kg CO2e- uitstoot energie	532.227	506.310	455.901	456.353
• Kg CO2e uitstoot koudemiddelen	0	79.700	90.391	-
Relatieve uitstoot (kg CO2e/ ton productie)	23	28	32	24
Percentage duurzame energie	38% **	37%	36%	38%

Totaal CO2e-uitstoot (kg) Scope 1 & 2



* Scope 1 en 2 in lijn met het GHG-protocol. Alle locaties zijn in scope en zijn met de 'aandeel methode' geconsolideerd. De emissiedata van CO2emissiefactoren is gebruikt.

** Voornaamste aanleiding voor deze verhoging is het niet vervangen van koudemiddelen in 2022.

Projecten waar we werk van maken

1. Bestaande oplossingen die leiden tot besparing

Locatie: Hoorn

Toen Oliehoorn in 2009 haar nieuwe fabriek betrok, hebben we uiteenlopende besparingsmaatregelen getroffen. Dat waren investeringen die resulteerden in een energie-efficiënter productieproces. De grootste energieverbruiker in de fabriek in Hoorn is de stoomketel waarmee we sauzen pasteuriseren. Nadat de sauzen opgewarmd zijn, moeten ze ook weer worden afgekoeld, en ook dit proces vraagt energie. Een deel van de warmte die vrijkomt, gebruiken we via een rookgascondensor om de heet-water tank te verwarmen. Dit hete water wordt gebruikt voor reinigen van de productielijn, zo besparen we zo'n 15%. Ook verwarmt restwarmte van de stoomketel het magazijn. Sinds 2019 liggen er 1780 zonnepanelen op het dak van onze locatie in Hoorn. Ook is er overal ledverlichting geïnstalleerd.

We zien aanknopingspunten om restwarmte nog efficiënter te gebruiken, en gaan hier de komende tijd ook mee aan de slag. Ondanks dat we in Hoorn weinig koelingen hebben, is er nog wel sprake van synthetische koudemiddelen. Ook hier willen we overstappen op natuurlijke koudemiddelen.

2. Besparingen en verbeteringen in ons productieproces

Voor de bereiding van een deel van onze sauzen is pasteurisatie nodig. Met stoomketels die werken op aardgas pasteuriseren we zo'n 100 uur per week. Om volledig over te stappen op een fabriek zonder gebruik van fossiele energiebronnen oriënteren we ons op elektrische pasteurisatieketels. Dat begint bij een nieuwe productielijn die in 2024 gereed zal zijn. Het is nog onduidelijk of bij een capaciteitsuitbreiding naar elektrische stoomketels de piekbelasting op het elektriciteitsnet niet overschreden wordt. Daarom is een goede samenwerking met de Provincie Noord-Holland en onze machinebouwers van belang. In het pasteurisatieproces zouden we ook restwarmte beter kunnen benutten. Door een extra warmtewisselaar aan de wanden van onze ketels te monteren, kunnen we de heetwatertank effectiever verwarmen.

3. Transport

Onze sauzen en oliën worden gebruikt op evenementen, in restaurants, in snackbars en thuis. Om vanuit Hoorn op jouw bord terecht te komen, reizen onze sauzen veelal met vrachtwagens naar hun bestemming. De transportsector werkt hard aan duurzamere alternatieven en je hoort dan ook steeds vaker over elektrische trucks, waterstofvrachtwagens en biobrandstoffen. Voor de langere afstanden die onze sauzen overbruggen, zijn op dit moment alleen nog de Euro 6 brandstofmotoren geschikt. Samen met onze transportpartner Simon Loos verkennen we de mogelijkheden van duurzamere alternatieven. Zo kan HVO (synthetische diesel) een mooie tussenoplossing zijn, op weg naar groottransport op waterstof of elektriciteit. Simon Loos houdt ons op de hoogte van de laatste innovaties en wij blijven hen vragen naar de beschikbare en duurzame alternatieven.

We hebben natuurlijk ook zelf veel invloed op het reduceren van uitstoot. De snelste besparing klinkt heel simpel; meer saus en oliën in minder vrachtwagens. Want minder transportbewegingen leiden vanzelfsprekend tot minder uitstoot. We kijken voortdurend bij welke van onze klanten in foodservice en de industrie we bestellingen kunnen bundelen. Denk hierbij aan bijvoorbeeld één vol transport per maand, in plaats van kleinere deelbestellingen per week. Wij stimuleren onze klanten te kiezen voor grote bestellingen door ze te belonen met een kleine korting.

Ambities:

- Voor onze nieuwe productielijn kiezen we voor een stoomketel die op een duurzame wijze wordt verwarmd. Hoofdzakelijk met elektriciteit, maar ook door bijvoorbeeld gebruik te maken van restwarmte die elders vrijkomt.
- Een 100% elektrisch leasewagenpark.
- Extra aandacht voor het nog verder terugdringen van het aantal transportbewegingen.
- Aan de slag met inzicht in de klimaatemissies in onze keten (Scope 3).

Doelstelling:

- Halvering CO2 voetafdruk van productie in 2030 ten opzichte van 2019 (relatieve uitstoot productie in kg CO2 per ton geproduceerd).
- Geen CO2-uitstoot in 2050 (0 emissies scope 1 en 2).

Focusgebied: Verpakkingen

‘We kijken niet alleen naar downstream, maar ook upstream proberen we het gebruik van verpakkingen te verminderen en ze 100% recyclebaar te maken.’

Jan Sjouke van der Heide
inkoper

2. Verpakkingen

Zo op het eerste oog heb je het misschien niet in de gaten, maar de verpakking van onze sauzen, oliën en vetten vervullen veel belangrijke functies. De emmers, flessen, sachets, cruzers en bulk containers zorgen voor optimale kwaliteit, lange houdbaarheid en efficiënt transport. Ook zijn het belangrijke communicatiedragers en zorgen ze voor gebruiksgemak.

Naast al deze positieve functies hebben onze verpakkingen ook een negatieve impact. Zo produceren we per jaar ongeveer 10 miljoen consumentenverpakkingen, zo’n 4 miljoen grootverpakkingen en bijna 40 miljoen portieverpakkingen. In de hele voedselsector is het gebruik van verpakkingsmaterialen een belangrijk thema. Ook bij Oliehoorn zijn we continu bezig met efficiënter, slimmer en gebruiksvriendelijker verpakken. Dit is hoe we dat doen:

1. **We gebruiken minder grondstoffen per verpakking;**
2. **We kiezen voor beter recyclebare verpakkingen;**
3. **We ontwikkelen slimme verpakkingsoplossingen zoals retoursystemen of grootverpakkingen.**

Onze eerdere ambities

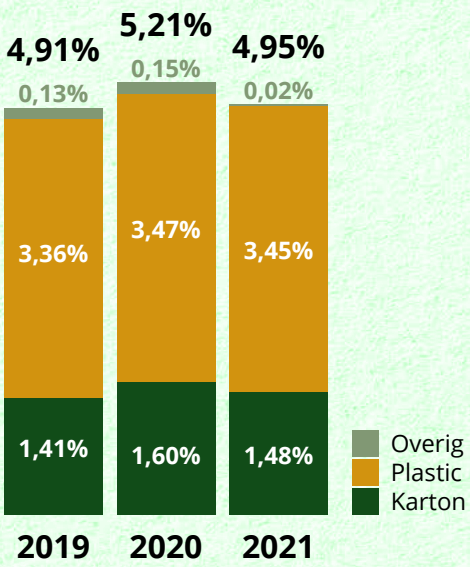
In 2019 publiceerden wij ons eerste Groene Boekje. Hierin benoemden we voor het focusgebied verpakkingen de volgende ambities:

Alle verpakkingen in 2024 100% recyclebaar – Goed op weg!
Een mooie ambitie. Voor onze fles zijn we goed op weg. Kijk voor overige prestaties naar tabel 3.

Verpakkingen in cijfers

Het percentage verpakkingen per kilogram eindproduct ligt rond de 5%, maar fluctueert per jaar. De komende jaren zetten we in op reduceren van verpakking en het beter recyclebaar maken van al onze verpakkingen.

Totaal % per verkocht kg



Overzicht van onze verpakkingen en de samenstelling:

Verpakking	Samenstelling	Recyclebaar
Karton	Papier	100%
Fles (excl. etiket)	Polypropeen	100%
Dop	Polypropeen	100%
Bag In Box	LLDPE, EVOH	Verwacht 2023
Sachet	PET/PE	Nog niet
Etiket	Polypropeen/niet koud afwasbare lijm	Verwacht 2023
Emmers (excl. etiket)	Polypropeen	100%
Deksel	Polypropeen	100%
IML (In-mould labeling)	Polypropeen	100%

Projecten waar we werk van maken

1. The road to... 100% recyclebare fles

De iconische Oliehoorn fles voor curry, ketchup, mayonaise en fritessaus, bekend uit de supermarkt bij jou om de hoek is het afgelopen jaar flink veranderd. Samen met onze verpakkingsleverancier zijn we aan de slag gegaan om hem 100% recyclebaar te maken. Dat betekent dat de fles volledig uit een en hetzelfde type kunststof bestaat dat goed te recyclen valt. In het geval van de Oliehoorn-fles bestaat deze uit polypropyleen. De fles heeft een volledige remake gekregen. Zo bestaat de dop nu uit hetzelfde materiaal als de fles en is het silicone membraam verwijderd. Enige uitdaging die we nog hebben is de lijm van het etiket. Om volgens de richtlijnen van het KIDV (Kennisinstituut Duurzaam Verpakken) volledig recyclebaar te zijn, moet ook de lijm onder een temperatuur van 40 graden afwasbaar zijn. Op dit moment zijn we samen met onze verpakkingsleverancier druk bezig om deze laatste stap te zetten.

De introductie van de nieuwe verpakking is nog niet vlekkeloos, we lopen met deze nieuwe fles nog tegen kinderziektes aan. Zo is de nieuwe dop nog kwetsbaar wat kan leiden tot lekkage. Samen met onze leverancier werken we nu aan verbetering en presenteren we zo spoedig mogelijk een verbeterde variant.

2. Oplossingen op maat

Een grote besparingsstap die we al een paar jaar geleden hebben gezet, is de introductie van de cruzer, een verrijdbare container voor 300 ltr. frituurolie. De inhoud van deze container staat gelijk aan 18 bag-in-box verpakkingen van 15 ltr. frituurolie. Na gebruik reinigen we de Cruzer en vullen we hem weer opnieuw. Dat levert niet alleen een grote besparing op van nieuwe grondstoffen voor verpakkingen, maar zorgt ook voor meer gebruiksgemak. Landal Green Parks is een tevreden gebruiker van de cruzers.

Een andere belangrijke klant van Oliehoorn is Wildlands. Aan hen leveren we onze sauzen in sachets. Omdat ook Wildlands ambitieuze doelstellingen kent ten aanzien van verpakkingsmaterialen, hebben we onderling een afspraak gemaakt dat we in 2024 een 100% recyclebaar alternatief aan ze leveren. Deze kennis en innovatie kunnen we ook gebruiken voor onze andere producten en bij andere klanten.

3. Onze favoriete sauzen in een (Pieter) Pot

Sinds 2021 levert Oliehoorn vegan mayonaise aan Pieter Pot. Zij bewijzen hoe gemakkelijk het is om alledaagse voedselproducten ook zonder single use kunststofverpakking te kunnen verkopen. Onze vegan mayonaise wordt bezorgd in herbruikbare potten van 0,5 liter die na gebruik grondig worden gereinigd. Zo wordt iedere pot ruim 40 keer hergebruikt. Inmiddels levert Pieter Pot al aan meer dan 70.000 klanten door heel Nederland.

Voor ons als Oliehoorn is dit niet alleen een mooie kans om onze lekkere sauzen bij nog meer mensen op tafel te krijgen. Ook geloven wij in de missie van Pieter Pot en merken we dat deze samenwerking ons helpt om verder na te denken over alternatieve manieren van verpakken. Op dit moment zijn onze sauzen nog merkloos te koop, maar op den duur hopen we dat het Oliehoorn merk in hun webshop te vinden is. Wij verwachten dat de komende jaren de samenwerking met Pieter Pot verder zal uitbreiden en ook onze fritessaus, mayonaise en curry in een pot te koop zullen zijn.

Ambities:

- We verlagen van het percentage verpakkingsmateriaal per kg verkocht product.
- 100% recyclebare sachets in 2023.
- We onderzoeken de mogelijkheid om verpakkingen retour te halen voor hergebruik.
- We monitoren bij verpakkingen constant de mogelijkheden voor een recyclebare optie.

Onze doelstellingen:

- Een 100% recyclebaar verpakkingsportfolio in 2024.

Focusgebied: Grondstoffen

‘Oliehoorn is verantwoordelijk voor sturen op transparante en kortere ketens, samen met onze leveranciers.’

Marcel de Wit
Kwaliteitsmanager

3. Grondstoffen

Om de allerbeste sauzen en oliën te maken, heb je grondstoffen nodig van de hoogste kwaliteit. En dat gaat verder dan eersteklas producten alleen. Bij de inkoop van onze grondstoffen houden we rekening met factoren die van invloed zijn op mens, dier en milieu. Door de aanvoerketens van grondstoffen zo kort en transparant mogelijk te houden, hebben we als producent zoveel mogelijk grip op potentiële risico’s. We zetten de belangrijkste op een rij[1]:

- Dierenwelzijn
- Bestaansmiddelen van arbeiders/ landbouwers
- Werknemersrechten
- Watergebruik
- Natuurlijke grondstoffen
- Klimaatverandering
- Behoud van biodiversiteit

Bij Oliehoorn willen we een belangrijke rol vervullen in het verbeteren van omstandigheden door de gehele keten – dus bij ieder bedrijf waar wij inkopen en waar onze leveranciers op hun beurt inkopen. Eind vorig jaar deed Oliehoorn voor de tweede keer een IMVO self-assessment. Dit hielp ons om verbeteringen te identificeren. Met een score van 37,6% zien we een duidelijke verbetering ten opzichte van een jaar eerder (26,8%), maar is er nog genoeg ruimte voor verbetering. De komende jaren gaan we aan de slag om meer grip te krijgen op onze ketens en verantwoord in te kopen.

Onze eerdere ambities

In 2019 publiceerden wij ons eerste Groene Boekje. Hierin benoemden we voor het focusgebied Grondstoffen de volgende ambitie:

In 2025 willen wij al onze producten produceren zonder kunstmatige geur-, kleur en smaakstoffen – Behaald!
We hebben deze doelstellingen gerealiseerd. Geen van onze producten bevat namelijk kunstmatige, geur-, kleur of smaakstoffen. Tijd voor aangescherpte ambities.

[1] Uit: Stappenplan IMVO-risicomanagement 2022

Grondstoffen in cijfers

Top 10 grondstoffen in kg van klein naar groot + herkomst

	Grondstof	Herkomst
1	Raapolie	Australië, Europa
2	Sunflower oil	Zuid-Amerika, Europa
3	Suiker	Nederland
4	Sunflower oil High Oleic	Argentinië, Europa
5	Azijn	Nederland
6	Sojaolie Non gmo	Zuid-Amerika, Noord-Amerika, Europa
7	Tarwezetmeel	Zuid-Amerika, Noord-Amerika, Europa
8	Soja regulier	Zuid-Amerika, Noord-Amerika, Europa
9	Eigeel	Europa
10	Mosterd	Europa, Azië

Projecten waar we werk van maken

1. Eigeel; onze enige dierlijke grondstof

Onze sauzen bestaan bijna volledig uit plantaardige ingrediënten. Alleen voor onze mayonaises en fritessauzen is kippeneigeel onmisbaar. Een belangrijk punt van aandacht. Onze fritessauzen en mayonaises – en daarmee het overgrote deel - worden op dit moment nog bereid met scharreleigeel. Scharreleieren zijn beter dan legbatterij-eieren, maar ook scharrelkippen hebben nog steeds een beperkte kwaliteit van leven. Het komende jaar gaan we met onze leverancier om tafel om te kijken naar verbeteringen en oplossingen.

2. Kwaliteit en duurzaamheid in de keten

Hoogwaardige grondstoffen maken de allerlekkerste sauzen. Onze inkopers proberen op verschillende manieren grip te houden op de kwaliteit van meer dan 100 verschillende grondstoffen afkomstig van zo'n 20 leveranciers van over de hele wereld. Dat gaat veel verder dan de kwaliteit van het product alleen. Bij het aangaan van samenwerkingen met onze partners geven wij de hoogste prioriteit aan de voedselveiligheid met een duurzaam karakter. Wij voelen ons verantwoordelijk voor de hele keten vanaf de boer tot aan het bord. Bij Oliehoorn willen we een belangrijke rol vervullen in het verbeteren van de omstandigheden door de hele keten. Door het scoren op de juiste onderdelen kunnen de leveranciers het Oliehoorn Green Partner certificaat uitgereikt krijgen. Op deze manier maken we elkaar sterker en dragen we bij aan een duurzamere wereld.

Uiteraard kopen we zoveel mogelijk producten in die gecertificeerd zijn conform het Global Food Safety Initiative, zoals IFS en FSSC 22000. Ook conformeren we ons aan de internationale OESO-richtlijnen (OECD Guidelines for Multinational Enterprises) en de UN Guiding Principles on Business & Human Rights.

3. Beperken van gebruik risicovolle grondstoffen

Niet iedere grondstof kent dezelfde risico's als het aankomt op duurzaamheid. Het merendeel van de grondstoffen die we inkopen komt uit Europa, en zijn daarmee van een lager risiconiveau dan bijvoorbeeld producten uit Zuid-Amerika of Azië. We halen onze grondstoffen altijd van zo dichtbij mogelijk. Grondstoffen met een hoger risico zijn in ons geval xanthaangom, soja- en palmolie. Bij het verbouwen en verwerken hiervan liggen kinderarbeid, slechte arbeidsomstandigheden of gebrekkig natuurbeheer op de loer. Bij het inkopen van deze grondstoffen zijn we dan ook extra alert.

Niet alleen proberen we bij dit type grondstof te kiezen voor gecertificeerde en verantwoorde opties, we kijken ook waar we deze grondstoffen kunnen vervangen of minder kunnen gebruiken. Dat is niet altijd even makkelijk. Neem bijvoorbeeld palmolie; veel van onze klanten vinden de bakeigenschappen van palmolie in ons frituurvet onvergelijkbaar met beschikbare alternatieven. Het is dan ook aan ons de taak om te blijven innoveren.

Ambities:

- We gaan grondstoffen nog meer lokaal inkopen om het aantal transportkilometers in onze keten te beperken.
- We doen onderzoek naar de problemen rond onze risicogrondstoffen xanthaangom, palmolie en sojaolie en kijken waar nodig naar betere alternatieven.
- Samen met onze leveranciers zetten we in op meer ketentransparantie door o.a. het verder uitbreiden van onze eigen audit.
- In 2023 gaan we actief aan de slag met de adviezen die zijn voortgekomen uit het IMVO self-assessment om verder te verbeteren ten opzichte van 2022.
- Verkenning naar het verkrijgen van een B Corp certificering.
- Verdere productinnovaties op het gebied van suiker- en zoutreductie.

Onze doelstellingen:

- In 2024 hebben we de volledige handelsketen van onze top 5 grondstoffen in kaart.

Focusgebied: Afval- en reststromen

‘Als je weet dat een derde van het eten op de wereld wordt weggegooid, terwijl er mensen zijn die van de honger sterven, dan voel je je verantwoordelijk om na te denken bij alles wat je weggooit.’

Arjan Dijk
Algemeen directeur

4. Afval- en reststromen

Het beperken van afval- en reststromen is de kortste weg naar besparing en verduurzaming. Mondiaal gezien gooien we een derde van al het voedsel weg. Tussen de 30% en 50% hiervan gooit de eindgebruiker of consument zelf weg. De rest van de verspilling ontstaat bij de productie door de verwerker en is in veel gevallen te vermijden. Ook wij als voedselproducent moeten dus verantwoordelijkheid nemen in het terugbrengen van iedere afval- of reststroom. Dat begint bij in kaart brengen. Een deel hiervan hebben we helder in beeld, en over een ander deel hebben wij minder inzicht. Daar gaan we mee aan de slag.

Reststromen in cijfers

Kilogram reststromen ten behoeve van diervoerders versus totale productie Oliehoorn:

Jaar	Percentage
2020	4,9%
2021	4,5%
2022	5,5%

* Een reden voor het iets hogere percentage reststromen in 2022 is o.a. het hogere percentage afgekeurd product. Dit is een extra stimulans voor Oliehoorn om hier nog kritischer naar te kijken.

Projecten waar we werk van maken

1. Verwerking van reststromen
Sinds de bouw van de fabriek in 2009 heeft Oliehoorn haar eigen waterzuiveringssysteem. Daardoor kunnen we het water dat we overhouden na bijvoorbeeld reiniging van onze productielijnen optimaal verwerken. We scheiden vocht van spoelwater en schoonmaakchemie van de sausresten. Zo kunnen we het water wat overblijft vervolgens lozen op het riool en het uiteindelijk terugvloeit als oppervlaktewater.

De overige reststromen van afgekeurde sauzen of resten die bij reiniging van onze productielijnen zijn overgebleven, leveren we aan een derde partij. Die maakt van deze reststromen diervoer. Sinds 2022 wordt het deel van de vaste stof die niet kunnen worden gebruikt als diervoeders, verwerkt tot groene brandstof.

2. Mogelijke besparingen in productie
Bij het wisselen van saus-type in ons productieproces blijft er altijd saus over in de leidingen. Daarbij wordt er zo'n 5000 ltr. saus gedegradeerd tot reststroom waar diervoeders van wordt gemaakt.
De aanschaf van een zogenaamde 'mol' kan deze hoogwaardige saus behouden voor menselijke consumptie. De mol perst de saus die nog in de leidingen zit door tot aan de vulband en levert zo een directe besparing op. Het komende jaar onderzoeken we of we deze mol kunnen aanschaffen voor de bestaande productielijn. Sowieso zal een mol in de lijn onderdeel uitmaken van de nieuwe productielijn die in 2024 wordt opgeleverd.

Ook voor onze ongebruikte kunststof verpakkingen werkt Oliehoorn sinds de zomer van 2022 samen met een bedrijf die deze terugneemt en verwerkt tot granulaat. Deze worden vervolgens weer verwerkt tot nieuwe verpakkingsmaterialen.

3. Portionering
Wij willen dat iedereen zo veel mogelijk geniet van onze sauzen. De juiste portie speelt hierbij een belangrijke rol. Wanneer je bij een cafetaria in een prullenbak kijkt, zie je vaak sausresten in de bakjes. Met onze sausdispensers kunnen onze klanten altijd de juiste portie saus serveren. Een standaard portiemaat dus. Zo is 'een extra pompje' niet nodig. Ook het verkleinen van het sausvakje in het patatbakje zorgt voor minder verspilling. We slaan hiermee twee vliegen in een klap: we gaan verspilling van onze saus tegen én zorgen voor een gezondheidsvoordeel.

Ambities:

- We verkennen de technische mogelijkheden om ons leidingwerk nog efficiënter leeg te maken, zodat er minder waardevolle saus verloren gaat bij schoonmaakwerkzaamheden.
- Verder in kaart brengen van onze afval- en reststromen.
- Onze productie anders plannen, met minder reststromen als resultaat. Implementatie van technologische hulpmiddelen die helpen om tijdens het productieproces nog beter grip te krijgen en sneller te kunnen inspelen op productierisico's.

Doelstellingen:

- Terugbrengen van rest- en afvalstromen naar maximaal 4% in 2025.

Goede werkgever

'Verbeter de wereld. Begin bij jezelf'

Annemarie Velker
Management Assistente

5. Goede werkgever

Bij Oliehoorn zijn we ons bewust van het feit dat een gezonde en gelukkige werknemer het begin is van een goed product. Daarom maken we werk van veilige en gezonde arbeidsomstandigheden. En dat gaat verder dan op de werkvloer alleen. We voelen ons ook verantwoordelijk voor onze mensen buiten werktijd. Alleen door met elkaar te investeren in een ontspannen, gezonde en veilige werkomgeving blijven onze medewerkers gelukkig – het liefst tot aan hun pensioen.

Onze eerdere ambities

In 2019 publiceerden wij ons eerste Groene Boekje. Hierin benoemden we voor het focusgebied medewerkers de volgende ambitie:

Een fietsplan dat voor 2020 op de agenda staat – Op weg
Voor Oliehoorn leek een fietsplan geen doel op zich. Het is namelijk een keuze die niet voor iedere medewerker iets oplevert. Daarom kijken we samen met onze mensen naar hoe wij hen kunnen helpen bij een gezondere en actievere levensstijl. Toch staat er voor 2023 opnieuw een fietsplan op de agenda.

Een activiteitenplan Sport & Bewegen voor onze medewerkers per 2020 (met onder andere bedrijfsfitness, schaatsen en zwemmen) – Niet gerealiseerd
Dit plan is niet gerealiseerd. Wij bieden het liefst een oplossing die iedere medewerker persoonlijk verder helpt. Fitness is voor sommigen een oplossing, maar voor anderen niet interessant. In 2022 gaan we samen met verzekeraars en externe adviseurs op zoek naar een regeling die sport en beweging voor iedere medewerker binnen Oliehoorn interessant maakt.

De aanschaf van meerdere zit-sta-bureaus voor afwisselend staand en zittend werken in 2020 – Gerealiseerd
Wij hebben de afgelopen jaren zit-sta-bureaus aangeschaft. De interesse onder het personeel is nog niet zo groot. Wellicht dat een persoonlijk arbo-advies leidt tot de vraag naar meer op hoogte verstelbare werkplekken.

Een periodieke gezondheidscheck van onze medewerkers – Gerealiseerd
Vanaf 2022 bieden we onze medewerkers een uitvoerige gezondheidscheck door een externe partij.

Goede werkgever in cijfers

Inzetbaarheid:

	Percentage
2019	96%
2020	96,5%
2021	93,2%
2022	94,9%

* Covid-19 was de belangrijkste oorzaak voor een afname in inzetbaarheid.

Ongevallen op de werkvloer:

	Aantal
2019	2*
2020	1*
2021	4*
2022	3*

*Alle ongevallen waren zonder blijvend letsel en er is geen sprake van een structureel onderliggend veiligheidsrisico.

Uitkomsten uit het medewerkerstevredenheidsonderzoek:

	Respons	Werksfeer	Betrokkenheid
2021	90,9%	7,1	79,7%

Projecten waar we werk van maken

1. Medewerkerstevredenheidsonderzoek (MTO)

Voor onze medewerkers willen we een veilige, gezonde en prettige werkomgeving zijn. Dat betekent voor iedere medewerker iets anders. Om beter inzicht te krijgen in de wensen en behoeften van onze mensen, en ze plek te bieden om ons anoniem te vertellen hoe we het doen, houden we tweejaarlijks een tevredenheidsonderzoek. Sinds 2019 voert Effectory een onderzoek uit onder de medewerkers van alle afdelingen en bevragen we collega's op uiteenlopende thema's en onderwerpen zoals bevlogenheid, leiderschap of duurzame inzetbaarheid. Dit zogenaamde MTO geeft ons terugkerend een goed beeld van de uitdagingen die er spelen, de behoeften die er zijn en de afdelingen die meer aandacht nodig hebben. Uit ons laatste MTO in 2021 kwam bijvoorbeeld naar voren dat het merendeel van onze medewerkers de snacks tijdens lunch, en de frisdranken in de kantine, niet meer van deze tijd vonden. Zodoende zijn we overgestapt op watertaps en diverse soorten fruit. Wel zo gezond!

2. Fitter Up

Oliehoorn is in 2022 gestart met een vitaliteitsprogramma in samenwerking met zorgverzekeraar De Friesland. Medewerkers kunnen kiezen voor een wearable waarmee hun leefstijl wordt vastgelegd. Door een gezondere leefstijl (o.a. veel bewegen, gezond eten en goed slapen) verdienen zij Healthcoins die zij kunnen inwisselen voor gezonde producten en diensten. Met ons Fitter Up programma dagen we onszelf ook in 2023 als collega's iedere dag letterlijk en figuurlijk uit om een stapje extra te zetten.

3. Gezond werkgeverschap

Als werkgever geven we het goede voorbeeld en proberen we een gezonde levensstijl te stimuleren. Zo krijgen onze medewerkers ieder jaar de mogelijkheid om hun gezondheid te laten onderzoeken. De uitkomsten van zo'n onderzoek zijn natuurlijk anoniem. Op de werkvloer proberen we gezond gedrag te stimuleren. Zo bieden we vers fruit in onze kantine en hebben frisdrank vervangen voor watertaps. Ook bieden we eens per week een vers gemaakte rijke groentesoep gemaakt door een zorgboerderij van dichtbij.

Ambities:

- Opnieuw verbeterde medewerkerstevredenheid ten opzichte van 2021.
- Vitalere medewerkers door ons Fitter Up programma.
- De mogelijkheid voor onze medewerkers actief aan de slag te gaan met een voedingsdeskundige.
- De mogelijkheid voor onze medewerkers gebruik te maken van een stoppen-met-roken-coach.

Doelstellingen:

- We bieden onze mensen een persoonlijk vitaliteitsprogramma, waaronder een samenwerking met voedingsdeskundige en stoppen-met-roken-coach.

Ambities en doelstellingen op een rij

Energie

Ambities:

- Voor onze nieuwe productielijn kiezen we voor een stoomketel die op een duurzame wijze wordt verwarmd. Hoofdzakelijk met elektriciteit, maar ook door bijvoorbeeld gebruik te maken van restwarmte die elders vrijkomt.
- Een 100% elektrisch leasewagenpark.
- Extra aandacht voor het nog verder terugdringen van het aantal transportbewegingen.
- Aan de slag met inzicht in de klimaatemissies in onze keten (Scope 3).

Doelstellingen:

- Halvering CO2 voetafdruk van productie in 2030 ten opzichte van 2019 (relatieve uitstoot productie in kg CO2 per ton geproduceerd).
- Geen CO2-uitstoot in 2050 (0 emissies scope 1 en 2).

Verpakkingen

Ambities:

- We verlagen van het percentage verpakkingsmateriaal per kg verkocht product.
- 100% recyclebare sachets in 2023.
- We onderzoeken de mogelijkheid om verpakkingen retour te halen voor hergebruik.
- We monitoren bij verpakkingen constant de mogelijkheden voor een recyclebare optie.

Doelstelling:

- Een 100% recyclebaar verpakkingsportfolio in 2024.

Grondstoffen

Ambities:

- We gaan grondstoffen nog meer lokaal inkopen om het aantal transportkilometers in onze keten te beperken.
- We doen onderzoek naar de problemen rond onze risicogrondstoffen xanthaangom, palmolie en sojaolie en kijken waar nodig naar betere alternatieven.
- Samen met onze leveranciers zetten we in op meer ketentransparantie door o.a. het verder uitbreiden van onze eigen audit.
- In 2023 gaan we actief aan de slag met de adviezen die zijn voortgekomen uit het IMVO self-assessment om verder te verbeteren ten opzichte van 2022.
- Verkenning naar het verkrijgen van een B Corp certificering.
- Verdere productinnovaties op het gebied van suiker- en zoutreductie.

Doelstellingen:

- In 2024 hebben we de volledige handelsketen van onze top 5 grondstoffen in kaart.

Afval- en reststromen

Ambities:

- We verkennen de technische mogelijkheden om ons leidingwerk nog efficiënter leeg te maken, zodat er minder waardevolle saus verloren gaat bij schoonmaakwerkzaamheden.
- Verder in kaart brengen van onze afval- en reststromen.
- Onze productie anders plannen, met minder reststromen als resultaat. Implementatie van technologische hulpmiddelen die helpen om tijdens het productieproces nog beter grip te krijgen en sneller te kunnen inspelen op productierisico's.

Doelstelling:

- Terugbrengen van rest- en afvalstromen naar maximaal 4% in 2025.

Goede werkgever

Ambities:

- Opnieuw verbeterde medewerkerstevredenheid ten opzichte van 2021.
- Vitalere medewerkers door ons Fitter Up programma.
- De mogelijkheid voor onze medewerkers actief aan de slag te gaan met een voedingsdeskundige.
- De mogelijkheid voor onze medewerkers gebruik te maken van een stoppen-met-roken-coach.

Doelstelling:

- We bieden onze mensen een persoonlijk vitaliteitsprogramma, waaronder een samenwerking met voedingsdeskundige en stoppen-met-roken-coach.

Oliehoorn