

mooi voor vandaag, goed voor morgen

duurzaamheidsverslag 2020



HEMA

inhouds- opgave



**pijler 2: hoe onze
producten gemaakt
worden**
p. 22



**pijler 1: waar onze
producten van
gemaakt worden**
p. 13



**pijler 3: onze rol in de
samenleving**
p. 27

- p. 3 **HEMA in 2020**
- p. 4 **voorwoord**
- p. 5 **over HEMA**
- p. 7 **onze waardeketen**
- p. 8 **ons waarde-
creatiemodel**
- p. 9 **duurzaamheid
bij HEMA**
- p. 12 **in gesprek met
de maatschappij**

mooi voor vandaag, goed voor morgen

HEMA in 2020

2020 was een bijzonder jaar. We hebben ons onverminderd ingezet om onze klant te voorzien van producten met een echt HEMA design. Van grondstof tot de producten in onze (online) winkels.



voedsel doneren

Voedsel doneren aan Voedselbanken, Leger des Heils en ziekenhuizen

nieuwe distributiecentrum

Ingebruikname tweede distributiecentrum in Nieuwegein, duurzaam gebouwd onder BREEAM niveau 'excellent'

HEMA design contest

Designwedstrijd met jonge ontwerpers voor nieuwe HEMA producten



duurzaam inkopen

Duurzaam katoen, 91% FSC papier en hout, 79,5% RSPO palmolie voor cosmetica, 100% RDS dons

charter Diversiteit

Vorbereiding ondertekening ter bevordering diversiteit en inclusiviteit bij HEMA



groei online verkoop

Meer dan 80% omzetgroei online verkoop



Workplace Pride

Interne werkgroep is opgericht en hijst de regenboogvlag voor LHBTI+ gemeenschap



introductie ookworst

Vegetarische variant van iconische HEMA rookworst

Parcom en Mississippi Ventures

Gesprekken over overname zijn gestart

introductie bijzonder geboorteverlof

Tien verlofweken voor stellen die een baby opnemen in hun gezin

veilig winkelen tijdens corona

Online en in de winkel

minder plastic

Reductie van plastic in onze producten en verpakkingen



samenwerking met SAVE in India

48 trainingen gegeven aan >1700 medewerkers voor versterken van positie van werknemers



Tjeerd Jegen

CEO bij HEMA

inzetten op duurzaamheid in een bijzonder jaar

2020 was een roerig jaar voor ons allemaal. Wegens corona hebben onze klanten – en ook wijzelf – met verschillende uitdagingen te maken gehad. Door de gedwongen winkelsluiting konden we onze winkelklanten niet meer optimaal van dienst zijn. Dit hebben we zoveel mogelijk opgelost door klanten online te helpen en orders in de winkels te verzamelen en vanuit deze winkels naar de klanten te verzenden. Ik heb grote waardering voor alle collega's die zich voor 100% hebben ingezet en zich voortdurend hebben weten aan te passen aan de veranderende omstandigheden.

We willen het dagelijks leven van onze klanten beter, leuker en makkelijker, en daarmee dus ook duurzamer maken. Ondanks de uitdagende omstandigheden bleef duurzaamheid een belangrijke focus van ons. We zijn blijven werken aan duurzamere producten en het aanscherpen van onze duurzaamheidsdoelstellingen. Dit zie je terug in ons assortiment. Zo introduceerden wij ons Clean Beauty-assortiment, brachten we letterkratjes van 100% gerecycled plastic op de markt en bekeken we hoe we de eerste stappen konden zetten in het circulair maken van onze producten. Maar wat we vooral hebben gezien is dat we daadwerkelijk duurzame relaties hebben opgebouwd. We zijn continu samen met onze partners en leveranciers op zoek gegaan hoe we het best mogelijke duurzame assortiment konden blijven aanbieden aan onze klant.



Naast uitdagingen hebben we als HEMA ook positieve veranderingen doorgemaakt. HEMA is nu eigendom van de investeringsmaatschappijen Parcom en Mississippi Ventures en heeft hiermee een heel gezonde financiële basis gekregen. De meeste gesprekken hierover zijn in 2020 gevoerd en begin 2021 is het nieuwe eigenaarschap beklonken. Mississippi Ventures is van de familie Van Eerd, eigenaar van Jumbo supermarkten waarmee HEMA in 2020 is gaan samenwerken. Daarmee zijn we klaar voor de laatste jaren tot ons 100-jarige verjaardag, en voor de jaren erna als een vitaal, eigentijds en vooral duurzaam bedrijf.

Met de nieuwe eigenaren en een gezonde financiële basis zie ik dit als een goed moment om plaats te maken voor nieuw leiderschap. Ik kijk terug op zes mooie jaren waarin duurzaamheid een vast en belangrijk onderdeel van HEMA is geworden en zal het stokje op 1 juni 2021 vol vertrouwen overdragen aan de nieuwe CEO Saskia Egas Reparaz.

Op een mooie en duurzame toekomst!

Tjeerd Jegen, CEO HEMA

Sinds ik bij HEMA werk, is een van mijn favoriete producten de iconische HEMA rookworst. Voor mij is het extra bijzonder dat we in 2020 de vegetarische variant, de ookworst, hebben geïntroduceerd. Dit is een mooi voorbeeld van hoe we al onze producten toegankelijk maken voor een breed publiek, want HEMA is er voor iedereen.

over HEMA

HEMA producten zijn ontworpen op basis van HEMA waarden

- optimistisch: ze toveren een glimlach op je gezicht
- helder: ze zijn eenvoudig in gebruik
- toegankelijk: HEMA is voor iedereen
- typisch Nederlands: no-nonsense en vriendelijk
- betrouwbaar: ze zijn van hoge kwaliteit
- uniek: ze zijn door onze eigen designers ontworpen
- duurzaam: ze zijn het resultaat van duurzame processen en materialen

771 winkels in elf landen

543 in Nederland, 98 in België, 70 in Frankrijk, 20 in Duitsland, 9 in Spanje, 7 in de Verenigde Arabische Emiraten, 7 in het Verenigd Koninkrijk, 6 in Oostenrijk, 4 in Luxemburg, 4 in Mexico, 3 in Qatar

samenwerking

Walmart in de Verenigde Staten, Jumbo en Wehkamp in Nederland, en Franprix en Casino in Frankrijk



1541 miljoen euro omzet

37% hardwaren,
38% kleding &
ondermode,
22% eten & drinken,
3% diensten



zes webshops

Nederland, België,
Duitsland, Frankrijk,
Verenigd Koninkrijk,
Mexico

32.000 producten

Assortiment met
unieke HEMA
producten

bijna 100 jaar HEMA

HEMA, de Hollandsche Eenheidsprijzen Maatschappij Amsterdam, is in 2021 95 jaar jong. Geboren in 1926, is HEMA

bijna 100 jaar later actief in elf landen met 771 winkels en zes webshops. Onze negentienduizend medewerkers zetten zich allemaal in om het dagelijkse leven van de zes miljoen klanten die HEMA elke week bezoeken, beter, leuker en makkelijker te maken.

Overal waar we actief zijn, verkopen de HEMA winkels en webshops hetzelfde assortiment unieke producten tegen aantrekkelijke prijzen. Maar we passen ons ook aan. Zo verkopen we geen varkensvlees en wijn in islamitische landen, hebben onze elektrische apparaten per land de passende stekkers, en verkopen we alleen in Nederland en België verse voeding en wijn.

duurzame waarde

HEMA wil het dagelijkse leven beter, leuker en makkelijker en vooral ook duurzamer maken. Dat doen we voor onze klanten, onze medewerkers en voor onze toeleveranciers en dienstverleners. Dit komt allemaal samen in de materiaalkeuze en ontwerpen van onze producten, waarbij duurzaamheid en herbruikbaarheid belangrijke uitgangspunten zijn.

Verduurzaming van producten en processen maakt bij HEMA alles drie keer beter:

- Beter voor de klant.
- Beter voor de mensen die onze producten maken.
- Beter voor de wereld waarin we leven.

In het vervolg van dit verslag vertellen we meer over de verduurzaming van onze producten en processen.

HEMA medewerkers

HEMA is voor iedereen, als merk en werkgever. Een open cultuur waarin iedereen gelijk is en meedoet, hoe verschillend we ook zijn. Dat is waar we voor staan.

medewerkers op kantoren

	NL support office	NL DC	NL bakke- rijen	Dhaka inkoop	Hong Kong inkoop	Shang- hai inkoop
mannen	223	455	174	15	2	9
vast contract	165	418	150	11	2	2
tijdelijk contract	58	37	24	4		7
voltijds	187	377	146	15	2	9
deeltijds	36	78	28			
vrouwen	444	154	69	4	7	21
vast contract	313	142	46	4	7	1
tijdelijk contract	131	12	23			20
voltijds	245	89	21	4	6	20
deeltijds	199	65	48		1	1
 totaal % CAO	95%	99%	99%			

medewerkers in filialen

	NL	BE	FR	DU	OS	VK	SP	LUX
mannen	913	82	230	38	4	30	46	2
vast contract	420	75	230	12	4	30	25	2
tijdelijk contract	493	7		26			21	
voltijds	196	38	180	39	1	18	8	1
deeltijds	717	44	50	160	3	12	38	1
vrouwen	6604	758	399	199	54	42	98	31
vast contract	3226	710	399	72	54	42	49	29
tijdelijk contract	3378	48		127			49	2
voltijds	390	200	284	12	10	18	11	4
deeltijds	6214	558	115	26	44	24	87	27
onbepaald							1	
vast contract							1	
deeltijds							1	
 totaal % CAO	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

* Peildatum: 31 december 2020. Stagiaires en de franchisewinkels in de Verenigde Arabische Emiraten en Qatar zijn niet meegenomen in dit overzicht.

ONZE WAARDEKETEN - van grondstof tot klant



alle katoen- producten duur- zaam ingekocht

Katoen kopen we in via Better Cotton Initiative (BCI) en via de richtlijnen van de Organic Content Standard (OCS) en Global Organic Textile Standard (GOTS)

inkoopkantoren in Dhaka, Hong Kong en Shanghai

Via onze inkoopkantoren wereldwijd kopen we, waar we kunnen, duurzame grondstoffen in en monitoren we de arbeidsomstandigheden



32.000 HEMA- producten

- Beter voor de klant
- Beter voor de mensen die onze producten maken
- Beter voor de wereld waarin we leven

rookworst

Ons iconische HEMA product, de rookworst, is gemaakt van vlees met een 1 ster Beter Leven-keurmerk



ookworst

We bieden een vegetarische variant van onze iconische rookworst: de ookworst, een product voor iedereen



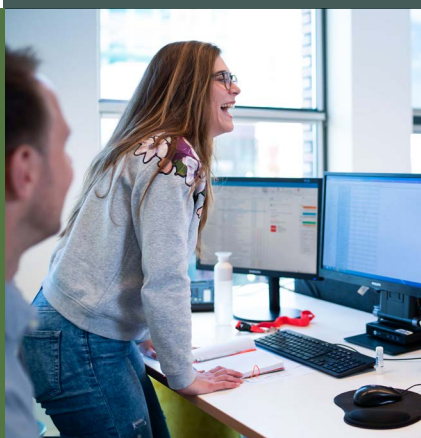
HEMA design

Wij maken het dagelijks leven beter, leuker en makkelijker, en daarmee ook duurzamer



19.000 medewerkers

Op ons support office in de distributiecentra, op de inkoopkantoren en in de filialen zetten onze medewerkers zich elke dag in voor onze klanten



training en ontwikkeling

We stimuleren onderlinge samenwerkingen, persoonlijke ontwikkeling en ambassadeurschap onder onze medewerkers

diversiteit en inclusiviteit

HEMA is er voor iedereen. Dit laten we o.a. zien met onze HEMA Foundation en onze interne werkgroep Workplace Pride



HEMA producten ontworpen op basis van HEMA waarden

Optimistisch, helder, toegankelijk, typisch Nederlands, betrouwbaar, uniek en duurzaam



6 miljoen HEMA klanten winkelen wekelijks

Bel & bestel bij lokale HEMA filialen, click & collect via de HEMA-website en winkelen (op afspraak) in een filiaal naar keuze

lokale initiatieven

HEMA wil een positieve impact maken op de lokale omgeving. Voedsel dat we over hebben doneren we bijvoorbeeld aan het Leger des Heils en Voedselbanken, of verkopen we via Too Good to Go



sociaal

onze investeringen

- HEMA Foundation
- interne werkgroep Workplace Pride
- inzet voor diversiteit en inclusiviteit
- HEMA design om maatschappelijke onderwerpen bespreekbaar te maken

► 6 miljoen HEMA klanten per week

onze resultaten

- introductie bijzonder geboorteverlof
- hijsen van de regenboogvlag op ons distributiecentrum en support office en bij onze bakkerijen
- inclusief assortiment

onze impact

HEMA is voor iedereen. We maken complexe maatschappelijke uitdagingen bespreekbaar en zetten ons design in voor meer inclusiviteit. Dit doen we als HEMA en met onze samenwerkingspartners.

SDG's: 5, 10 & 17

Lees meer in pijler 1 en 3

ONS WAARDECREATIEMODEL

HEMA staat midden in de samenleving. We streven ernaar een positieve impact te hebben op de hele keten, van grondstof tot klant.

menselijk

onze resultaten

- medewerkerstevredenheidsonderzoek, positieve evaluatie tijdens corona
- lonen en pensioenen
- veilig werken, ook tijdens Covid-19
- 1890 HEMA medewerkers gebruiken online trainingen van GoodHabitz

onze impact

We willen medewerkers een veilige en prettige werkplek bieden. Iedere werknemer moet zich op zijn of haar plek voelen.

SDG's: 5 & 10

Lees meer in pijler 3

productie

onze investeringen

- 3 inkoopkantoren in Dhaka, Bangladesh en Shanghai
- 2 distributiecentra in Utrecht en Nieuwegein

onze impact

Bij HEMA vinden we het belangrijk te werken in een transparante en duurzame keten, waarin medewerkers waardig werk kunnen leveren en waarin we onze grondstoffen zo duurzaam mogelijk inzetten.

SDG's: 8, 12 & 17

Lees meer in pijler 2

verkoop via onze winkels en online

echt HEMA producten

mooi voor vandaag, goed voor morgen

inkoop grondstoffen

distributie

productie

onze investeringen

- 19.000 medewerkers wereldwijd
- coaching en ontwikkeling

natuurlijk

onze investeringen

- duurzaam HEMA design voor onze producten
- verantwoorde inkoop
- brandstof voor transport naar winkels

onze resultaten

- verduurzaming via keurmerken: 91% FSC papier en hout en 45% MSC en ASC vis en schelpdieren
- alle katoenproducten duurzaam ingekocht; 84% BCI, 16% biologisch
- €1.900.000 geschatte extra inkomsten voor katoenboeren aangesloten bij BCI
- duurzame alternatieven voor negen productgroepen voor eenmalig gebruik
- artikelen omgezet naar gerecycled of hernieuwbaar materiaal
- minder plastic per productverpakking

onze resultaten

- ►32.000 producten, 37% hardwaren, 38% kleding & ondermode, 22% eten & drinken, 3% diensten
- 86% van de online productreviews heeft 3- of 4-sterren
- lijst gepubliceerd met tier 1-fabrieken
- audits bij nieuwe productielocaties in risicolanden
- 97 MRQ- en 401 BSCI-audits op sociale criteria
- via SAVE 48 trainingen gegeven aan ►1.700 medewerkers voor versterking van de positie van werknemers

financieel

- 103,5 miljoen euro eigen vermogen in 2020
- 35,4 miljoen euro investeringen (CAPEX) in 2020

onze investeringen

- partnerschap met Jumbo en Walmart.com
- samenwerking met Franprix, Casino en Wehkamp

onze resultaten

- 1541 miljoen euro omzet in 2020
- 1064 miljoen euro netto omzet in 2020

onze impact

Duurzaamheid en financiële resultaten gaan voor HEMA samen. Zo kunnen we een positieve impact hebben op mensen, milieu en de maatschappij.

SDG's: 8 & 12

Lees meer in Over HEMA

onze impact

HEMA wil grondstoffen en materialen zo efficiënt mogelijk inzetten en zich meer richten op circulariteit. Zo kunnen ook de toekomstige generaties blijven genieten van onze aarde.

SDG's: 8, 12, 13 & 17

Lees meer in pijler 1 en 2

duurzaam- heid bij HEMA

duurzaamheidspijlers en -onderwerpen

Duurzaamheid zit in de kern van ons bedrijf. In 2019 analyseerden we welke duurzaamheidsonderwerpen onze interne en externe stakeholders het belangrijkste vinden voor HEMA. Via een online enquête en interviews verzamelden we input van medewerkers van allerlei afdelingen (management- en directieleden en medewerkers) en maatschappelijke organisaties en leveranciers.

De materialiteitsmatrix geeft aan hoe relevant elk onderwerp werd gevonden voor HEMA. Rechtsboven staan de onderwerpen waar HEMA de meeste impact kan maken. Deze onderwerpen hebben we verdeeld onder drie pijlers:

1. Waar onze producten van gemaakt worden
2. Hoe onze producten gemaakt worden
3. Onze rol in de samenleving

1. grondstoffen en materialen

We willen de negatieve impact van onze producten verlagen door alternatieve en duurzamere grondstoffen te gebruiken. Daarbij maken we grote stappen binnen het lineaire model en hebben we ambities om circulair te werken.

Pijler 1: Waar onze producten van gemaakt worden p. 14

2. ketenverantwoordelijkheid

Wij nemen onze ketenverantwoordelijkheid. Continu zijn wij bezig met het verkrijgen van meer inzicht in onze ketens en het identificeren van potentiële risico's voor mens, dier en milieu. Daarnaast communiceren wij hier steeds meer over naar onze klant.

Pijler 2: Hoe onze producten gemaakt worden p. 23

3. arbeidsomstandigheden bij leveranciers

Wij maken ons er sterk voor dat onze producten op een verantwoorde wijze geproduceerd worden. Wij voeren altijd audits uit voordat we met nieuwe fabrieken gaan samenwerken. Daarnaast zijn we in 2019 met nieuwe activiteiten gestart om nog effectiever verbeteringen door te voeren.

Pijler 2: Hoe onze producten gemaakt worden p. 25

4. duurzaam ontwerp

Duurzaamheid, klantoplossingen en kwaliteit staan bij onze productontwikkeling centraal. We streven naar betere producten op drie vlakken: beter voor de klant, beter voor de mensen die onze producten maken en beter voor de wereld waarin we leven.

Pijler 1: Waar onze producten van gemaakt worden p. 20

5. verpakkingen

We gebruiken verschillende verpakkingen om onze artikelen te beschermen en te vervoeren. Hierbij is het onze ambitie om minder, duurzamer en beter recyclebaar verpakkingsmateriaal te gebruiken.

Pijler 1: Waar onze producten van gemaakt worden p. 20

6. klanttevredenheid

We willen het dagelijks leven van onze klanten niet

alleen leuker en makkelijker maken, maar ook beter. Door steeds meer duurzamere keuzes mogelijk te maken. In alle landen waar we aanwezig zijn, in de winkel en onze webshop.

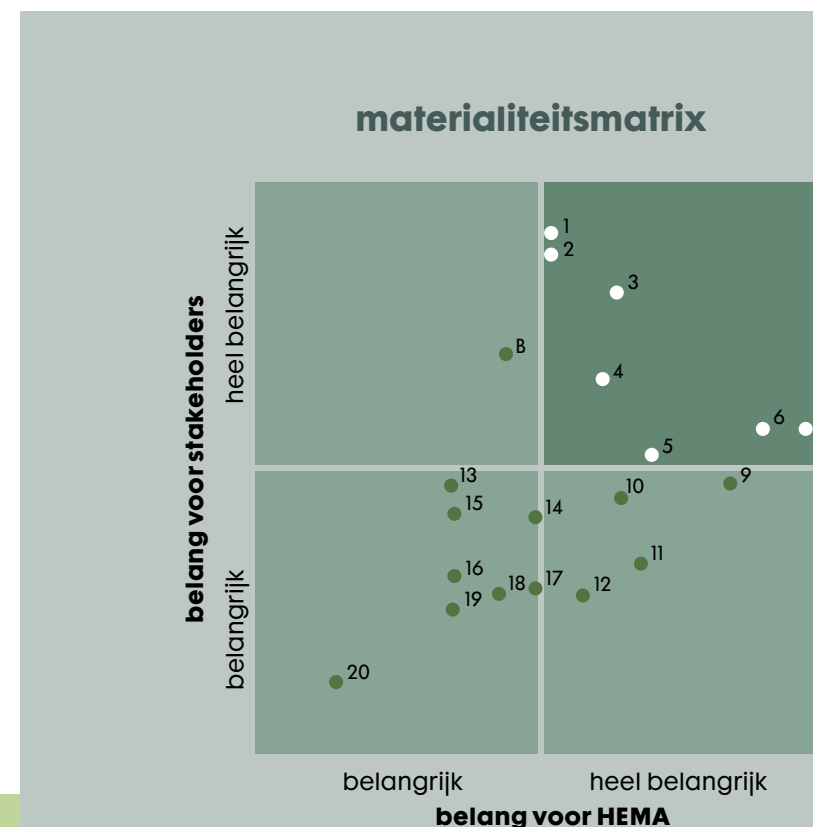
Pijler 3: Onze rol in de samenleving p. 29

7. goed werkgeverschap

We geloven in de kracht van goed opgeleide, gezonde en betrokken medewerkers. Daarnaast vinden we het belangrijk een goede afspiegeling van onze samenleving te zijn.

Pijler 3: Onze rol in de samenleving p. 30

8. duurzame bedrijfsvoering, 9. financiële prestaties, 10. medewerkersbetrokkenheid, 11. ontwikkeling van medewerkers, 12. diversiteit, 13. minder voedselverspilling, 14. maatschappelijke betrokkenheid, 15. dierenwelzijn, 16. energieverbruik, 17. gezond assortiment, 18. afvalinzamelen voor recycling, 19. transport en logistiek, 20. lokaal inkopen



borging van duurzaamheid

Samen met onze medewerkers werken we aan duurzaamheid. We hebben een duurzaamheidsafdeling die verantwoordelijk is voor de strategie en monitoring van ons duurzaamheidsbeleid. Dit team ondersteunt andere afdelingen om bijvoorbeeld zo duurzaam mogelijk in te kopen of te helpen bij de ontwikkeling van een duurzaam HEMA design.

De Executive Board en Operating Board zijn ook nauw betrokken bij het duurzaamheidsbeleid. De duurzaamheidsafdeling is hierin vertegenwoordigd. Duurzaamheid wordt maandelijks besproken op deze niveaus, zo worden nieuwe initiatieven en de voortgang van de behaalde resultaten regelmatig afgestemd. In 2021 willen we een Sustainability Committee opzetten met leden van de Executive en Operating Board. Zo versterken we de borging van duurzaamheid in de HEMA organisatie.

We vinden het belangrijk dat medewerkers zich betrokken voelen. Daarom informeren we de medewerkers via mailings, HeyHEMA (ons intranet) en peilen we voortdurend hun mening. We zorgen er ook voor dat medewerkers eenvoudig binnen onze organisatie hun mening kunnen delen. In Nederland kunnen medewerkers dit ook anoniem melden via de klokkenluidersregeling.

We vinden het belangrijk dat medewerkers zich betrokken voelen. Daarom informeren we de medewerkers via mailings, HeyHEMA en peilen we voortdurend hun mening.





Een product dat mij erg aanspreekt binnen HEMA is de vegan appel-kruimeltaart. Deze voegden we in 2019 toe aan ons assortiment. Speciaal voor mensen met een vegan dieet of allergie. En net zo lekker als altijd!

stappen op duurzaamheid in tijden van corona

Vaak krijg ik de vraag wanneer ik vind dat iets een duurzaam product is. Voor mij is een product nooit af. We moeten continu werken aan een beter product, met minder negatieve impact op mens en milieu, dat mensen ondersteunt of stimuleert om duurzamer te leven. Producten van goede kwaliteit die lang meegaan zijn hiervoor een randvoorwaarde. Bij HEMA werken we eraan onze producten iedere dag een stap beter te maken.

Duurzaamheid is belangrijk voor HEMA en 2020 stelde ons voor de nodige uitdagingen. Niet alle duurzame grondstoffen en materialen die we gebruiken voor onze producten waren beschikbaar. Daarnaast zijn de prijzen van bepaalde grondstoffen en materialen enorm gestegen, zoals biologisch katoen. Om deze redenen zijn enkele doelstellingen op duurzame grondstoffen en materialen opgeschoven van 2021 naar 2022. Toch houden we vast aan onze standaarden en zetten we ons hier onverminderd hard voor in.

Tegelijkertijd onderstreept deze crisis het belang van duurzaamheid. De stap naar circulariteit is voor ons dan ook heel belangrijk. Samen met het designteam en de inkopers geven we circulariteit extra aandacht in nieuwe ontwerpen en materiaalgebruik.

Samenwerken met leveranciers is belangrijk voor het behalen van onze duurzaamheidsdoelstellingen, maar vanwege corona moesten we helaas een aantal orders aanpassen. Ook hier bleek de kracht van samenwerken, want samen met onze leveranciers zochten we naar oplossingen. Sean Thistleton, onze director global procurement, laat in het interview op pagina 24 zien hoe wij omgaan met dit dilemma.

Daarnaast ben ik er trots op dat we begin 2021 de Charter Diversiteit getekend hebben. Dat we ons ervoor inzetten om een nog inclusievere werkgever te worden. Ook hebben we als merk de mogelijkheid en het vertrouwen om de maatschappij bewuster te maken van het belang van diversiteit en inclusiviteit. Hier werken we al jaren aan, bijvoorbeeld met de HEMA Foundation, het bijzonder geboorteverlof voor onze medewerkers en door bewuste keuzes te maken in de modellen en taal die we gebruiken. Maar we zullen dit nog structureler oppakken in de komende jaren. Want dat is precies wat we zijn als merk en als werkgever, voor iedereen.



**Eva
Ronhaar**

director of Innovation
and Sustainability en
director of HEMA
Foundation bij HEMA

HEMA in gesprek met de maatschappij

samenwerkingspartners
SDG's: 8, 12, 17

keurmerk-organisaties
SDG's: 8, 12, 13, 17

overheden
SDG's: 5, 8, 10, 12

Klanten
SDG's: 5, 10, 12

leveranciers
SDG's: 8, 12

branche- en sectororganisaties
SDG's: 8, 12

maatschappelijke organisaties
SDG's: 5, 8, 10



open dialoog

HEMA vindt het belangrijk om in gesprek te gaan met externe betrokkenen. Alleen samen kunnen we positieve impact realiseren. 2020 was een bijzonder jaar, waarin het extra belangrijk is om betrokken te blijven bij elkaar. We hebben op verschillende manieren met externe betrokkenen gesproken. Onze duurzaamheidsafdeling, andere afdelingen en de Executive Board waren hier nauw bij betrokken. We spraken over verschillende onderwerpen die we koppelen aan SDG's.*

convenanten en multi-stakeholder initiatieven

- Transparency Pledge
- Plastic Pact
- Knalplastic convenant
- Spatplastic convenant
- Bangladesh Akkoord
- IMVO Convenant duurzame kleding en textiel
- Amfori BSCI

internationale conventies en standaarden

- ILO conventies
- de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens
- de Conventie van de Rechten van het Kind
- de Conventie van de Eliminatie van alle Vormen van Discriminatie tegen Vrouwen
- Global Reporting Initiative
- Transparantiebenchmark

* Zie www.hema.nl/duurzaamheid voor meer informatie en stakeholders (bijlage: in gesprek met de maatschappij)



pijler 1

waar onze producten van gemaakt worden

13

streven naar positieve impact op mens, milieu en dier

Bij HEMA bedenken en ontwerpen we onze producten zelf. Dat maakt ons echt HEMA. We doen dit met aandacht voor mens, milieu en dier. We streven ernaar duurzame grondstoffen en materialen in te zetten. We zorgen ervoor dat de producten lang meegaan en we denken goed na over de verpakkingen. Of het nu gaat om hard-waren, eten en drinken, of om beauty-producten en kleding, we doen dit voor al onze producten.



duurzaam HEMA design

We ontwerpen onze producten zelf. Dat maakt HEMA uniek. Dit betekent ook dat we veel invloed hebben op de keuze voor bepaalde grondstoffen, de vormgeving en de verpakkingen. Om onze producten beter, leuker en makkelijker te maken, toetsen we onze ontwerpen op een aantal elementen:

- Beter voor de klant: slim design van makkelijk te gebruiken producten die lang meegaan en die zijn gemaakt van duurzame materialen.
- Beter voor de mensen die onze producten maken: waar mogelijk vergroten we de positieve sociale impact van onze productontwikkeling.
- Beter voor de wereld waarin we leven: we verlagen zoveel mogelijk de negatieve impact op het milieu.

We onderzoeken hoe we circulariteit kunnen toepassen op onze producten. In 2021 starten we met een training over circulair design voor HEMA collega's.

inclusief assortiment

HEMA is er voor iedereen. Dat zie je terug in ons assortiment. Zo bieden we huidverzorgingsproducten aan voor elk huidtype en iedere leeftijd, en kan iedereen de gewenste letter van chocolade vinden, omdat we die in alle letters van het alfabet maken. Ook krijgen we geregeld vragen van onze klanten, dit jaar bijvoorbeeld over het indianenpak in het Verenigd Koninkrijk. De vraag was, of het nog wel gepast is om dit te verkopen. In het Verenigd Koninkrijk hebben we dit pak uit het assortiment gehaald en in andere landen zullen we dit product niet opnieuw bestellen, zodat het vanzelf uit de winkels verdwijnt.

van HEMA design contest tot echt HEMA product

In 2020 heeft HEMA de HEMA design contest nieuw leven ingeblazen, na vijf jaar jaar afwezigheid. We vroegen jonge ontwerpers innovatieve oplossingen te bedenken die je tijd met je dierbaren thuis beter, leuker en makkelijker maakt. Een thema dat past bij dit bijzondere

jaar! De winnende ontwerpen zijn slim, duurzaam en vooral optimistisch. Claudia Bleeker won de juryprijs met haar ontwerp 'Houtje-Touwtje', een boek voor kinderen met verhalen en houten constructie-elementen die kinderen in elkaar kunnen zetten. Maaike Min ontving de publieksprijs met haar 'Bloeitegel', een bouw pakket om een stoep tegel te vervangen door een groen tuintje. Het designteam van HEMA staat te springen om samen met deze jonge ontwerpers hier echte HEMA producten van te maken.

duurzaam inkopen van grondstoffen en materialen

We vinden het belangrijk zorgvuldig om te gaan met grondstoffen en materialen, omdat sommige grondstoffen en materialen in de toekomst steeds schaarser worden, en vanwege onze schaalgrootte. Hierdoor heeft onze keuze voor grondstoffen en materialen direct invloed op mens en milieu. Daarom vinden we duurzame en circulaire alternatieven heel belangrijk. In de afgelopen jaren hebben we hier al goede resultaten op geboekt.

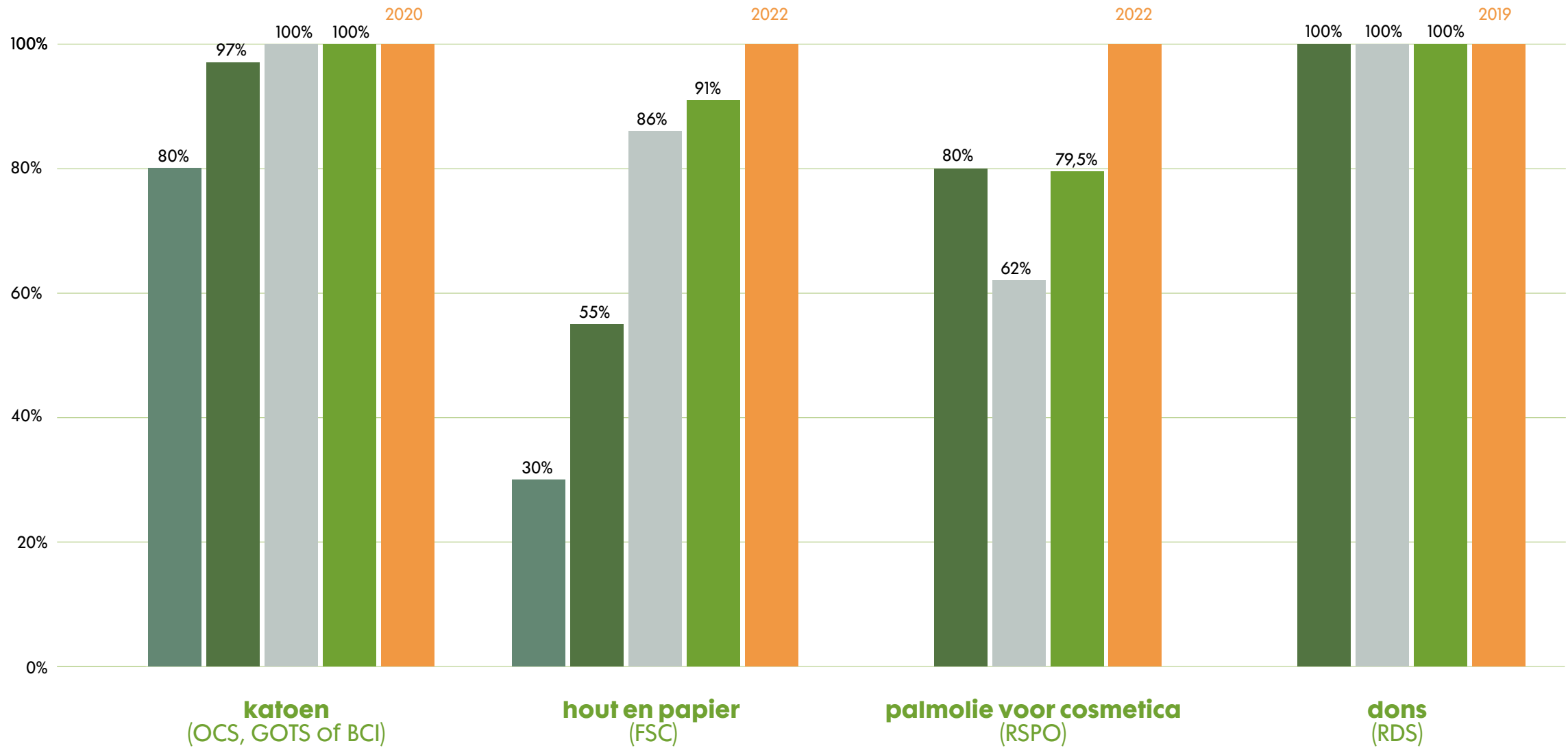
Bij het verduurzamen van onze grondstoffen en materialen nemen we onze verantwoordelijkheid in de keten en hanteren we nationaal en internationaal erkende keurmerken. We richten ons op plastic, katoen, hout en papier, zuivel, vleeswaren, koffie, thee, cacao en palmolie. Hier hebben we de grootste impact. Zo is al onze cacao UTZ- gecertificeerd en draagt meer dan negentig procent van ons papier en hout het FSC-keurmerk. Op de volgende twee pagina's laten we de voortgang per productgroep zien. Een aantal doelstellingen op voedselproducten, zoals vlees voor op brood, vis en schelpdieren en verse zuivelproducten, hebben we van 2021 naar 2022 gebracht, omdat we ons assortiment voedselproducten gaan herzien. Bij de introductie van nieuwe producten voldoen deze meteen aan onze eisen op het gebied van duurzaamheid.



We ontwerpen onze producten zelf. Dat maakt HEMA uniek.

ontwikkelingen duurzaam inkopen non-food

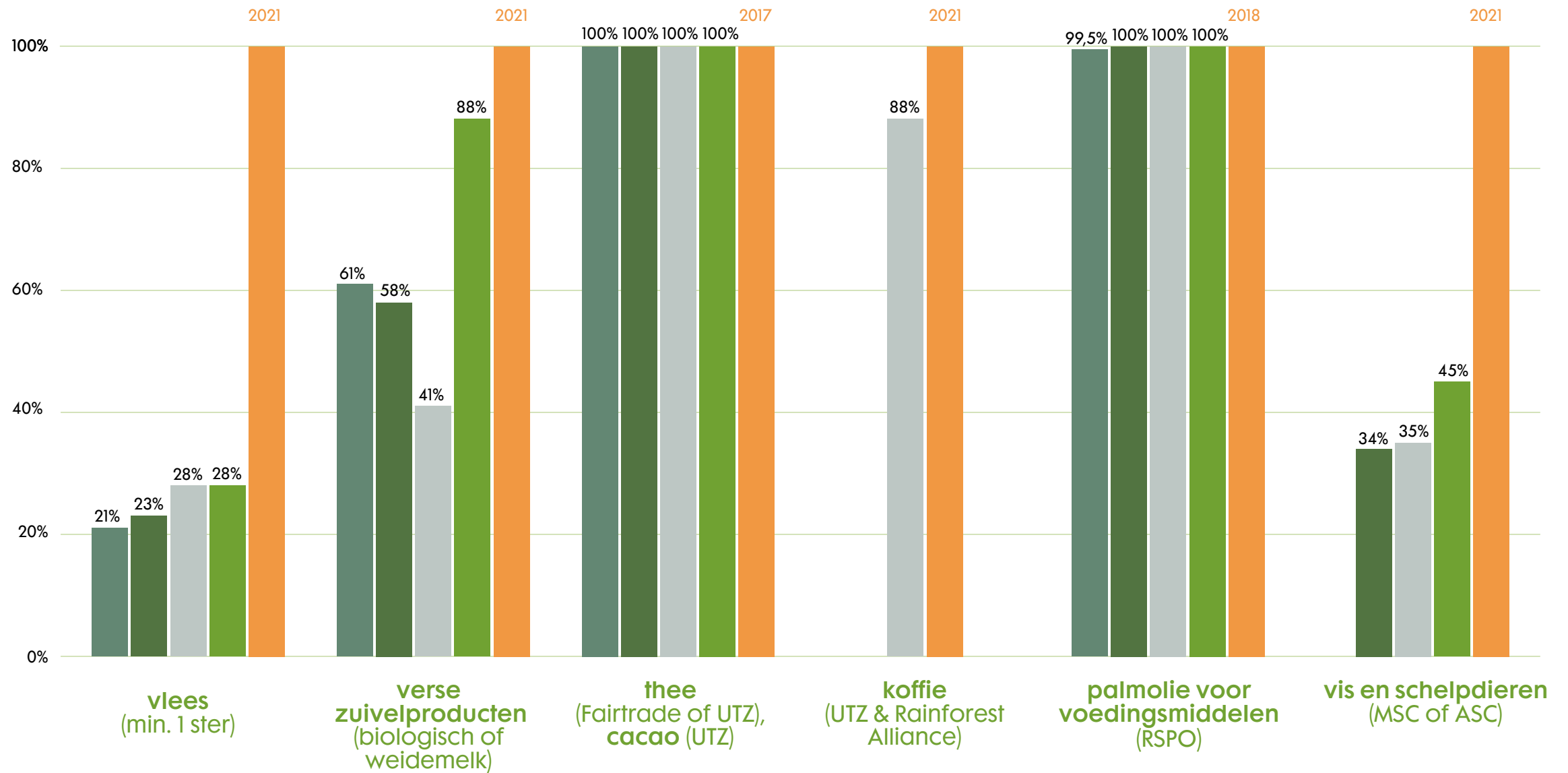
2017 2018 2019 2020 doelstelling



*HEMA hanteert internationaal erkende standaarden voor het verduurzamen van productgroepen. Deze grafieken laten de voortgang zien op onze doelstellingen per productgroep.
**De scope is retail en foodservice, excl. onze bakkerijen. De berekening is gebaseerd op totaal aantal SKU's.

ontwikkelingen duurzaam inkopen food

2017 2018 2019 2020 doelstelling



*HEMA hanteert internationaal erkende standaarden voor het verduurzamen van productgroepen. Deze grafieken laten de voortgang zien op onze doelstellingen per productgroep.
 **De scope is retail en foodservice, excl. onze bakkerijen. De berekening is gebaseerd op totaal aantal SKU's. De berekening voor koffie is per 2020 aangepast, voortaan rapporteren we op basis van het totale volume.



duurzaam textiel

Sinds 2019 is al ons katoen, zowel voor kleding als woontextiel, duurzaam ingekocht. Daar zijn we trots op. Voor deze duurzame inkoop gebruiken we drie standaarden: Better Cotton Initiative (BCI), Organic Content Standard (OCS) en de Global Organic Textile Standard (GOTS).

inkoop katoen	2017	2018	2019	2020
BCI	70%	85%	88%	84%
GOTS en OCS	10%	12%	12%	16%
totaal	80%	97%	100%	100%

* Berekend op basis van aandeel gecertificeerd product ten opzichte van totaal assortiment.

Better Cotton Initiative (BCI)

BCI is een samenwerkingsverband tussen ontwikkelingsorganisaties, milieuorganisaties en het bedrijfsleven om de katoenteelt te verduurzamen. BCI stimuleert milieuvriendelijke productie en een goede werkomgeving en beloning voor boeren en hun medewerkers. Door katoen in te kopen middels BCI, dragen we bij aan het verduurzamen van de katoenteelt. Zo hebben we in 2020 meer dan tienduizend katoenboeren bereikt en 1,9 miljoen euro extra inkomsten gegenereerd voor deze boeren. Dat is een stijging van ruim twintig procent. Dit is meestal het gevolg van hogere opbrengsten en efficiënter gebruik van middelen zoals water en pesticiden. In 2020 hebben BCI-boeren naar schatting 4,2 miljoen liter water bespaard en het gebruik van 2750 kg pesticiden vermeden doordat we Better Cotton hebben ingekocht.

bijdrage van HEMA	2019	2020
geschatte aantal katoenboeren bereikt	►5500	10.750
geschatte extra inkomsten katoenboeren	€ 1.522.264	€ 1.900.000*
geschatte hectaren land gecultiveerd met Better Cotton	niet opgenomen	20.750

* BCI-boeren ervaren winststijgingen om verschillende redenen, meestal als gevolg van hogere opbrengsten en/of geoptimaliseerd gebruik van zogeheten 'inputs', zoals irrigatiewater, pesticiden of synthetische mest.

** Alle bovenstaande gegevens zijn afkomstig uit de BCI-calculator.

biologisch katoen

Voor de inkoop van biologisch katoen gebruiken we de standaarden van de internationale keurmerken Organic Content Standard (OCS) en Global Organic Textile Standard (GOTS). Beide keurmerken hebben als doel om de biologische landbouwproductie te verhogen. GOTS stelt daarnaast ook eisen aan het verdere productieproces. De productstroom van zowel OCS als GOTS wordt door de hele keten gescheiden gehouden en zijn dus traceerbaar tot in het eindproduct.



rPET dekbed, kussen, en biologische hoezen

HEMA klanten slapen verantwoord. Onze dekbedden en kussens zijn gevuld met gerecycled materiaal (rPET) en zijn daarmee een duurzaam alternatief voor traditionele vullingen. Hiermee verminderen we de CO2-voetafdruk. Bovendien zijn de hoezen voor de dekbedden en kussens gemaakt van 100% gecertificeerd biologisch katoen (GOTS).



clean beauty

HEMA wil toonaangevend zijn in clean beauty. We vinden het belangrijk dat deze producten zoals huidverzorging en haarverzorging geen ingrediënten bevatten die mogelijk schadelijk zijn voor gebruikers of de natuur.

shampoo

Al onze haarverzorging is gemaakt volgens onze richtlijnen voor clean beauty. We hebben shampoos voor verschillende haartypes, en gebruiken alleen veilige ingrediënten, dus geen sulfaten als SLS en SLES.* Alle shampoos en conditioners die we in 2020 hebben geïntroduceerd zijn vegan. De verpakkingen van de shampoo maken we van 100% gerecycled materiaal (rPET) en de tubes voor onze conditioner bestaan voor 57% uit gerecycled materiaal. We moedigen het gebruik van gerecycled verpakkingsmateriaal zoals HDPE en bioPe aan, en we houden onze flessen kleurloos voor recycling.

Afgelopen jaar hebben we ook de shampoo in tabletvorm geïntroduceerd. Deze shampoo-tabletten zijn vegan, gebruiken minder water en geven minder plastic afval dan onze shampooflessen.

*SLS & SLES (Sodium lauryl sulfate & sodium laureth sulfate) zijn wasactieve stoffen in cosmeticaproducten en worden gebruikt in bijvoorbeeld shampoo en gezichtsreinigers.



hardwaren

HEMA verkoopt hardwaren. Dit zijn producten voor alledaags gebruik, zoals woon- en keukenartikelen, school- en kantoorartikelen, onderdelen voor de fiets, en feest- en cadeauartikelen. Ook bij het ontwerp van deze producten combineren we een lange levensduur met het gebruik van duurzame materialen.



ookworst

Wie aan HEMA denkt, denkt aan onze iconische rookworst. Sinds oktober 2020 bieden we deze ook aan in een vegetarische variant die we met een knipoog 'ookworst' noemen. Hierdoor wordt het eten van geen of minder vlees nog leuker en makkelijker. De vegetarische variant van de rookworst is lekker voor bij de stamppot. Zo maken we onze producten toegankelijk voor iedereen.



eten & drinken

In onze winkels in Nederland en België hebben we een breed assortiment verse en verpakte levensmiddelen, van verse broodjes tot vleeswaren, snacks en vers gebak. Binnen ons assortiment willen we gezondere en duurzamere alternatieven aanbieden, bijvoorbeeld door vegan of vegetarische opties toegankelijk te maken voor een breder publiek.

vlaggen van textiel

HEMA ontwikkelt feestartikelen die je langdurig kunt gebruiken, bijvoorbeeld voor verjaardagen. Deze vlaggenlijn kun je steeds opnieuw ophangen of langdurig gebruiken als decoratie in bijvoorbeeld je kamer.





Een product waar we veel impact mee maken is de romper. Een op de drie baby's in Nederland draagt een rompertje van de HEMA. Deze zijn van duurzaam katoen of van FSC gecertificeerde bamboe en krijgen een extra goede pasvorm door de stretch. Dit rompertje heeft ook een lijn met een dubbele rij drukkers, waardoor je kindje er langer in past. Een leuke manier om de nieuwe generatie al op jonge leeftijd in aanraking te laten komen met verantwoorde en duurzame aankopen.

een duurzaam HEMA design

Elke dag kijken we met het designteam hoe we het leven van onze klant kunnen verbeteren. Een 'echt' HEMA ontwerp is slim, duurzaam en vooral leuk en optimistisch. Ook moet het toegankelijk zijn voor een grote groep mensen.

Als designteam kijken we altijd met een duurzaamheidsbril naar onze productontwerpen: werken we met de juiste materialen en kunnen we de producten zo ontwerpen dat ze lang meegaan? In 2021 krijgt circulariteit extra aandacht: hoe maken we meer gebruik van gerecycled materiaal? We hebben hiervoor nauw contact met de duurzaamheidsafdeling en onze leveranciers. Ook willen we ons focussen op 'true choice': een assortiment dat inclusief is en past bij onze klanten. Denk bijvoorbeeld aan de lactosevrije tompouce en de ookworst. Op dit vlak kunnen we nog veel meer doen.

Ik vind het uitdagend om producten te ontwikkelen die nu bij onze klanten passen, en die ook over tien jaar nog actueel zijn. Een mooi voorbeeld is een eenvoudig vormgegeven kandelaar die we zo'n zes jaar geleden ontwikkelden en nog steeds onderdeel van ons assortiment is.

Afgelopen jaar is de thuissituatie van klanten erg veranderd. Zo werd de keukentafel naast een plek om te eten, een werkplek en een plek waar je met het gezin veel meer tijd doorbrengt. Dit biedt kansen voor producten zoals opbergdozen. Ook zien we dat consumenten duurzaamheid steeds belangrijker vinden en kiezen voor functionele producten die langer meegaan.

Milou Pikaart

head of design food
en hardgoods bij
HEMA

verminderen van plastic

Plastic is een niet-hernieuwbare grondstof en is niet natuurlijk afbreekbaar. Om hier op een verantwoorde manier mee om te gaan, ontwikkelden we in 2019 een beleid op drie niveaus: plastic producten voor eenmalig gebruik, plastic producten voor langdurig gebruik en plastic consumentenverpakkingen.

plastic producten voor eenmalig gebruik

Plastic producten voor eenmalig gebruik verdwijnen uit ons assortiment. Dit sluit aan bij EU-wetgeving om vanaf juli 2021 plastic producten voor eenmalig gebruik uit te bannen. We hebben in negen productgroepen naar alternatieven gezocht en voor elke groep hebben we een alternatief gevonden. Deze introduceren we geleidelijk. Zo bieden we nu bijvoorbeeld papieren uitdeelzakjes aan in plaats van plastic zakjes.

plastic producten voor langdurig gebruik

Voor herbruikbare plastic producten gebruiken we waar mogelijk minder plastic en gebruiken we duurzamer en recyclebaar materiaal. We hebben onderzocht welke plastic producten voor langdurig gebruik we kunnen aanpassen. In 2019 zetten we 88 artikelen om naar gerecycled of hernieuwbare materialen. In 2020 waren dit er 123. De komende jaren werken we samen met onze partners om in 2025 voor alle plastic of polyester producten gerecycled of hernieuwbaar materiaal te gebruiken.

duurzaam verpakken

Verpakkingen garanderen de veiligheid en kwaliteit van producten. In ons HEMA design kijken we hoe we verpakkingen slim en duurzaam kunnen inzetten in de hele keten: van consumentenverpakkingen (primair) in de winkels, tot de om dozen (secundair) en transportverpakkingen (tertiair) in de logistiek. Sinds 2018 hebben we doelstellingen geformuleerd met als uitgangspunt minder verpakken waar mogelijk, en zo veel mogelijk duurzamer en recyclebaar materiaal gebruiken. Dit sluit aan op de doelstellingen van het Plastic Pact dat HEMA heeft getekend.

minder verpakkingsmateriaal in consumentenverpakkingen

In 2025 willen we 25% minder verpakkingsmateriaal in consumentenverpakkingen gebruiken t.o.v. 2019. We kijken naar papier, karton, plastic, aluminium en overige materialen.* In 2019 jaar hebben we een nulmeting gedaan. In 2020 hebben we twee procent minder verpakkingsmateriaal gebruikt t.o.v. 2019. We kijken bijvoorbeeld of we minder plastic verpakkingsmateriaal kunnen gebruiken in seizoensproducten.

Ook onderzoeken we bijvoorbeeld hoe we producten kunnen inzetten voor langer gebruik door hervulbare verpakkingen te gebruiken. Zo hebben we in 2020 een palet voor oogschaduw geïntroduceerd dat nagevuld kan worden. Hierdoor gaat het palet, dat is gemaakt van 25% gerecycled materiaal, langer mee.

minder plastic in consumentenverpakkingen

In onze consumentenverpakkingen willen we in 2022 25% minder plastic verwerken t.o.v. 2019. In 2019 rapporteerden we over het totale gewicht aan plastics van consumentenverpakkingen. Vanaf 2020 rapporteren we over de gemiddelde reductie in plastic consumentenverpakkingen.** In 2020 hebben we per ingekocht product gemiddeld twee procent minder plastic gebruikt t.o.v. 2019. We kunnen hier nog veel slagen in maken. We kijken waar we de hoeveelheid plastic in onze verpakkingen kunnen verminderen of vervangen door bijvoorbeeld gecertificeerd FSC karton, bijvoorbeeld voor onze batterijverpakkingen en shampoo-tabletten.

gerecycled of bio-based plastic in plastic consumentenverpakkingen

In 2025 willen we dat alle plastic consumentenverpakkingen van gerecycled of bio-based plastic gemaakt zijn. We bekijken continu welke mogelijkheden tot verbetering er zijn. Sinds 2020 bevatten bijvoorbeeld de verpakkingen van meerdere verzorgingsproducten gerecycled of bio-based plastic.

doelstellingen voor consumentenverpakkingen

- 25% minder consumentenverpakkingen in 2025 t.o.v. 2019
- 25% minder plastic in consumentenverpakkingen in 2025 t.o.v. 2019
- 100% van onze plastic consumentenverpakkingen is gemaakt van gerecyclede of bio-based plastic in 2025
- 100% van onze consumentenverpakkingen is recyclebaar in 2025





Sinds 2019 hebben we deze doelstelling. Toen baseerden we de meting op plastic verpakkingstypes. In 2020 hebben we onze meetmethode aangepast en meten we op artikelniveau, zo maken we beter inzichtelijk waar de producten vandaan komen. Ook sluit dit beter aan op onze interne monitoring en daarmee op de borging in de organisatie. In het duurzaamheidsverslag over 2021 zullen we hierover rapporteren.

recyclebare consumentenverpakkingen

Ook vinden we het belangrijk dat onze consumentenverpakkingen recyclebaar zijn. HEMA volgt daarin tools (Recyclechecks) van het Kennis Instituut Duurzame Verpakkingen (KIDV), die ons helpen te bepalen of verpakkingen goed recyclebaar zijn. In 2020 is 54% van onze papieren, kartonnen, en plastic verpakkingen recyclebaar.* In 2019 was dat 47%. Het is onze ambitie dat in 2025 al onze consumentenverpakkingen recyclebaar zijn. We onderzoeken steeds waar we niet recyclebaar plastic kunnen vervangen voor recyclebaar plastic of voor karton en papier.

* Dit is exclusief de verpakkingen van bier en wijn.

** Dit is exclusief food producten.

samen werken aan duurzame verpakkingen

Voor onze medewerkers hebben we een verpakkingshandleiding opgesteld. Hierin staan voorbeelden hoe HEMA duurzame keuzes maakt op alle drie de niveaus. Op consumentenverpakkingen adviseren we bijvoorbeeld waterflessen te maken van rPET of bioPET (en in de toekomst PEF), en om de flesjes zo transparant mogelijk te houden voor recycling. Ook maken we onze transportverpakkingen zo klein mogelijk, door bijvoorbeeld kleding op te vouwen. Zo zetten we stappen om de gehele keten efficiënter en duurzamer te maken.

duurzame keuze voor de klant

Ook in onze HEMA winkels bieden we duurzame verpakkingsopties aan. Zo is een deel van onze tassen van gerecycled materiaal gemaakt. In 2021 vervangen we onze huidige tassen voor alternatieven die gemaakt zijn van gerecycled materiaal (papier, PET en karton) en uitnodigen tot hergebruik.

pijler 2

hoe onze producten gemaakt worden

22

produceren onder goede arbeidsomstandigheden

Bij HEMA staat positieve impact in de keten voor mens en milieu centraal. Wij willen ervoor zorgen dat onze producten onder goede arbeidsomstandigheden en met respect voor het milieu worden gemaakt.

Voortdurend werken we eraan om meer inzicht te krijgen in de keten, om de arbeidsomstandigheden en de invloed op het milieu van onze producten continu te verbeteren. Afhankelijk van de materialen, productieprocessen, landen en regio's, stellen we prioriteiten en wegen we af waarop wij de meeste invloed kunnen uitoefenen om arbeidsomstandigheden te verbeteren en de impact op het milieu te verlagen. Samenwerking is hierbij van groot belang, dus zijn we continu in gesprek met onze leveranciers en andere ketenpartners.





HEMA brengt voortdurend op zorgvuldige wijze in kaart welke risico's bestaan in haar keten op het gebied van mensenrechten, milieu en dierenwelzijn.



Ketenverantwoordelijkheid

HEMA neemt haar verantwoordelijkheid in de keten. HEMA brengt voortdurend op zorgvuldige wijze in kaart welke risico's bestaan in haar keten op het gebied van mensenrechten, milieu en dierenwelzijn. Hierbij nemen wij signalen mee van relevante stakeholders, zoals vakbonden, maatschappelijke organisaties en andere ketenpartners. Dit zogeheten 'due diligence'-proces legt de basis voor onze ondernemingscode voor alle leveranciers en partners. Onze sociale richtlijnen zijn opgesteld op basis van ILO-conventies en OESO-richtlijnen, de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens, de Conventie van de Rechten van het Kind en de Conventie van de Eliminatie van alle Vormen van Discriminatie tegen Vrouwen.

Door middel van audits bij leveranciers controleren we naleving van onze ondernemingscode. Zo weten wij onder welke omstandigheden onze producten gemaakt worden. Naast een beoordeling van arbeidsomstandigheden maken we ook gebruik van certificering voor duurzame materialen en borgen we milieu- en dierenwelzijnseisen. Verder gaan we na of de leverancier zelf alle productieprocessen in huis heeft

om het HEMA product te maken. Dit zorgt ervoor dat we ook zicht hebben op de processen bij eventuele onderaannemers, die zich ook aan onze ondernemingscode moeten houden. Zo werken we met onze leveranciers aan de milieu- en arbeidsomstandigheden van onze onderaannemers.

De ondernemingscode kan je hier vinden:
www.hema.net/about.

transparantie van productie-locaties en leveranciers

Transparantie en traceerbaarheid zijn onmisbaar voor ketenverantwoordelijkheid. De processen in de fabrieken die voor HEMA produceren – onze zogeheten 'tier 1'-leveranciers – hebben we al langer in beeld. In 2020 hebben we verdere stappen gezet om hun toeleveranciers van materialen en accessoires – dit noemen we 'tier 2'-leveranciers – beter in beeld te krijgen. Onze doelstelling is om te werken naar een volledig inzichtelijke 'tier 2' voor alle kleding en textielketens en hardwaren. Daarnaast willen we nog verder terug in de keten kunnen kijken en ook zicht krijgen op de producten en processen van de

leveranciers van grondstoffen (dit noemen we 'tier 3'-leveranciers). Inzicht dieper in de keten blijft een uitdaging, omdat we met ruim 32.000 producten veel verschillende productieketens hebben. Dit vergt goede samenwerking met onze leveranciers.

Bij HEMA vinden we het belangrijk om transparant te zijn naar alle externe organisaties die bij ons betrokken zijn. Zo kunnen we eventuele misstanden in de keten gezamenlijk aanpakken. Wij geloven sterk in de samenwerking met andere partners in de sector en dat begint bij openheid geven. Daarom hebben wij in 2019 de Transparency Pledge ondertekend en de lijst met fabrieken die voor HEMA produceren (tier 1) gepubliceerd. Hiermee kunnen onze klanten en andere betrokkenen zich beter informeren over de herkomst van onze producten. We willen deze lijst verder uitbreiden voor alle kleding- en textielketens en hardwaren (tier 2).

De meest actuele lijst kan je hier vinden:
www.hema.nl/duurzaamheid/productielocaties.



Sean Thistleton

director global
procurement bij HEMA

inzet op langdurige relaties met leveranciers

Sinds drie jaar werk ik voor HEMA als director global procurement. Ik ben geboren in Zuid-Afrika en voel me bij HEMA helemaal thuis. HEMA heeft een sterk, op duurzaamheid gebaseerd, waardensysteem. Deze waarden zijn tastbaar op kantoor, op de winkelvloer, en in de relatie met onze leveranciers.

HEMA zet in op handelsrelaties voor de lange termijn. We willen samenwerken met partners die HEMA en het belang van duurzaamheid van onze producten begrijpen. Vanwege corona was 2020 een uitdagend jaar voor HEMA en haar ketenpartners. De relatie met onze leveranciers blijkt heel veerkrachtig. Na de eerste en tweede lockdown hebben we intensief contact gehad en voortdurend gezocht naar gemeenschappelijke oplossingen bij aanpassingen van orders. Zo hebben we bijvoorbeeld contact gehad met een leverancier van T-shirts met lange mouwen. Die verkopen we niet in de zomer! Samen met onze leverancier hebben we een oplossing gevonden om het ontwerp aan te passen en verspilling te voorkomen. Het laat ook zien hoe kort de lijntjes zijn tussen inkoop en productontwerp.

Het einde van de crisis rond corona is nog niet in zicht. Maar we blijven onze HEMA standaarden met aandacht voor kwaliteit en duurzaamheid van onze producten, iedere dag centraal stellen. Dit komt ook tot uitdrukking in de transportverpakkingen van onze HEMA producten. We streven ernaar dat al onze transportverpakkingen gemaakt zijn van gerecycled materiaal of van materiaal uit duurzaam bosbeheer dat is voorzien van het FSC-keurmerk. Dat is een enorme stap. Dit is niet zichtbaar voor de consument, maar het laat zien hoe sterk wij ons verbinden aan duurzame doelstellingen.



Onze verzendozen zijn niet alleen praktisch, ze zijn ook zo veel mogelijk gemaakt van FSC gecertificeerd papier. We kijken goed naar de inhoud van de bestellingen, zodat we deze zo efficiënt mogelijk kunnen verpakken en geen onnodig grote dozen gebruiken voor het inpakken en verzenden van een bestelling.



arbeidsomstandigheden bij leveranciers

HEMA voert zelf zogeheten MRQ-inspecties uit. Deze 'minimum requirement audits' geven inzicht in de arbeidsomstandigheden op basis van zeven criteria:

1. ketentransparantie
2. voorkomen van kinderarbeid
3. geen gedwongen arbeid
4. veilige en gezonde werkomgeving
5. reële en nauwkeurige loon- en werktijdenregistratie
6. verzekeringen voor arbeiders
7. voorkomen van milieuvuiling

Voordat we een order plaatsen bij producenten in risicolanden, doen we eerst een MRQ-audit. Als daar verbeterpunten uitkomen, stellen wij samen met de leverancier een concreet verbeterplan met deadlines op. In 2020 hebben alle nieuwe producenten in risicolanden een audit gehad. We voerden 97 audits uit bij fabrieken waar voor HEMA textiel en hardwaren worden gemaakt. Er waren minder audits dan in 2019 (252), vanwege reisbeperkingen door corona. Ook hadden we minder nieuwe locaties. Van alle nieuwe fabrieken die in 2020 een verbeterplan hadden, zijn er 79% succesvol doorgevoerd en 21% nog in uitvoering.

Naar verwachting worden deze in 2021 afgerond. De verbeterplannen betreffen vooral acties op veiligheid, milieuvuiling en ongevallenverzekeringen voor werknemers. Als de auditor omstandigheden aantreft die te ver afstaan van onze ondernemingscode en standaarden, stellen we geen verbeterplan op en zien we af van samenwerking. In 2020 was dit in twee procent van onze audits het geval. Uiterlijk een jaar na onze eigen audit voert Amfori op basis van de richtlijnen van het Business Social Compliance Initiative (BSCI) een controle bij de leverancier uit. BSCI is een initiatief van bedrijven, dat arbeidsomstandigheden en milieustandaarden wereldwijd wil verbeteren door het uitvoeren van onafhankelijke audits bij productielocaties. BSCI neemt extra aspecten mee zoals discriminatie, vrijheid van vereniging en collectieve onderhandelingen. Deze aspecten staan tevens in onze ondernemingscode.

In 2020 hebben wij ons nadrukkelijker op BSCI gericht en zijn er in totaal 401 audits voor productielocaties van HEMA uitgevoerd. Ook voor BSCI-audits geldt dat wij, indien nodig, een verbeterplan opstellen met de leverancier. Wanneer meerdere BSCI-leden bij de desbetreffende productielocatie produceren, dan neemt één bedrijf de leiding voor de audit en het opstellen van een verbeterplan. Zo werken we samen met anderen bedrijven aan verbetering van de keten.

audits	2019	2020
totaal uitgevoerde audits	557	518
MRQ-audits	252	97
• aantal doorgevoerde verbeteringen	159	68
BSCI-audits	191	401
inspecties Bangladesh Akkoord	114	20

Voor het verbeteren van de arbeidsomstandigheden in Bangladesh is HEMA aangesloten bij het Bangladesh Transitie Akkoord. In 2020 hebben er in verband met coronarestricties twintig inspecties plaatsgevonden volgens de richtlijnen van het Akkoord. Deze focussen onder andere op het zicht krijgen op de voortgang van de richtlijnen van het Akkoord op brandveiligheid, constructie en elektriciteit. Bij onze fabrieken zijn in 2020 96% van deze verbeterpunten succesvol doorgevoerd. Hiermee lopen wij voor op de gemiddelde voortgang van het Bangladesh Transitie Akkoord van 92%.



Katoenbollen worden in fabrieken verwerkt tot garen.

Impactvolle projecten in de keten

Audits zijn effectief om inzicht te krijgen in arbeidsomstandigheden en deze waar nodig te verbeteren. Maar het zijn ook momentopnames die niet in alle onderwerpen evenveel inzicht geven. Daarom gebruiken we ook andere manieren om de keten te monitoren en verbeteren.

India: versterken werknemerscomités - in samenwerking met SAVE

Diverse NGO's zien een verhoogd risico op discriminatie in de kleding- en textielindustrie in India. HEMA vindt het belangrijk dat werknemers gehoord worden en ruimte krijgen om in gesprek te gaan met werkgevers over betere werk- en arbeidsomstandigheden. Daarom werkt HEMA samen met Social Awareness and Voluntary Education (SAVE), een lokale NGO op het gebied van mensenrechten die helpt om interne werknemerscomités in fabrieken te versterken. In samenwerking met SAVE zijn er in 2020 48 trainingen gegeven aan 1715 werknemers. Dit helpt leveranciers om vraagstukken intern en zelfstandig op te lossen. In 2021 zullen wij onze samenwerking met SAVE voorzetten en uitbreiden naar andere fabrieken in India.

China: chemicaliëngebruik in ververijen - in samenwerking met Arcadis

In China zijn wij samen met lokale partners een project gestart om het chemicaliëngebruik in textielververijen te verbeteren en watervervuiling tegen te gaan. Een fabriek in Ningbo heeft in 2019 meegedaan aan een programma van onze partner Arcadis voor verantwoord chemicaliëngebruik waaruit verbeterpunten zijn gekomen om schoner te produceren. Arcadis is een Nederlands advies- en ingenieursonderneming met lokale kantoren in onder andere China. Dit bedrijf wil de kwaliteit van de leefomgeving verbeteren. Sinds 2020 werkt de fabriek aan de verbeterpunten. Zo is er onder andere een nieuwe werkwijze om veiliger en met minder schadelijke chemicaliën te werken, zijn er trainingen gegeven en

is er een nieuwe installatie in gebruik genomen om uitstoot op te vangen. In 2021 zet HEMA zich er verder voor in om schonere productie te bevorderen.

India: implementatie effectief klachtenmechanisme - in samenwerking met Fair Wear Foundation

In 2020 is HEMA een samenwerking gestart met de Fair Wear Foundation. Dit is een onafhankelijke non-profit organisatie die zich inzet voor betere arbeidsomstandigheden. Zij hebben een effectief klachtensysteem dat we nu voor al onze kleding- en textielfabrieken in India gaan inzetten. Dit start in 2021 en we breiden het mogelijk in de toekomst uit naar andere landen.

hoe werkt het systeem?

Als medewerkers vinden dat hun rechten geschonden worden, of als anderen dit zien gebeuren, kunnen zij een klacht indienen bij een klachtenbehandelaar die de lokale taal spreekt. Dit verlaagt de drempel. Vervolgens wordt HEMA op de hoogte gesteld en start een onderzoek. Als uit dit onafhankelijke onderzoek door de Fair Wear Foundation blijkt dat de klacht gegrond is, gaat HEMA samen met de betreffende fabriek aan het werk om het probleem op te lossen. Daarbij worden het fabrieksmanagement en werknemersvertegenwoordigers betrokken om tot de oorzaak van de klacht te komen. Deze wordt opgelost en samen zetten alle betrokkenen zich in om herhaling in de toekomst te voorkomen. De anonimiteit van degene die de klacht indient is gewaarborgd. Ook dit verlaagt de drempel en leidt tot vertrouwen. Alle klachten en de voortgang op het oplossen hiervan worden transparant gepubliceerd op de website van de Fair Wear Foundation. Deze aanpak geeft HEMA beter inzicht in wat er bij haar ketenpartners speelt en stelt HEMA in staat om direct actie te ondernemen waar nodig.

Ook via het IMVO Convenant, het Bangladesh Transitie Akkoord en BSCI kunnen klachten bij ons terecht komen.



In 2020 is HEMA een samenwerking gestart met de Fair Wear Foundation. Dit is een onafhankelijke non-profit organisatie die zich inzet voor betere arbeidsomstandigheden.

pijler 3 onze rol in de samenleving

27

positieve impact in de lokale omgeving

HEMA staat midden in de samenleving. We willen onze klanten tevredenstellen met aansprekende producten, goede service en een positieve bijdrage aan de lokale omgeving van onze winkels.



samen voor elkaar en de klant

De dynamiek en snelheid van HEMA spreken me enorm aan. Samen kunnen we het verschil maken, ook tijdens deze coronatijd, die best pittig is. Ik vind het bijzonder hoe we in de winkel samen alle zeilen bijzetten om de klant optimaal te bedienen. Onze grootste uitdaging is de planning. We moeten snel schakelen als de overheid nieuwe maatregelen aankondigt, en goed kijken hoe we omgaan met onze voorraden of met lege schappen door aangepaste orders. Dit brengt ook mooie kanten met zich mee. Zo hebben we veel lokaal kunnen doneren, bijvoorbeeld aan het Leger des Heils, de voedselbanken en ziekenhuizen. Dit voorkomt voedselverspilling en we maken er mensen blij mee.

In deze tijd vragen we veel aanpassingsvermogen en inzet van onze mensen in de winkels. We doen er samen alles aan om de consument een zo goed mogelijke winkelervaring te bieden. Ik vind het belangrijk dat onze medewerkers de waardering en aandacht krijgen die ze verdienen, en dat we ze blijven motiveren en inspireren om zich te blijven ontwikkelen.

Michael van Gool

filiaalmanager en lid van de werkgroep Klant op één bij HEMA



Mijn favoriete product?

Dat is zeker de letterkrat, een combinatie van een letterbord en een klapkrat. Dit hippe kratje, dat is gemaakt van 100% gerecycled plastic en geproduceerd in Europa, is praktisch, veelzijdig in het gebruik en innovatief. Bovendien is deze te personaliseren met letters en verkrijgbaar in verschillende kleuren. Voor ieder wat wils, en leuk als gepersonaliseerd cadeau!



veilig winkelen tijdens corona

Tijdens de coronapandemie volgden we de maatregelen op de voet en probeerden we onze klanten zo goed mogelijk te bedienen. E-mail werd een belangrijk kanaal om klanten te blijven informeren over de actuele situatie en wat we voor ze kunnen betekenen. Zo informeren we ze over onze winkelmogelijkheden, zoals bel & bestel bij lokale HEMA-filiaal, click & collect via de HEMA website en winkelen op afspraak in een filiaal naar keuze. Hierbij staat de veiligheid van onze klant en medewerkers altijd voorop. Het is af en toe best spannend om dit allemaal in goede banen te leiden, maar we houden altijd rekening met de richtlijnen vanuit de overheid. We kijken ernaar uit om alle klanten online en in de winkels te ontmoeten.

de klant op één

Bij HEMA staat de klant op één. We willen klanten een prettige (online) winkelervaring en een passend assortiment bieden. Door corona zijn klanten veel meer online gaan winkelen. Ook in de winkels blijven we werken aan het verbeteren van de dienstverlening. De werkgroep 'Klant op één', waarbij verschillende filiaalmanagers betrokken zijn, bekijkt hoe we onze klantgerichtheid en klantvriendelijkheid nog verder kunnen verbeteren. We denken bijvoorbeeld na over een aantrekkelijk winkelbeeld en welke schapindeling en producten daar het beste bij passen.

Ook luisteren we goed naar de vragen van onze klanten. Dat zien we terug in de online

productwaardering. Het aantal online productbeoordelingen vertienvoudigde het afgelopen jaar van 60.000 naar 600.000. En het aandeel drie- en vier-sterren beoordelingen dat in 2019 nog 73 procent was, steeg in 2020 naar maar liefst 86 procent. Daar zijn we trots op. We willen deze stijgende lijn doorzetten in 2021.

medewerkerstevredenheid

Alleen samen met alle HEMA medewerkers kunnen we impact maken. We vinden het belangrijk dat ze zich gewaardeerd, gehoord en betrokken voelen. Elk jaar voeren we daarom een aantal keer een medewerkers-tevredenheidsonderzoek uit. Door corona is dat in 2020 iets anders verlopen. In 2020 deden we in februari en oktober een onderzoek waarbij we alle HEMA medewerkers hebben gevraagd hoe ze hun werk beleven, wat ze goed vinden en wat er volgens hen beter kan. Begin januari (2021) herhaalden we dit onderzoek. De uitkomsten zijn intern gedeeld. Leidinggevenden stelden samen met hun teams actieplannen op om de werkbeleving te verbeteren. Daarnaast stuurden we in april, mei en juni snelle en korte enquêtes uit om te peilen hoe het met onze medewerkers ging, en om te vragen wat ze nodig hadden tijdens deze coronaperiode. De medewerkers gaven aan dat het goed met hen ging (gemiddelde score 8 op een schaal van 1-10) en dat ze meer dan tevreden zijn met de communicatie over corona (gemiddelde score 8+ op een schaal van 1-10). Ook konden ze tips meegeven die vervolgens weer direct werden opgevolgd.

In 2020 is het nieuwe 'Echt' medewerkersmagazine gepubliceerd. Er waren veel positieve reacties en het magazine zorgde voor een extra stuk verbinding. Inmiddels is begin 2021 ook 'Echt Live' gestart, een maandelijkse livestream met het laatste nieuws en ontwikkelingen. Dit wordt zeer gewaardeerd.



Ook als werkgever staat HEMA midden in de samenleving. We willen een goede werkgever zijn, die het leven van onze medewerkers beter, leuker en makkelijker maakt. We bieden een veilige en prettige werkomgeving, waarin iedereen tot zijn recht komt.

Het aantal online productbeoordelingen vertienvoudigde het afgelopen jaar van 60.000 naar 600.000.

diversiteit

HEMA is voor iedereen. Wij geloven in diversiteit en inclusiviteit en vinden het belangrijk dat dit in al onze bedrijfsonderdelen terugkomt. In januari 2021 hebben we daarom de intentieverklaring Charter Diversiteit getekend. We willen het medewerkersbewustzijn over diversiteit en inclusiviteit in 2021 verbeteren van een score van 7,8 (meting begin 2021) naar 8,2 (meting eind 2022).* Hierbij hebben we drie subdoelstellingen:

- Etnisch-culturele achtergrond: diversiteit in winkelmanagement en support office vergroten met minimaal 25% binnen drie jaar t.o.v. eind 2020.
- LHBTI+: jaarlijks voeren we minimaal vier interne acties uit om het begrip over deze gemeenschap binnen HEMA te vergroten.
- Generatie management: we onderzoeken hoe we diversiteit in de leeftijdsopbouw onder het winkelpersoneel kunnen bevorderen in 2021.

We verwachten dat deze doelstellingen ertoe zullen bijdragen dat al onze medewerkers zich op hun plek voelen bij HEMA.

* We meten het medewerkersbewustzijn over diversiteit en inclusiviteit via medewerkerstevredenheidsonderzoeken in Nederland. We bekijken in 2021 hoe we dit kunnen aanpakken in andere landen.

coaching en training

We vinden het belangrijk dat onze medewerkers zich blijven ontwikkelen en regie pakken op hun loopbaan. In 2020 zijn we daarom diverse initiatieven gestart om duurzame inzetbaarheid binnen HEMA te promoten en faciliteren. Ook hebben we ons online leerplatform uitgebreid met nieuwe trainingen. Daarnaast hebben we in 2020 gewerkt aan de lancering van een nieuwe performance management methode waarin vooruit kijken, kort cyclisch opvolgen en continu

ontwikkelen centraal staan. Deze gaat in 2021 live. We bevorderen leiderschapsvaardigheden voor managers, onder andere door het aanbieden van individuele coaching en een vijfdaagse training om hun coachende leiderschapskwaliteiten te versterken. Teams leren daarnaast hoe ze elkaar het beste feedback kunnen geven en het 'echte gesprek' niet uit de weg gaan. Ook kunnen medewerkers zich individueel doorontwikkelen, bijvoorbeeld via online trainingen van GoodHabitx en aanvullende trainingen die worden aangeboden in het kader van duurzame inzetbaarheid. In 2020 maakten 1890 HEMA medewerkers gebruik van GoodHabitx.

geboorteverlof

Vanaf 1 augustus 2020 is het voor werknemers die een kindje in het gezin verwelkomen dankzij bijvoorbeeld een draagmoeder of adoptie mogelijk om met bijzondere geboorteverlof te gaan. Ze krijgen vier extra verlofweken bovenop het bestaande (adoptie)verlof van standaard zes weken. Dit geldt bijvoorbeeld als een LHBTI+-gezin een kindje in het gezin opneemt. Op deze manier willen we eraan bijdragen dat deze kinderen en hun ouders voldoende tijd hebben om aan elkaar te hechten.

HEMA Foundation

HEMA zet zich in voor een inclusieve samenleving, waarin iedereen volwaardig meedoet. De HEMA Foundation is hiervan een sprekend voorbeeld. Hiermee ondersteunen we jonge ontwerpers in het ontwikkelen van hun vaardigheden in social design. Dit richt zich op creatieve ontwerp oplossingen voor maatschappelijke kwesties. Door social design toegankelijker te maken voor een breed publiek, dragen we bij aan oplossingen voor complexe maatschappelijke uitdagingen zoals het bevorderen van inclusiviteit en het tegengaan van eenzaamheid en sociale uitsluiting.

In onze social design accelerator zetten twintig ontwerpers zich in voor taalvaardigheid bij kinderen tot vier jaar. Ze ontwikkelden hulpmiddelen en programma's om de taal beter te leren gebruiken en begrijpen. Dit helpt jonge kinderen en de gezinnen waarvan zij deel uitmaken. Eind november 2019 presenteerden de ontwerpers hun ideeën aan potentiële partners en investeerders. In 2020 hebben de designteams hun ideeën verder ontwikkeld. Dit geldt ook voor 'Buikpraat', een programma dat ouders verbindt met hun kind vanaf de zwangerschap tot het tweede levensjaar van de baby. In deze periode ontstaat namelijk de basis voor (taal)ontwikkeling, gezondheid en geluk. In 2021 wordt Buikpraat op grotere schaal getest.





Matthijs Foppele

CRM marketeer en
voorzitter werkgroep
Workplace Pride bij HEMA



Workplace Pride

Sinds haar oprichting staat HEMA midden in de samenleving. Iedere keer iets anders, vaak met een knipoog. Door haar positieve lading maakt het HEMA-merk allerlei maatschappelijke onderwerpen bespreekbaar. Dat maakt mij trots op het bedrijf.

Twee belangrijke thema's voor HEMA zijn diversiteit en inclusiviteit. We vinden het belangrijk dit binnen de organisatie te borgen. Ruim tien medewerkers uit alle lagen van de organisatie vormen de werkgroep Workplace Pride, die zich inzet voor LHBTI+-thema's. Zo steunen we collega's, bespreken we ideeën en acties voor de Pride-periode, brengen we de directie op de hoogte van signalen vanuit de organisatie en denken we na over nieuwe HEMA producten. Een mooi voorbeeld vind ik de productfotografie van onze matrassen. Door verschillende mensen en samenstellingen af te beelden, laten we zien hoe mooi een inclusieve samenleving is.

Op 11 december 2020, op paarse vrijdag, was onze eerste actie het hijsen van de regenboogvlag op ons distributiecentrum en support office en bij onze bakkerijen. Hierop kregen we veel positieve reacties. In 2021 staan er minimaal vier (interne) acties op het programma om de LHBTI+-gemeenschap binnen HEMA te vergroten.

Een HEMA product dat me nog steeds trots maakt, is het Pride T-shirt van vorig jaar. Als groot merk maken we hiermee het maatschappelijke thema van inclusiviteit bespreekbaar.

Daarnaast gaat de opbrengst van de verkoop van het T-shirt voor een deel naar COC Nederland, de organisatie die opkomt voor de belangen van lesbiennes, homoseksuelen, biseksuelen, trans- en intersekse personen (LHBTI+).



over dit verslag

volg HEMA

Wil je meer weten over HEMA en duurzaamheid ga dan naar www.hema.nl of volg een van onze social media kanalen



HEMA wil duurzaamheid voor een breed publiek toegankelijk en begrijpelijk maken. Wij hopen dat dit verslag daaraan bijdraagt. Heb je een vraag of opmerking, neem dan contact met ons op via sustainability@hema.nl. Wil je meer weten? Kijk dan op www.hema.nl/duurzaamheid.

Het verslag heeft betrekking op de periode 1 januari 2020 tot en met 31 december 2020. In deze periode valt HEMA B.V. onder Ramphastos Investments. 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. Dit verslag is opgesteld volgens de richtlijnen van het Global Reporting Initiative (GRI) en is in lijn met GRI Standards niveau core.

De GRI-tabel, de stakeholderbijlage en dit verslag vind je op www.hema.nl/duurzaamheid. Dit verslag is niet extern geverifieerd. We richten ons op dit moment op het implementeren van beleid en behalen van resultaten. Externe verificatie behoort tot een volgende stap.

Voor de dataverzameling worden relevante afdelingen benaderd waarbij de duurzaamheidsafdeling de kwaliteit waarborgt. In 2020 zijn een aantal meetmethodes aangepast. Dit hebben we vermeld in het verslag. De resultaten over 2019 zijn te lezen in het Duurzaamheidsverslag 2019 www.hema.nl/duurzaamheid, gepubliceerd op 25 juli 2020.

Op www.hema.net/investors is het jaarverslag van HEMA BV te vinden. De contributie van HEMA aan de HEMA Foundation is opgenomen in het financieel jaarverslag van HEMA BV. Op www.hema-foundation.org vind je vanaf juli 2021 het jaarverslag en de jaarrekening van de HEMA Foundation 2020.

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.

Portretfotografie: Laloes Fotografie

Dit verslag is ontwikkeld in samenwerking met Schuttelaar & Partners.



HEMA