

A circular illustration in a light green line-art style depicts the HEMA sustainable supply chain. Starting from the top and moving clockwise: a chef in a white uniform and hat holds a tray of pastries; a large white box with the HEMA logo; a delivery truck with the HEMA logo; a worker in a hard hat and safety vest holding a wrench; a building with the HEMA logo; a worker in a hard hat pushing a shopping cart; a building with the Chinese character '廠' (factory) and three recycling symbols; and a plant with leaves. The entire circle is centered around the title text.

voor iedereen

duurzaamheidsverslag 2016

HEMA

inhoudsopgave

1. voorwoord
2. resultaten 2016
3. HEMA in het kort
4. echt HEMA
5. duurzaamheid bij HEMA
6. het maken van de juiste keuzes
7. in gesprek met de wereld om ons heen
8. de wereld van HEMA
9. waar onze producten van gemaakt worden
10. hoe onze producten gemaakt worden
11. onze rol in de samenleving
12. begrippenlijst

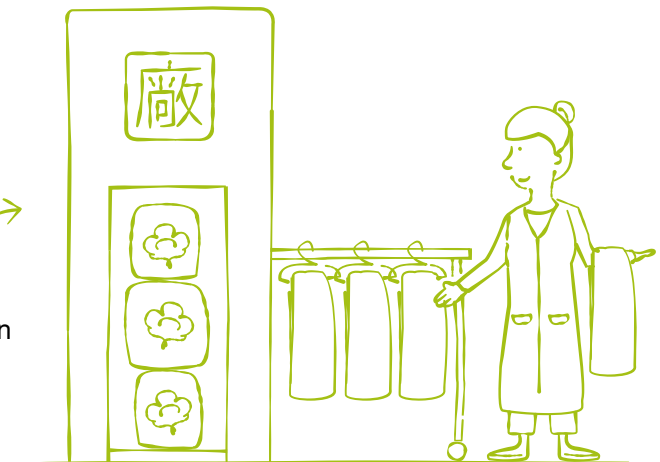


waar onze producten van gemaakt worden

- grondstoffen en materialen
- dierenwelzijn
- verpakkingen

hoe onze producten gemaakt worden

- ketentransparantie
- arbeidsomstandigheden bij producenten
- transport en energie



onze rol in de samenleving

- maatschappelijke betrokkenheid
- goed werkgeverschap

voor iedereen

"Ik kijk met een positief gevoel terug op 2016.

Naar HEMA als totaal, want we hebben de positieve trend dit jaar kunnen doorzetten. En naar duurzaamheid in het bijzonder. Het jaar 2016 stond in het teken van duurzaamheid goed verankeren in onze organisatie. In 2015 hadden we daartoe al een belangrijke stap gezet door het onderwerp te integreren in ons HEMA hart*. Die lijn hebben we in 2016 gecontinueerd."

Tjeerd Jegen, CEO HEMA
23 mei, Amsterdam



favoriete duurzame product:
havermout

Duurzaamheid heeft een natuurlijke fit met ons merk en onze klanten vinden het haast vanzelfsprekend dat we duurzame producten aanbieden. En daar ben ik blij mee, want ik vind het erg belangrijk dat onze producten en diensten op een duurzame manier worden geproduceerd en aangeboden. Duurzaamheid is voor mij onlosmakelijk verbonden met de strategie van HEMA. Ik ben ervan overtuigd dat dit één van de belangrijke elementen is om van HEMA een merk te maken dat klaar is voor de toekomst.

Onze ambitie is om duurzaamheid een vast onderdeel te maken van al onze bedrijfsprocessen en daar leggen we nu de basis voor. Het afgelopen jaar is er weer een aantal belangrijke stappen gezet. Het onderwerp heeft onze volle focus en commitment op het juiste niveau. Inmiddels is het duurzaamheidsteam op sterkte en zijn we diverse projecten gestart om de duurzaamheid van onze producten steeds beter te kunnen meten en daarmee relevanter te kunnen rapporteren.

Die ambitie is met de complexe wereld van HEMA niet altijd eenvoudig. We verkopen meer dan 32.000 producten - uiteenlopend van mode tot food en van beautyproducten tot schrijfwaren - die we over de hele wereld laten produceren en in 7 landen verkopen. Om u mee te nemen in de wereld van HEMA hebben we er in dit verslag voor gekozen om aan de hand van de drie pijlers van ons duurzaamheidsbeleid de keten van een aantal voorbeeldproducten uit te lichten. Deze visualisatie is een voorbeeld van hoe we steeds transparanter communiceren en kennis delen over onze producten en duurzame keuzes.

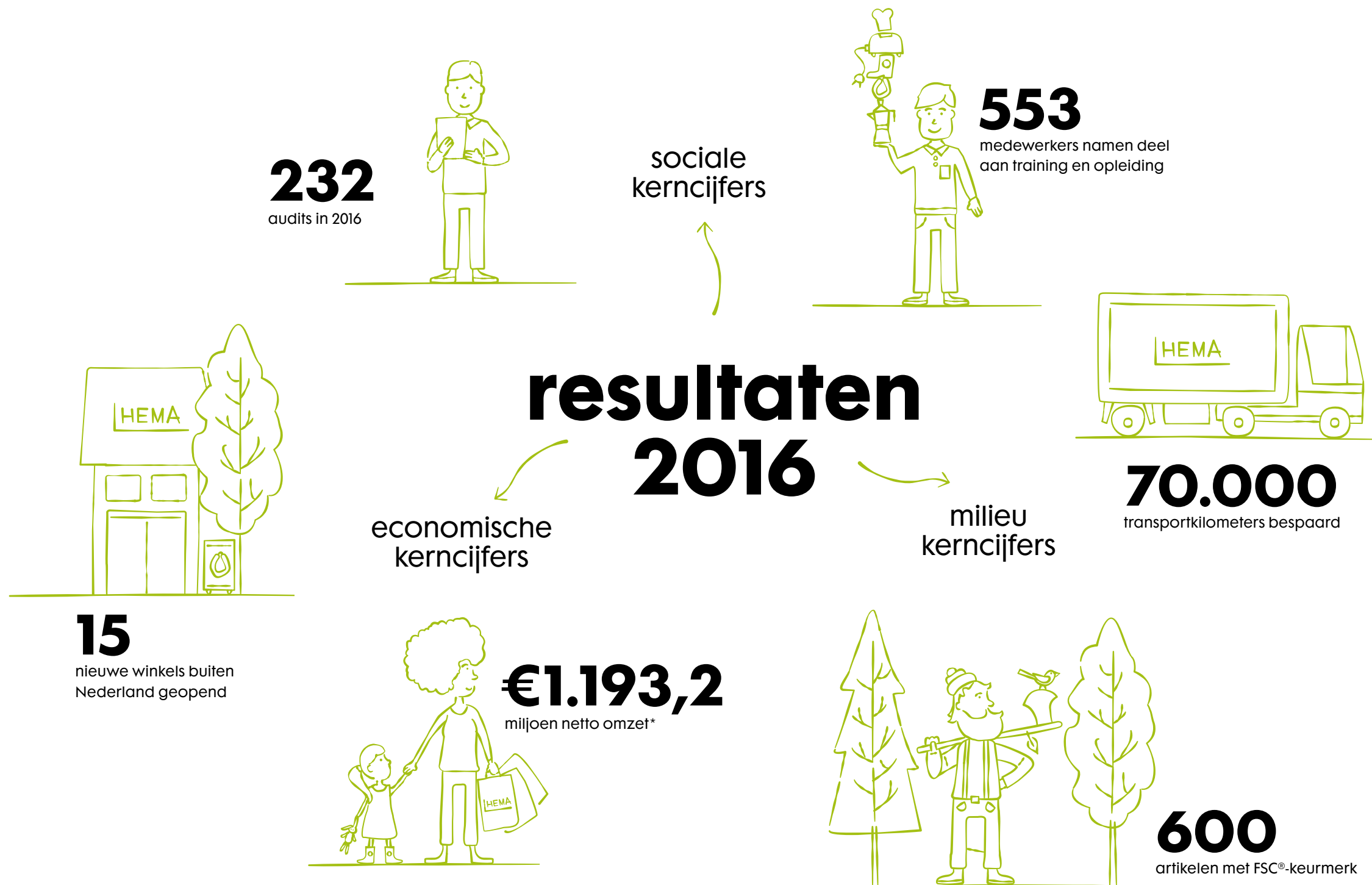
Het steeds meer delen van de informatie over de achtergrond van onze producten zal in 2017 nog veel sterker in onze communicatie te zien zijn. In de winkels gaan we daar aandacht aan besteden en informatie delen. Zo kunnen onze klanten eenvoudiger een duurzame keuze maken en dat past bij ons streven om duurzame producten bereikbaar te maken voor iedereen. Duurzaamheid gaat natuurlijk niet alleen over de zaken intern beter organiseren. Het gaat juist ook



over samenwerkingen aangaan met partijen in de sector, om zo samen het verschil te kunnen maken. Een mooi voorbeeld daarvan is de ondertekening van het IMVO-convenant* voor duurzame kleding en textiel, een prachtig initiatief van minister Ploumen om de textielbranche te verduurzamen. Ook verbonden we ons aan de Raad van Kinderen en gingen we met de kinderen van de basisschool IKC Noordrijk en Prinses Laurentien in gesprek over hoe de jongere generatie tegen duurzaamheid aankijkt en wat ze van ons verwachten.

2016 was voor ons ook een heel feestelijk jaar, omdat we stilstonden bij onze 90-jarige historie. Dat deden we met veel feestelijkheden, voor onze medewerkers en onze klanten. Bijvoorbeeld in een mooie samenwerking met Linda. Magazine waar we verschillende generaties klanten aan het woord lieten. Die ambitie om er voor iedereen te zijn zie je steeds vaker terug in al onze communicatie. Tijdens de feestdagen vroegen we klanten hun kerstwens voor een ander in één van de bomen in onze winkels te hangen, deze lieten we in vervulling gaan. Hartverwarmend.

Ik ben er vast van overtuigd dat we in 2017 weer een hele stap voorwaarts zullen zetten en wens u allen eerst veel leesplezier met ons verslag over 2016.



* boekjaar: 1 februari 2016 tot en met 31 januari 2017.

de merkessentie

**optimistisch
uniek
duidelijk
betrouwbaar
toegankelijk
typisch Nederlands**

onze belangrijkste categorieën
op basis van netto omzet 2016

36% hardwaren

wonen & slapen, mooi & gezond,
school & kantoor, feest
& cadeau, hobby & vrije tijd

37% kleding & ondermode

dames-, heren-, baby-
& kinderkleding

24% eten & drinken

winkels, horeca, take away

3% diensten

tickets, fotoservice,
verzekeringen & notaris

HEMA in het kort

De Hollandsche Eenheidsprijzen Maatschappij Amsterdam (H.E.M.A.) opende op 4 november 1926 het eerste warenhuis in Amsterdam. De oprichters Leo Meyer en Arthur Isaac wilden een warenhuis openen voor 'gewone mensen'. HEMA was het eerste Nederlandse warenhuis in haar soort. Producten kosten 10, 25 of 50 guldencent. Vanaf dag één kenden mensen ons als: optimistisch, uniek, duidelijk, betrouwbaar, toegankelijk en typisch Nederlands.

Vandaag de dag hebben we meer dan 700 winkels in zeven landen, en ongeveer 18.000 werknemers. Naast onze winkels bieden we, in de landen waar we aanwezig zijn, de mogelijkheid om online te winkelen. HEMA heeft circa 32.000 eigen producten en diensten die we verkopen in onze winkels en via de webshop. Wekelijks bedienen we zes miljoen klanten.

De laatste jaren versterken we onze focus op de duurzaamheid van onze producten en activiteiten. HEMA is er voor iedereen. Dat gevoel gaan we in 2017 uitdragen in onze communicatie naar klanten, door flink de nadruk te leggen op duurzaamheid. We vinden dat duurzame keuzes binnen het bereik van een breed publiek moeten liggen en proberen dat te realiseren door duurzame producten gewoon en betaalbaar te maken.

Sinds 2007 is HEMA B.V. onderdeel van Lion Capital. In 2016 behaalden we een netto omzet van €1.193,2 miljoen.

vestigingen en medewerkers

aantal medewerkers*

1.847 mannen
7.698 vrouwen

9.545 totaal

support office Amsterdam

aantal medewerkers:
227 mannen
399 vrouwen

626 totaal

distributiecentrum Utrecht

aantal medewerkers:
397 mannen
99 vrouwen

496 totaal

bakkerijen

aantal medewerkers:
179 mannen
41 vrouwen

220 totaal

- **inkoopkantoren**
Shanghai, Hongkong, Dhaka



- **Nederland**

545 winkels
8.203 medewerkers*

- **België**

96 winkels
897 medewerkers

- **Frankrijk**

53 winkels
426 medewerkers

- **Duitsland**

10 winkels
107 medewerkers

- **Verenigd Koninkrijk**

7 winkels
74 medewerkers

- **Spanje**

5 winkels
62 medewerkers

- **Luxemburg**

4 winkels
27 medewerkers

* dit zijn onze eigen medewerkers, exclusief onze franchisewinkels in Nederland.
Inclusief franchisewinkels hebben we ruim 18.000 medewerkers.

vijf prioriteiten

- **blijde klanten**
- **medewerkers die trots op HEMA zijn**
- **het eenvoudiger en beter maken van onze activiteiten**
- **duurzaam ondernemen**
- **het boeken van financieel gezonde resultaten**

echt HEMA

HEMA zoekt de optimale balans tussen kwaliteit, ontwerp en prijs. Dit doen we door in al onze productcategorieën te blijven innoveren. Onze ambitie is dat we de eerste keuze zijn voor alledaagse producten die het leven van onze klanten leuker en makkelijker maken.

In onze strategie staan de waarden die ons het meest dierbaar zijn centraal. Onze kernwaarden zijn een gids voor hoe we werken, met onze medewerkers, onze partners en in de wereld om ons heen. Zo komen we tot unieke en betrouwbare producten en diensten voor onze klanten. Hiermee streven we vijf prioriteiten na: echt blijde klanten, medewerkers die trots op HEMA zijn, het eenvoudiger en beter maken van onze activiteiten, duurzaam ondernemen en het boeken van financieel gezonde resultaten.

duurzaamheid bij HEMA

HEMA wil duurzame producten voor iedereen gewoon en betaalbaar maken. Al bij de ontwikkeling van onze producten houden we rekening met de herkomst van de grondstoffen en de manier waarop een product gemaakt wordt. We verduurzamen ons assortiment stap voor stap, waarbij we het belangrijk vinden dat het product de kenmerkende HEMA-kwaliteit en scherpe prijs behoudt.

8

Overal waar wij actief zijn, in Nederland en wereldwijd, werken we aan zo goed mogelijke arbeidsomstandigheden. Voor onze medewerkers en in de productieketens*. We proberen onze impact op het milieu zoveel mogelijk te beperken. Om dit te bereiken onderhouden we nauw contact met verschillende partijen. Alleen door samen te werken kunnen we duurzaamheid op een hoger niveau brengen. We geven consumenten en andere stakeholders* openheid over ons duurzaamheidsbeleid en onze uitgangspunten. Duurzaamheid is een belangrijk middel om HEMA toekomstbestendiger te maken. Binnen de bedrijfsstrategie heeft duurzaamheid daarom een prominente plek. Onze aanpak richt zich op alle schakels van de keten: van ons support office tot distributiecentrum en van de bakkerijen tot de filialen, van de inkoopkantoren tot de handelsagenten. Voor het succes van onze duurzaamheidsaanpak is het essentieel dat onze medewerkers zich hierbij betrokken voelen.

de inbedding van duurzaamheid in de organisatie

Duurzaamheid en de rol die wij spelen in de samenleving, is één van de vijf prioriteiten van HEMA. De afdeling duurzaamheid rapporteert aan de CEO, die eindverantwoordelijk is voor duurzaamheid. Op deze manier is duurzaamheid stevig in de organisatie verankerd. De integratie van duurzaamheid wordt in 2017 kracht bij gezet, doordat het een speerpunt is van onze strategische ontwikkeling. De afdeling ontwikkelt het duurzaamheidsbeleid in nauwe samenwerking met interne en externe stakeholders. Daarnaast monitort de afdeling duurzaamheid de voortgang die elke drie weken aan de CEO wordt gerapporteerd.



"Duurzaamheid is een belangrijk uitgangspunt voor ons als HEMA maar we hebben er tot op heden niet veel over gecommuniceerd. We merken dat klanten hier steeds meer behoefte aan hebben en dus zal je dit jaar veel meer van ons zien en horen op dit vlak. Zo hopen we klanten beter te informeren over wat we doen en welke duurzame producten wij aanbieden. Want hoewel er altijd verbeteringen mogelijk zijn hebben we ook al geweldige stappen gemaakt. Neem nu onze duurzame schoonmaaklijn, dat is een prachtig voorbeeld van hoe alledaagse en duurzame producten niet duur hoeven te zijn en daarmee voor iedereen bereikbaar."

Eva Ronhaar,
Head of Sustainability



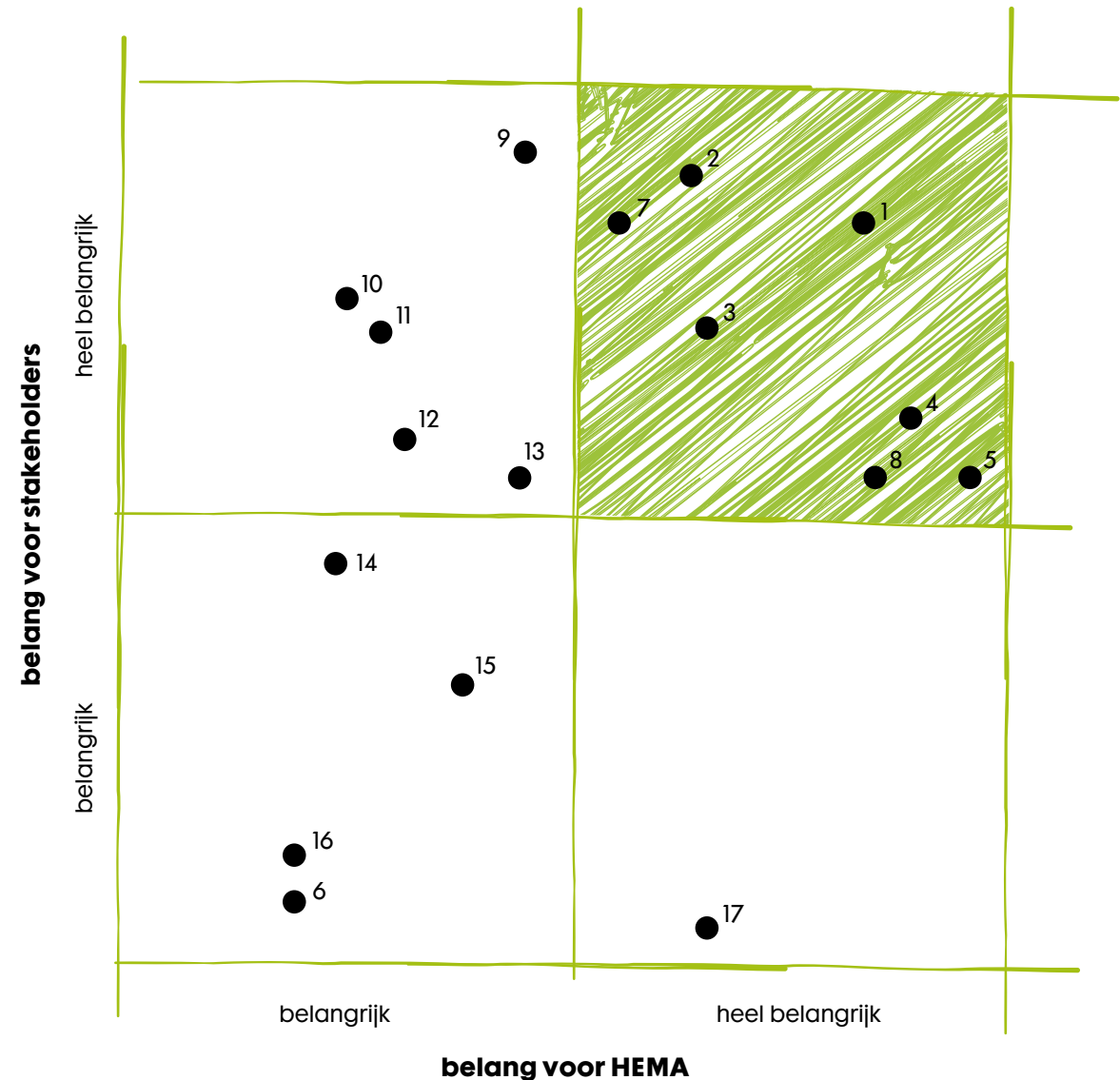
favoriete duurzame product:
eco dish afwasmiddel

de juiste focus

Om er zeker van te zijn dat we ons met onze duurzaamheidsaanpak richten op relevante thema's, voerden we voor ons vorige duurzaamheidsverslag een analyse uit. We legden een vragenlijst voor aan stakeholders, klanten en HEMA-medewerkers. Door middel van deze vragenlijst vroegen we hen welke duurzaamheidsonderwerpen zij relevant vinden voor HEMA.

De uitkomsten vormen de kern van onze duurzaamheidsaanpak en -verslaglegging. De 17 belangrijkste onderwerpen staan hiernaast in een matrix afgebeeld. Hoe hoger een onderwerp op de Y-as staat, des te belangrijker de stakeholders dit voor HEMA vinden. Hoe verder een onderwerp naar rechts op de X-as staat, des te belangrijker HEMA dit vindt voor het bedrijfssucces. In aanvulling op de onderwerpen in de vragenlijst, noemden stakeholders spontaan vier andere belangrijke onderwerpen: communicatie over duurzaamheid, certificering, transport en vertrouwen. Deze onderwerpen hebben we als 'belangrijk voor stakeholders' in de matrix opgenomen.

In dit verslag richten we ons op de zeven onderwerpen die door beide groepen als 'zeer belangrijk' zijn bestempeld. Daarnaast willen we als HEMA onze bijdrage leveren aan het tegengaan van klimaatverandering. Het onderwerp 'transport en energie' maakt daarom ook deel uit van onze duurzaamheidsstrategie.



1. **grondstoffen en materialen**
2. **dierenwelzijn**
3. **verpakkingen**
4. **ketentransparantie**
5. **arbeidsomstandigheden bij producenten**
6. **transport**
7. **maatschappelijke betrokkenheid**
8. **goed werkgeverschap**

9. **milieu**
10. **voedselverspilling**
11. **gezonde producten**
12. **stakeholderbetrokkenheid**
13. **duurzaam ontwerp**
14. **afval en recycling**
15. **communicatie over duurzaamheid**
16. **certificering**
17. **vertrouwen**

in gesprek met de wereld om ons heen

HEMA wil er zijn voor iedereen en gaat daarom in gesprek met verschillende partijen die belangrijk zijn voor de toekomst van HEMA. HEMA praat op verschillende manieren en over verschillende onderwerpen met deze partijen. Hierdoor leren we wat voor hen belangrijk is als het gaat om duurzaamheid, zodat we ons daarvoor kunnen inzetten.

brancheorganisaties

We zijn in gesprek met diverse brancheorganisaties en nemen actief deel aan bijeenkomsten. Dit is essentieel om op de hoogte te blijven van de belangrijkste ontwikkelingen in de sector en opkomende wet- en regelgeving. Samen kijken we hoe we onderwerpen zoals bijvoorbeeld arbeidsomstandigheden het beste kunnen aanpakken.

leveranciers en ketenpartners

We organiseren regelmatig leveranciersdagen over diverse thema's. Op deze manier blijven we op de hoogte van de laatste ontwikkelingen. Dit helpt ons het beleid rondom arbeidsomstandigheden en social compliance* scherp te houden.

partners

We werken samen met onze partners zoals de Raad van Kinderen, LINDA. foundation en KWF Kankerbestrijding.

(lokale) overheid

We zijn in gesprek met de overheid en nemen deel aan bijeenkomsten die zij organiseert. Nieuwe inzichten implementeren we, waar relevant en mogelijk, in ons beleid en onze werkprocessen.

klanten

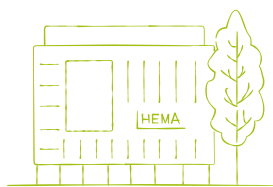
We reageren dagelijks op vragen, ideeën en meningen van onze klanten, onder andere via social media. Daarnaast leggen we vragen over duurzaamheid voor aan ons klantenpanel met meer dan 6.500 klanten.



de wereld van HEMA

Met de ruim 700 winkels in zeven landen, de webshop en ruim 18.000 werknemers waarmee we wekelijks zes miljoen consumenten bedienen, heeft HEMA een grote impact. Bovendien voeren we een gevarieerd assortiment van 32.000 producten. De producten van HEMA staan bekend om de eenvoud. Om te komen tot die producten is een uitgebreide internationale organisatie nodig, waarbij sommige processen of ketens behoorlijk complex kunnen zijn.

We proberen te midden van die complexiteit voor alle stakeholders waarde te creëren, van goede werkomstandigheden bij producenten tot unieke en duurzame producten voor onze klanten. De illustraties op de volgende pagina's geven weer in welke stappen ons bedrijfsproces is opgedeeld en hoe HEMA positief probeert bij te dragen aan de wereld om ons heen.



productontwikkeling

HEMA ontwerpt, produceert en verkoopt bijna alle 32.000 producten onder eigen label. Onze category managers weten goed wat onze klanten willen; onze designers en inkopers zorgen ervoor dat we op de behoefte van de klant aansluiten en het juiste product in ons assortiment hebben. Met ons diverse assortiment zijn we ook afhankelijk van diverse natuurlijke grondstoffen. We brengen voortdurend verbeteringen aan in onze productontwikkeling, zodat producten lang meegaan, duurzame grondstoffen bevatten en verantwoord gemaakt worden.

- **introduc**tie **nieuwe lijn eco-schoonmaakmiddelen**
- **introduc**tie **navulbare coffee cups**
- **doelstelling:** in 2017 voegen we **weidemelk toe aan ons zuivelassortiment**
- **doelstelling:** binnen ons **vleesassortiment vragen we in 2017 het Beter Leven keurmerk van de Dierenbescherming aan**

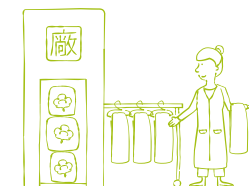


winkels

HEMA is werkgever van meer dan 18.000 medewerkers, verdeeld over zeven landen. We geven aandacht aan duurzame inzetbaarheid, training, diversiteit en het bieden van arbeidsplaatsen aan mensen met een beperking. In onze winkels nemen we onze verantwoordelijkheid door verantwoord om te gaan met plastic tasjes, verpakkingen en verlichting.

- **het verbruik van plastic tasjes is 80% afgenomen ten opzichte van 2015**
- **LED-verlichting is de standaard in nieuwe filialen**
- **553 deelnemers aan trainingen en opleiding**

de wereld van HEMA



productie

Onze producten worden op veel verschillende plekken gemaakt. Van onze t-shirts in Azië tot onze tompoucen in Nederland. Waar we ook produceren, we zorgen ervoor dat de arbeidsomstandigheden goed zijn. We vergroten het inzicht in onze productieketens en sturen continu aan op verbeteringen, onder andere door audits* en het samen opzetten van verbeterprogramma's, deelname aan het Bangladesh akkoord, het IMVO Convenant voor Duurzame Kleding en Textiel en het organiseren van leveranciersdagen.

- **jaarlijks verkoopt HEMA circa 3,7 miljoen handdoeken, die in 2017 volledig duurzaam zullen worden ingekocht**
- **232 HEMA audits uitgevoerd**
- **doelstelling: 100% duurzaam katoen (biologisch of Better Cotton) in 2020**



klanten

We bieden onze klanten 32.000 producten in de categorieën kleding & ondermode, hardwaren, eten & drinken en diensten. We willen duurzaamheid gewoon en betaalbaar maken.

- **klanten konden hun kerstwens voor een ander in een speciale kerstwensboom hangen**
- **met onze limited edition t-shirts voor de Amsterdam Gay Pride, bereikten we 900 schoollocaties en circa 250.000 mensen**



logistiek

Voor het transport en de opslag van onze producten zijn we afhankelijk van verpakkingsmaterialen en (fossiele) brandstoffen. We proberen de uitstoot van broeikasgassen terug te dringen, door efficiëntere logistiek en energiebesparende maatregelen in te voeren. Ook streven we ernaar minder verpakkingsmateriaal te gebruiken.

- **we bespaarden 70.000 kilometer op ons transport**



maatschappij

HEMA is er voor iedereen. Waar we ook actief zijn, zowel in Nederland als internationaal, we willen een positieve bijdrage leveren aan de samenleving.

- **alle cacao is UTZ-gecertificeerd**
- **alle thee is Fairtrade-gecertificeerd**
- **alle koffie is Rainforest Alliance óf UTZ-gecertificeerd**

voor iedereen

HEMA is er voor iedereen. We vinden het belangrijk dat onze producten een positieve bijdrage leveren aan de levens die we dagelijks raken. Dit geldt voor de klanten die onze producten gebruiken, maar ook voor de mensen die betrokken zijn bij de ontwikkeling en totstandkoming van onze producten. Aan de hand van drie typische, gewone HEMA-producten willen we laten zien dat er achter een eenvoudig product een bijzonder verhaal zit.



**waar onze producten
van gemaakt worden**



**hoe onze producten
gemaakt worden**



**onze rol in de
samenleving**

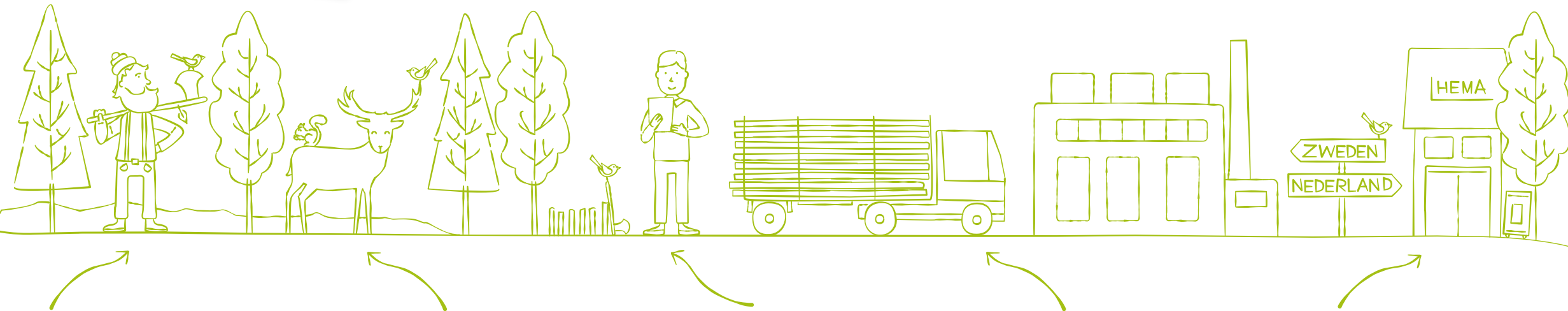
waar onze producten van gemaakt worden

We proberen de impact van onze producten te verlagen door op zoek te gaan naar alternatieve en duurzamere grondstoffen en materialen, zorgvuldig om te gaan met mens en dier en goed na te denken over de verpakkingen die we gebruiken. Zo passen we onze visie van "HEMA is voor iedereen" toe op het begin van onze ketens.

Maar hoe werkt dat in de praktijk? We nemen je mee op reis, naar de oorsprong van een van onze producten: onze papieren zakdoeken. Een simpel product, met een toch wel complex verhaal. Dat verhaal begint in Zweden.



14



- 1 Hier staan naald- en loofbossen die verantwoord beheerd worden. Dat betekent onder andere dat deze bossen na houtoogst de rust krijgen om zich te herstellen.
- 2 Biodiversiteit en kwetsbare ecosystemen worden beschermd. Bovendien nemen bomen veel CO₂ op, waardoor bossen een belangrijke bijdragen leveren aan het tegengaan van klimaatverandering.
- 3 De staat van het bos en de sociale en ecologische effecten van de houtkap worden door onafhankelijke certificeerders getoetst op de FSC-criteria. FSC garandeert dat het verantwoorde, legale houtkap betreft.
- 4 Na de oogst gaat het hout naar de papierfabriek, waar het wordt versnipperd tot vezels en wordt vermengd tot pulp. Vervolgens worden er zakdoeken van gemaakt.
- 5 De zakdoeken reizen door naar Nederland, waar vandaan de distributie naar de winkels plaatsvindt. Een maand na de houtkap kunnen de zakdoeken in de HEMA-schappen liggen.

grondstoffen en materialen

We hebben een uiteenlopend assortiment: van kleding en huishoudelijke apparaten tot make-up en etenswaren. Bij de productie gebruiken we veel verschillende grondstoffen en materialen. Het is één van de speerpunten van onze duurzaamheidsstrategie om deze grondstoffen en materialen duurzaam in te kopen. Sommige producten hebben we volledig verduurzaamd. Al onze cacao is UTZ-gecertificeerd, de thee is Fairtrade en onze koffie draagt het Rainforest Alliance óf UTZ-label. Een deel van ons vis-assortiment heeft het Marine Stewardship Council (MSC)- of Aquaculture Stewardship Council (ASC)-keurmerk.

Onze doelstelling is om in 2020 helemaal over te zijn op duurzaam katoen. Dit is voor ons zowel biologische katoen als katoen die is geproduceerd conform de standaard van het Better Cotton Initiative (BCI)*. In 2016 kochten we ruim 20% van ons katoen in als Better Cotton. Ook was een derde van onze katoenen rompers biologisch. Voor 2017 hebben we de ambitie om alle katoenen rompers duurzaam in te kopen.

Binnen onze food categorie willen we onze klanten een gezonde optie aanbieden. Zo gaan we bewust opzoek naar producten met een lager zoutgehalte en bieden we gezondere alternatieven aan. Al onze vleeswaren voldoen reeds aan het Convenant Zout en Vet in Vleeswaren, een industrieakkoord om deze producten gezonder te maken. Voor mensen met een glutenintolerantie of -allergie introduceerden we in 2013 glutenvrij gebak.

"Ik vind het belangrijk om een keuze te hebben binnen producten die ik kies. Dat er producten zijn met een Beter Leven keurmerk vind ik goed. Daardoor kan ik makkelijker kiezen."
Yvonne, 36 jaar (klant van HEMA)

- HEMA streeft ernaar steeds meer FSC-gecertificeerd hout en papier te gebruiken
- alle cacao is UTZ-gecertificeerd
- 100% duurzaam katoen (biologisch en Better Cotton)
- alle thee is Fairtrade-gecertificeerd
- alle koffie is Rainforest Alliance óf UTZ-gecertificeerd

"Een kracht van HEMA is de degelijkheid en de kwaliteit die hun producten uitstralen. Ook dat heeft met duurzaamheid te maken. Verder zie ik dat HEMA serieus bezig is in toeleveringsketens en goed de samenwerking op te zoeken met onafhankelijke keurmerken, zoals FSC. HEMA is vanaf het begin partner van ons."



Liesbeth Gort,
directeur FSC Nederland

dierenwelzijn

Binnen ons assortiment maken we gebruik van producten van dierlijke oorsprong. Bij de keuze van deze dierlijke producten, zoeken we naar diervriendelijke alternatieven. In sommige gevallen kiezen we ervoor om bepaalde producten niet meer te gebruiken. Zo sluiten we het gebruik van angorawol uit, en verwerken we alleen merinowol als het mulesing-vrij* is. Een groot deel van onze dekbed- en kussenvulling is synthetisch. Wanneer we wel gebruik maken van ganzen- of eendendons, is dit niet geplukt van levende dieren. Ook binnen ons cosmetica-assortiment blijven we stappen zetten. In 2017 zullen we de cosmetische kwasten van dierlijke oorsprong vervangen door kwasten van 100% synthetisch haar. We gaan ook samen met onze leveranciers onderzoeken wat de mogelijkheden zijn om alternatieven te vinden voor dierlijke producten in cosmetica. Binnen ons vleesassortiment vragen we in 2017 het Beter Leven keurmerk van de Dierenbescherming aan. Dit geldt voor het vers vlees dat we in de winkels snijden, uit de koeling verkopen en in de horeca, met name voor varkensvlees en kip. Daarnaast voeren we in onze winkels uitsluitend biologische verse melk en zullen we in 2017 weidemelk toevoegen aan ons zuivelassortiment.

- introductie nieuwe lijn eco-schoonmaakmiddelen
- introductie biologische Women's Basics-lijn
- introductie navulbare coffee cups
- binnen ons vleesassortiment vragen we in 2017 het Beter Leven keurmerk van de Dierenbescherming aan
- in 2017 voegen we weidemelk toe aan ons zuivelassortiment

verpakkingen

Verpakkingen zijn nodig om de kwaliteit en veiligheid van onze producten te garanderen. Het gaat hier niet alleen om de verpakking van een individueel product, maar ook de omverpakkingen die we gebruiken tijdens opslag en transport. We zijn op zoek naar manieren om de negatieve milieu-impact te verlagen, bijvoorbeeld door het gebruik van kleinere of milieuvriendelijke verpakkingen. Een mooi voorbeeld van hoe wij afval terugdringen is de introductie van onze navulbare koffiecups. Ook zetten we hiermee de consument aan het denken over dit thema. Een ander voorbeeld zijn de onderzetters van onze taarten. Deze bestaan vanaf 2016 niet meer uit plastic, maar uit composteerbaar suikerriet.

"Ik ben steeds bewuster bezig met voeding en probeer ook wat gezonder te leven. Ik waardeer het dat ik kan kiezen uit gezondere producten en juich dat als vaste klant alleen maar toe!"
Dimitri, 51 jaar (klant van HEMA)

"Er is veel discussie over gezonde voeding. We luisteren goed naar onze omgeving en proberen continu eigenschappen van onze bakkerijproducten te verbeteren. Ik ben zelf een beetje een idealist. In het voetbalteam van mijn zoontje zat iemand met een glutenintolerantie en mocht daarom geen taart bij het kampioenschap. We kregen ook meer vragen van onze klanten hierover. Toen hebben we gezegd: 'als HEMA willen we er voor iedereen zijn, we gaan glutenvrij gebak maken.'"



John Vermin,
directeur Bakkerijen



favoriete duurzame product:
LED-verlichting

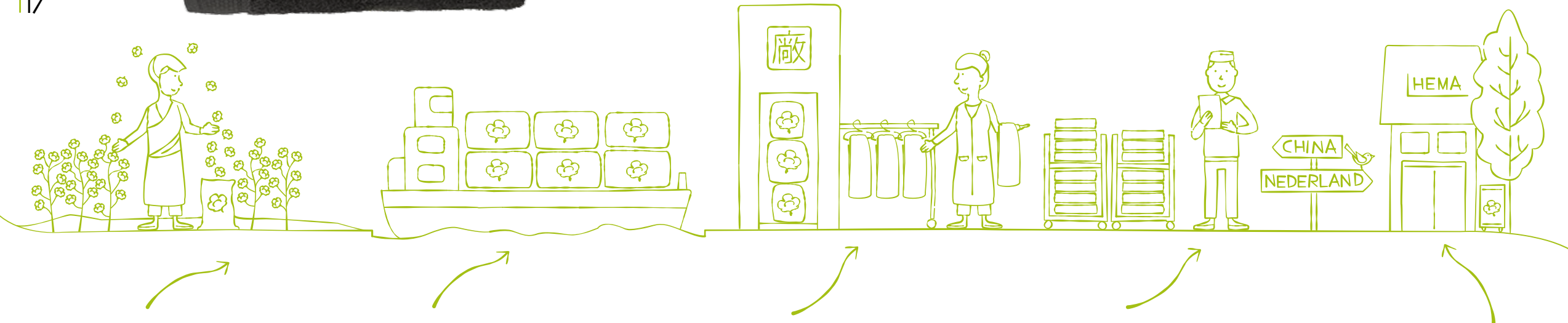
hoe onze producten gemaakt worden

Wij willen onze klanten kunnen garanderen dat onze producten op een verantwoorde wijze geproduceerd worden. Een goed inzicht in onze productieketen is een randvoorwaarde om dit te kunnen realiseren.

We zetten ons in voor goede arbeidsomstandigheden bij onze producenten. Om te laten zien hoe dit in de praktijk werkt, nemen we een kijkje achter de schermen van één van onze producten. We beginnen in West-India.



17



- 1 Hier wordt het katoen geteeld dat aan de basis staat van onze handdoeken. Het katoen voldoet aan de standaarden van het Better Cotton Initiative (BCI). Dit zorgt ervoor dat boeren ondersteuning en een opleiding krijgen en dat lokale gemeenschappen economische, sociale en milieuvordelen ervaren.
- 2 Het katoen wordt van oktober tot en met februari geoogst. De vezels worden met een machine van de zaden gescheiden en verscheept naar China.
- 3 Hier staat de textielfabriek, waarin de vezels tot garens worden gesponnen. Na een proces van weven en kleuren worden de HEMA-handdoeken er van de band.
- 4 Deze productielocatie is positief beoordeeld door onze eigen auditors en die van het Business Social Compliance Initiative (BSCI). Dat betekent dat de rechten van de fabrieksmedewerkers goed zijn beschermd. Denk hierbij aan een veilige werkomgeving, goede werktijden en een verzekering voor de werknemers.
- 5 Na de productie worden de handdoeken verscheept naar Nederland. In Utrecht staat ons distributiecentrum, waar vandaan de producten verspreid worden over onze winkels in Europa. Grofweg een half jaar na de katoenoogst kunnen de handdoeken in de HEMA-schappen liggen.

ketentransparantie

Onze productieketens zijn vaak lang en complex. Wij hebben contact met onze directe leveranciers, die dikwijls met een aantal productielocaties werken. We vragen onze directe toeleveranciers om transparantie en inzicht in de hele keten. Ook zijn we in contact met de productielocaties, omdat daar de potentiële risico's zitten. In landen of ketens met een verhoogd risico op misstanden zoals kinderarbeid, gedwongen arbeid of onveilige werkomstandigheden, zijn we extra alert. We zien de dialoog met maatschappelijke organisaties als een waardevolle manier om onze ketens scherp te monitoren. Regelmatig zitten we met deze partijen rond de tafel. Zij stellen ons kritische vragen en wijzen ons op mogelijke risico's. In juli 2016 tekende HEMA als één van de eerste kledingbedrijven het IMVO Convenant Duurzame Kleding en Textiel. HEMA committeert zich hiermee aan het doorvoeren van aantoonbare verbeteringen, onder meer op het gebied van arbeidsomstandigheden, loon en milieu. Net als alle ondertekenaars zal HEMA jaarlijks aangeven hoe we de afspraken uit het convenant nakomen. De kennis die we hier, maar ook via het Bangladesh Accord* en Pakistan Buyers Forum opdoen, delen we met onze ketenpartners. Door het aantal productielocaties terug te brengen, versimpelen we onze keten en krijgen we een beter inzicht. In 2016 brachten we het aantal directe leveranciers terug van 556 naar 489. Ook het komende jaar werken we aan het verder versimpelen van onze keten.

- meer dan 20% van het totaalassortiment textiel is als **Better Cotton** ingekocht
- in 2017 maken we voor ons de stap naar de **Responsible Down Standard**, een internationale standaard die dierenwelzijn nog beter borgt
- 232 HEMA audits uitgevoerd
- jaarlijks verkoopt HEMA circa 3,7 miljoen handdoeken, die in 2017 volledig volgens de richtlijnen van **Better Cotton** zullen worden ingekocht

arbeidsomstandigheden bij producenten

Sinds 2003 zijn we verbonden aan het Business Social Compliance Initiative (BSCI). BSCI ondersteunt ons bij het verbeteren van sociale aspecten in de keten. Sinds 2015 zijn we actieve deelnemer van de BSCI Auditing Working Group. We delen onze kennis en ervaringen van fabrieksbezoeken, wat ten goede komt aan alle partijen die bij BSCI zijn aangesloten. Afgelopen jaar heeft BSCI, mede met behulp van onze input, een Audit Integrity Programma opgezet. Met dit programma wordt de kwaliteit van de audits van alle leden verder verhoogd. Met onze actieve deelname willen we niet alleen de kwaliteit van audits waarborgen, maar zijn we ook continu op zoek naar verbeteringen.

"Dat jullie zo betrokken zijn bij de samenleving, vind ik echt bij HEMA passen. Ik vind het leuk dat HEMA er voor iedereen is!"
Martijn, 27 jaar (klant van HEMA)

"Ik vind het fijn om te weten dat HEMA zich hiermee bezighoudt, omdat veel andere merken hier naar mijn mening veel te weinig aan doen."
Bibi, 32 jaar (klant van HEMA)

HEMA auditors

In de landen waar we produceren werken we met eigen social compliance auditors. Wij hebben zeven belangrijke eisen naar onze fabrikanten. Bij een afwijking moet de fabrikant een actieplan* opstellen. De implementatie hiervan wordt door onze auditors gemonitord. Vervolgens doet ook BSCI een audit. Als er geen bereidheid is om te verbeteren, plaatsen we geen orders. Bij nieuwe productielocaties passen we een zero tolerance beleid toe bij bepaalde praktijken (zoals kinderarbeid of een poging tot omkoping). In 2016 hebben we onze auditstructuur verder aangescherpt en één op één doorgenomen met al onze auditors. Deze update zorgt dat de audits meer consistent worden uitgevoerd. In 2016 zijn er 232 eigen audits uitgevoerd door onze social compliance auditors.

transport en energie

We gebruiken brandstof om onze producten te vervoeren, en energie om ons support office, distributiecentrum, bakkerijen en filialen te verlichten en te verwarmen. Hiermee stoten wij CO₂ uit, wat invloed heeft op het milieu. In het in 2015 gesloten internationale klimaatakkoord wordt gestreefd naar een sterke CO₂-reductie. Ook wij willen hier een steentje aan bijdragen en onze CO₂-uitstoot verlagen. Dit doen wij door ons transport efficiënter in te richten en zuinig om te gaan met energie. De eerste filialen van HEMA zijn inmiddels voorzien van LED-verlichting. Dit is de standaard voor nieuwe winkels. In 2017 gaan we bijna 400 winkels verbouwen, waar mogelijk zullen we ook hier LED-verlichting toepassen. Ook het distributiecentrum heeft energiezuinige verlichting: door nagenoeg de hele warehousing zijn bewegingssensoren aangebracht om onnodig verbruik te voorkomen. Wij zijn altijd op zoek naar nieuwe manieren om ons transport efficiënter in te richten, en zo het aantal transportbewegingen te verminderen. Door de voorraadafbouw in 2016 hebben we een groot aantal buitenmagazijnen kunnen sluiten. Hierdoor konden we het transport efficiënter plannen en bespaarden we ruim 70.000 kilometer. Ook op ons support office dragen we een steentje bij: we maken alleen nog gebruik van elektrische taxi's. Daarnaast zijn er leenfietsen beschikbaar voor afspraken in de buurt.

Regelmatig organiseren we leveranciersdagen, waarop we onze belangrijkste leveranciers naar nieuwe ervaringen en ideeën vragen. Ook in 2016 spraken we met veel van onze leveranciers over duurzaamheid. We merken dat het bewustzijn van de leveranciers enorm is gegroeid de laatste jaren. Daar helpen deze gesprekken erg bij. De leveranciers kennen de wettelijke en ook de minimale eisen die wij aan fabrikanten stellen.

- aantal directe leveranciers teruggebracht naar 489
- actief lid van Business Social Compliance Initiative
- LED-verlichting is de standaard in nieuwe filialen
- ondertekenaar van IMVO Convenant Duurzame Kleding en Textiel
- we bespaarden 70.000 kilometer op ons transport

"De balans tussen betaalbaarheid en duurzaamheid is soms nog een dilemma. Vaak is de (beperkte) beschikbaarheid van een duurzamere grondstof iets dat de prijs verhoogt. Daarnaast moeten we, om structureel te verduurzamen, de keten heel goed kennen. Daarvoor werken we aan duidelijke afspraken met fabrikanten."



favoriete duurzame product: katoenen handdoeken



Pieter Völker,
Global Procurement &
Sourcing Director HEMA

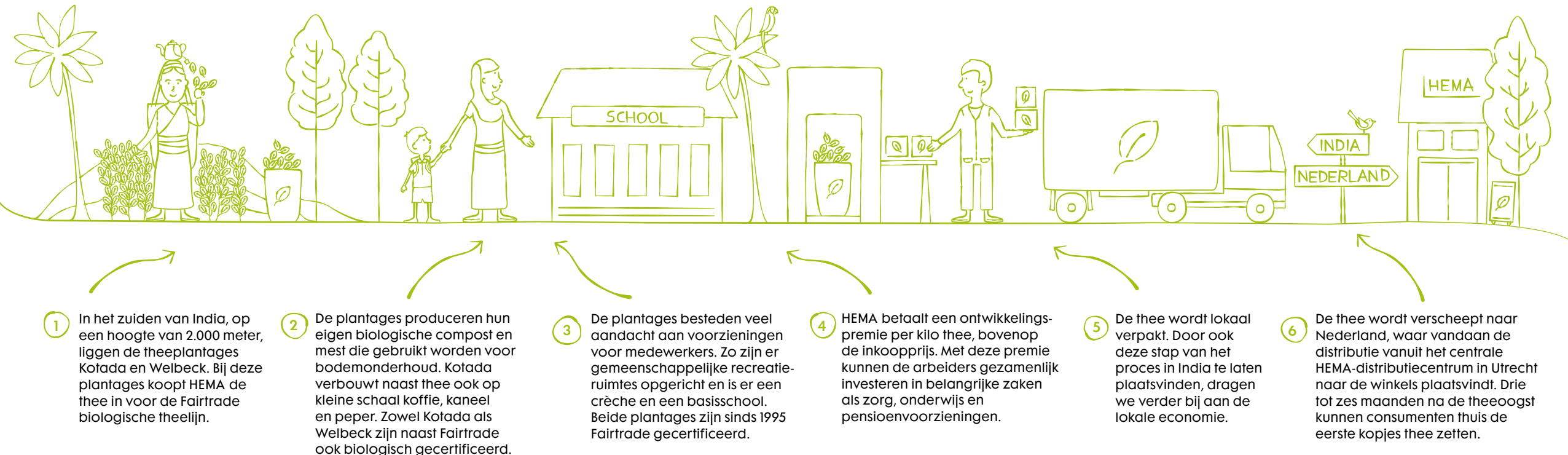


onze rol in de samenleving

HEMA staat midden in de samenleving en we voelen ons verantwoordelijk voor de mensen die bij en met ons werken. We leveren een bijdrage aan de omgeving van onze winkels of aan het gebied waar onze producten vandaan komen. Daarnaast zetten we ons als werkgever in voor tevreden en gemotiveerde medewerkers, ook in onze productieketen.

Het product dat illustreert hoe wij onze rol in de samenleving willen invullen, is onze Fairtrade thee. We laten graag zien wat dat gewone product zo bijzonder maakt. Om dat te vertellen gaan we opnieuw naar India.

20



maatschappelijke betrokkenheid

HEMA wil voor iedereen het dagelijks leven leuker en makkelijker maken. Voor onze klanten, maar ook voor de mensen in de omgeving waarin we werken. We voelen ons verbonden met onze omgeving en dragen daar graag aan bij. Dit geldt zowel voor de landen waar onze producten gemaakt worden als de zeven landen waarin onze meer dan 700 winkels staan. We ondersteunen verschillende initiatieven, die impact hebben en passen bij onze kernwaarden. Zo werken we sinds 2006 met KWF samen. Klanten kunnen in de winkels lege cartridges inleveren. Voor iedere ingeleverde cartridge ontvangt KWF één euro.

Om advies uit eens een andere invalshoek te ontvangen, gingen we een partnerschap aan met de Raad van Kinderen. Deze kinderen denken serieus met ons mee op een breed spectrum aan maatschappelijke issues. De Raad van Kinderen is een initiatief van de Missing Chapter Foundation (MCF), die kinderen een stem wil geven in de besluitvorming van het bedrijfsleven.

HEMA is voor iedereen

Ongeacht waar je vandaan komt of wie je bent, HEMA is er voor je. Wij vinden het belangrijk dat je kunt zijn wie je bent. Daarom ondersteunden we in 2016 een project van COC. De COC is één van de grootste Nederlandse belangenorganisaties van homoseksuelen, lesbiennes, biseksuelen en transgenders. Speciaal voor de Amsterdam Gay Pride ontwikkelden we limited edition t-shirts met een knipoog. De 20.000 euro winst op deze t-shirts doneerden we aan het COC, dat dit geld inzet voor communicatiepakketten op middelbare scholen om Paarse Vrijdag onder de aandacht te brengen. Met deze actie werden 900 schoollocaties en circa 250.000 mensen bereikt.

kerstwensenactie

Met de actie Kerstkadofabriek vroeg HEMA aan haar klanten om hun mooiste kerstwens voor een ander in te sturen. Onder andere Margreet Moolenijzer, juf op basisschool Samenspel uit Amsterdam Zuid-Oost, had de wens om met haar schoolklas te gaan schaatsen. Een wens die HEMA graag in vervulling liet gaan. Helemaal toen bleek dat Margreet lesgeeft aan een klas met kinderen die nieuw zijn in Nederland en de taal nog niet spreken. Veel van deze kinderen hebben heel wat meegemaakt, wat het extra bijzonder maakte om ze eens positief te verrassen. Het was destijds voor de kinderen hun eerste echte Hollandse winter. En hoe kan je daar beter kennis mee maken dan door schaatsen onder te binden en het ijs op te gaan?

- door UTZ-gecertificeerde chocolade en koffie in te kopen ondersteunt HEMA duurzame landbouw in de landen van herkomst
- ook onze Rainforest Alliance-koffie draagt bij aan verbeteringen in de land- en bosbouw
- HEMA verkoopt thee, wijn en bananen die Fairtrade-gecertificeerd zijn. Dit betekent een eerlijke prijs en premie voor boeren en arbeiders om in hun gemeenschap te investeren

"HEMA is er voor iedereen. Bijna iedere Nederlander (90% van de bevolking) komt minimaal één keer per jaar in een HEMA-filiaal. We zijn onderdeel van de gemeenschap en worden gezien als een duurzaam merk. Een goede band met de samenleving zit in onze genen. Onze medewerkers voelen dat ook. Die rol brengt ook verantwoordelijkheden met zich mee. Deze rol nemen we serieus. We kijken altijd uit naar nieuwe mogelijkheden en kansen op het vlak van duurzaamheid."



favoriete duurzame product: UTZ-chocoladereep



Adriana Hoppenbrouwer-Pereira,
Chief Marketing Officer (CMO) bij HEMA

goed werkgeverschap

HEMA is er voor iedereen en daarmee zeker ook voor de eigen medewerkers. Alleen met tevreden en gemotiveerde mensen kunnen we iedere dag klaarstaan voor onze klanten. Daarom geven we veel aandacht aan inzetbaarheid en training en opleiding. Als HEMA staan we midden in de samenleving. We vinden het belangrijk dat we zelf een goede afspiegeling zijn van de samenleving waarin we opereren.

medewerkers aan het woord

Met een groot medewerkersonderzoek, waar 67% van onze mensen aan meedeelde, peilden we de mening, wensen en verwachtingen van onze medewerkers. Veel medewerkers voelen zich erg betrokken. Ze hebben een goed beeld van onze koers en geloven in de doelen waar we naartoe werken. Opvallend is het grote werkplezier van onze mensen. Aandachtspunten zijn er ook. Medewerkers geven aan dat er meer aandacht mag komen voor goede prestaties en voor leren en ontwikkelen op de werkvloer. Iedere manager maakt een actieplan om deze verbeterpunten door te voeren. Ook dit jaar voeren we een medewerkersonderzoek uit, inclusief onze kantoren in Azië.

leren op de werkvloer

In 2016 startten we in het distributiecentrum met een gecertificeerd beroepsbegeleidend leerweg (BBL) traject. Twaalf collega's worden opgeleid tot medewerker logistiek en ontvangen na afronding een MBO-diploma niveau 2. Dit traject voeren we in 2017 ook door in de winkels en eventueel in de bakkerijen. HEMA heeft veel contact met scholen. Zo halen we mensen binnen die gericht kiezen voor detailhandel en vormen we een kweekvijver. Ook vangen we mensen op die qua loopbaan of opleiding in een lastige situatie zitten. Wij verwelkomen ze bij HEMA en bieden ze een plek om bij ons te werken en te leren. Hier komen jongere maar ook oudere mensen op af. De doelstelling is om in 2017 enkele honderden BBL studenten binnen te halen.

- 553 deelnemers aan trainingen en opleiding
- 204 deelnemers aan Jong HEMA, het platform voor young professionals
- man/vrouw-verhouding: 19%/81%
- 38 medewerkers met een arbeidsbeperking

"Wat goed dat HEMA duurzamer wordt en dat duurzame producten ook bereikbaar zijn voor alle mensen. Ik ben zelf student en heb niet zo veel te besteden, maar bij HEMA kan ik wel duurzame producten kopen, omdat ze goed te betalen zijn."
Anne, 20 jaar (klant van HEMA)

*begrippenlijst en keurmerken

audit

Proces om de bedrijfsvoering binnen de productielocatie te toetsen aan vooraf bepaalde criteria.

actieplan

Verbeterplan dat HEMA opstelt als uit een audit blijkt dat een producent niet voldoet aan de criteria. Dit plan omschrijft welke correctieve en preventieve maatregelen nodig zijn om aan de criteria te voldoen.

Bangladesh Accord

HEMA was in 2013 medeondertekenaar van het Bangladesh Accord, een initiatief gericht op het verbeteren van de arbeidsomstandigheden in de textielindustrie in Bangladesh. Aanleiding van dit initiatief was de instorting van het Rana Plaza-gebouw in Bangladesh, waar voornamelijk productielocaties voor textiel gevestigd waren. Hoewel HEMA geen zaken deed met deze producenten, maken we actief deel uit van het Bangladesh Accord-initiatief. www.bangladeshaccord.org

Better Cotton Initiative (BCI)

Het Better Cotton Initiative (BCI) is een non-profit-organisatie die zich wereldwijd inzet voor betere katoenstandaarden en partijen uit de complexe katoenketen, van boeren tot retailers, bij elkaar brengt. www.bettercotton.org

Business Social Compliance Initiative (BSCI)

Het Business Social Compliance Initiative (BSCI) is een platform voor bedrijven dat als doel heeft wereldwijd de werkomstandigheden in de productieketen van haar leden te verbeteren. Bedrijven die aangesloten zijn bij BSCI implementeren de BSCI Code of Conduct in hun keten. www.bsci-nl.org

HEMA hart

In het centrum van ons HEMA hart staan vijf prioriteiten die we nastreven in onze missie om het dagelijks leven van onze klanten leuker en makkelijker te maken. Deze zijn: echt blijde klanten, medewerkers die trots op HEMA zijn, het eenvoudiger en beter maken van onze activiteiten, duurzaam ondernemen en het boeken van financieel gezonde resultaten.

IMVO Convenant

HEMA is medeondertekenaar van het convenant voor Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (IMVO) in de kleding- en textielindustrie. Bedrijven en organisaties die het convenant ondertekenen, spreken af om samen te werken aan het tegengaan van discriminatie, kinderarbeid en gedwongen arbeid. Ook stimuleren zij het recht op vrije onderhandelingen door onafhankelijke vakbonden,

leefbaar loon, en veilige en gezonde werkomstandigheden voor werknemers. Daarnaast streven zij naar vermindering van negatieve milieu-impact.

mulesing

Mulesing is het proces waarbij delen van de huid van een schaap op dierenonvriendelijke wijze worden verwijderd om infecties tegen te gaan.

productieketen

De opeenvolgende reeks processen die nodig is om een product te maken, van grondstof tot klant.

social compliance

Het voldoen aan gestelde regels voor sociale verantwoordelijkheid binnen de eigen organisatie alsmede bij leveranciers en in de productieketen. Betrokken partijen zoeken naar continue verbeteringen om de gezondheid, veiligheid en rechten van werknemers te bewaken en beschermen.

stakeholders

Stakeholders zijn personen en organisaties die direct of indirect beïnvloed worden door de activiteiten van de onderneming of die een directe of indirecte invloed hebben op de onderneming.



over dit verslag

HEMA wil duurzaamheid voor een breed publiek toegankelijk en begrijpelijk maken. Wij hopen dat dit verslag daar voor jou aan heeft bijgedragen. Heb je een idee, tip, vraag of opmerking, neem dan contact met ons op. Stuur een bericht naar sustainability@hema.nl. Volg HEMA op

Dit verslag is opgesteld volgens de richtlijnen van het Global Reporting Initiative (GRI) en voldoet aan G4-niveau Core. Het heeft betrekking op de periode 1 januari 2016 tot en met 31 december 2016. In deze periode vonden er geen significante acquisities en desinvesteringen plaats. Tenzij anders weergegeven hebben de resultaten betrekking op de (internationale) activiteiten van HEMA, binnen de eigen organisatie. De reikwijdte en afbakening van de inhoud zijn gebaseerd op de materiële onderwerpen en op de informatiebehoefte van stakeholders. Het is de ambitie van HEMA om jaarlijks de voortgang te rapporteren op de in dit rapport gepresenteerde materiële onderwerpen.

publicatiedatum: 23 mei 2017

copyright

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt door middel van fotokopie of microfilm of op welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande toestemming van HEMA. HEMA is niet aansprakelijk voor eventuele fouten in dit verslag.

The HEMA logo consists of a red square with the word "HEMA" in white, bold, sans-serif capital letters.