



voor iedereen

duurzaamheidsverslag 2017

HEMA

inhoudsopgave

1. we winnen samen
2. resultaten 2017
3. HEMA in het kort
4. echt HEMA
5. een duurzame HEMA
6. in gesprek met de wereld om ons heen
7. materialiteitsmatrix
8. waar onze producten van gemaakt worden
9. hoe onze producten gemaakt worden
10. onze rol in de samenleving
11. begrippenlijst

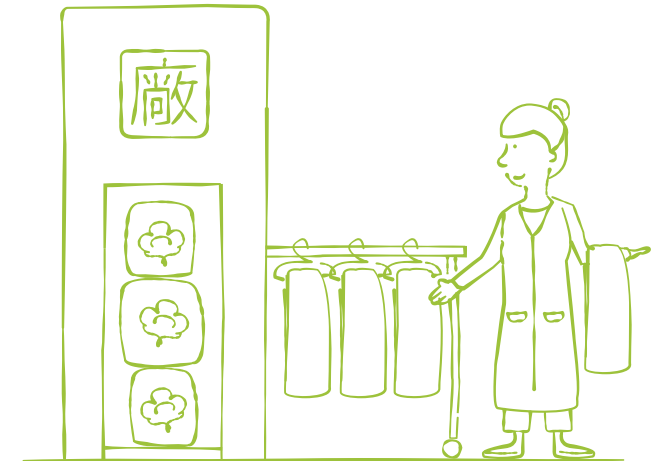


waar onze producten van gemaakt worden

- grondstoffen en materialen
- verpakkingen

hoe onze producten gemaakt worden

- ketentransparantie en arbeidsomstandigheden bij producenten
- duurzaam ontwerp
- milieu



onze rol in de samenleving

- voedselverspilling
- goed werkgeverschap
- HEMA Foundation



we winnen samen

3 **"Onze passie is het dagelijks leven van onze klanten en medewerkers leuker en makkelijker maken. Pas als we dat goed doen kunnen we groeien en dat is ons gelukt in 2017. Het resultaat: mooiere winkels in de Benelux en nog meer nieuwe winkels buiten Nederland. In 2018 zullen we verder uitbreiden naar nieuwe landen en zelfs een nieuw continent. Ook daar gaan we het dagelijks leven leuker en makkelijker maken. Op digitaal terrein hebben we gewerkt aan het verstevigen van onze omnichannel propositie door de lancering van ons loyaliteitsprogramma en het vernieuwen van onze website. Zo werken we samen aan een mooier en sterker HEMA, dat klaar is voor de toekomst."**

Ons uitgangspunt is om producten te bieden die goed, leuk en niet duur zijn. Goed betekent voor HEMA niet alleen een goede kwaliteit, maar ook duurzaam. Dus producten die onder goede arbeidsomstandigheden en van duurzamere grondstoffen gemaakt zijn en een minimale milieu-impact hebben. Een betere wereld aan onze kinderen doorgeven, daar zetten we ons voor in.

We hebben op dit gebied het afgelopen jaar mooie stappen gemaakt door 349 eigen audits uit te voeren in de fabrieken waar we produceren. En ook via verschillende samenwerkingsverbanden zetten we ons in voor het waarborgen van goede arbeidsomstandigheden. We merken dat klanten steeds meer geïnteresseerd zijn in de

herkomst van producten en willen hen daar in de komende jaren duidelijker over informeren. Dit is een uitdaging waar we achter de schermen hard aan werken.

Goede producten maken we door concrete doelen te stellen op het gebied van grondstoffen, zoals de ambitie om vanaf 2020 100% duurzamer katoen en vanaf 2022 100% FSC-hout in te kopen. In 2017 was al 80% van onze katoenproducten duurzamer ingekocht. Daarnaast introduceerden we het Beter Leven keurmerk op diverse vleeswaren, restaurant- en takeaway producten. Het is ons doel om een steeds groter gedeelte van onze vleeswaren en zuivel duurzaam in te kopen, herkenbaar aan de keurmerken Beter Leven en Weidemelk. Doelstellingen waar we elke dag aan werken om nog betere producten aan te bieden aan onze klanten.

Het wordt hierbij steeds belangrijker om samenwerkingen aan te gaan met andere partijen om het verschil te maken voor onze klanten en de wereld om ons heen. Samen met partners zorgen we ervoor dat we duurzame verandering en waarde creëren. Hoe we dat doen leest u in dit verslag.

Goed zijn voor de maatschappij waarmee we als organisatie zo verweven zijn, vinden we belangrijk. Dat betekent dat we voor de ruim 19.000 mensen die voor HEMA werken een goede werkgever willen zijn en dat we aan de maatschappij waarin we opereren een positieve bijdrage willen leveren. Dit vanuit de stellige overtuiging dat een onderneming als HEMA een grotere verantwoordelijkheid heeft dan de economische bijdrage die zij levert.

In 2018 zetten we een belangrijke stap door de HEMA Foundation op te richten. Een stichting die door HEMA ondersteund wordt en als doel heeft een meer inclusieve samenleving te stimuleren. Want wij vinden het belangrijk dat iedereen mee kan doen aan het dagelijks leven. Ik ben hier erg trots op en we geven daarmee een langdurig commitment af om een waardevolle en



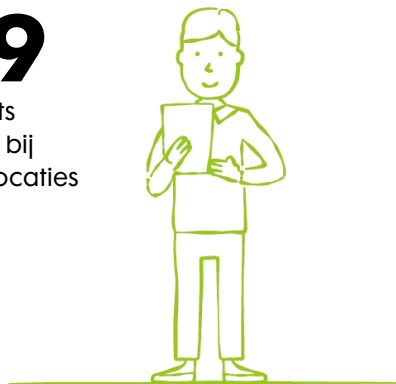
blijvende bijdrage te leveren aan de wereld om ons heen.

2018 wordt een veelbelovend jaar. Ik kijk ernaar uit en wens u veel plezier met dit verslag over 2017. Als lerende organisatie ontvangen we graag uw feedback over dit verslag. We zouden het erg op prijs stellen als u dat met ons wilt delen via sustainability@hema.nl.

Tjeerd Jegen, CEO HEMA

349

HEMA-audits
uitgevoerd bij
productielocaties



700.000

kopjes koffie aan Voedselbank Nederland
geschonken middels een spaaractie via
ons loyaliteitsprogramma MeerHema



sociale
kerncijfers

91.000

medewerkers hebben betere
arbeidsomstandigheden gekregen door
het uitvoeren van verbeterplannen naar
aanleiding van audits



resultaten 2017



3.000

katoenboeren getraind via het
Better Cotton Initiative door de
bijdrage van HEMA

milieu
kerncijfers

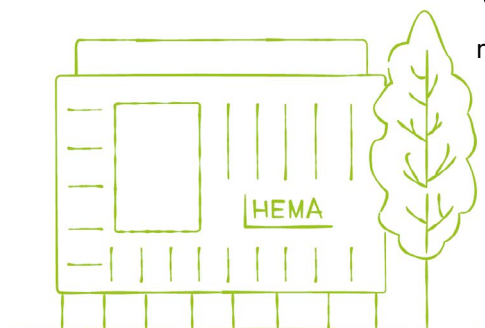
economische
kerncijfers

21

nieuwe winkels buiten
Nederland geopend

€1.234,5

miljoen netto omzet*



€236,8

miljoen eigen vermogen



11%

minder verbruik van plastic tasjes ten
opzichte van 2016 (91% minder ten
opzichte van 2015)

HEMA in het kort

Een nieuw warenhuis voor 'gewone mensen'. Dat is precies wat de oprichters, Leo Meyer en Arthur Isaac, voor ogen hadden toen zij op 4 november 1926 de eerste vestiging van de Hollandsche Eenheidsprijzen Maatschappij Amsterdam, kortweg HEMA, openden aan de Kalverstraat in Amsterdam. De artikelen - die vanaf het begin gezien werden als typisch Nederlands en betrouwbaar - kostten allen slechts 10, 25 of 50 guldencent.

Inmiddels is HEMA uitgegroeid tot een internationale winkelketen, met 750 winkels, (545 winkels in Nederland en 205 winkels in landen buiten Nederland) waarvan 266 franchisewinkels. Voor 2018 is het onze ambitie om winkels in Oostenrijk en Dubai te openen. In totaal werken er 19.000 medewerkers bij HEMA en winkelen er wekelijks gemiddeld 6 miljoen mensen in één van onze vestigingen of online via onze webshop. Daar bieden we onze klanten een uitgebreide keuze uit circa 32.000 eigen producten en diensten. Sinds 2007 is HEMA B.V. onderdeel van Lion Capital.

HEMA focust sterk op het uitbreiden van het assortiment aan duurzame producten. Zo bieden wij iedereen toegang tot duurzame producten voor een goede prijs. Dat is 'echt HEMA'. We willen dat onze klanten onze duurzame artikelen herkennen en begrijpen waarom het artikel duurzaam is, zodat zij bewuste keuzes kunnen maken. Daarom gaan wij in onze communicatie meer nadruk leggen op de verhalen achter onze producten.



In 2017 behaalden wij een netto-omzet van € 1.234,5 miljoen.

Deze omzet verdeeld over de belangrijkste categorieën:

39% hardwaren

34% kleding & ondermode

24% eten & drinken

3% diensten

HEMA in dienstverband

• Nederland

279 filialen (eigen winkels)
3.754 vast contract (90% vrouw / 10% man)
4.346 tijdelijk contract (85% vrouw / 15% man)
100% CAO

• Duitsland

14 filialen
51 vast contract (88% vrouw / 12% man)
162 tijdelijk contract (84% vrouw / 16% man)
geen CAO

• België

97 filialen
834 vast contract (91% vrouw / 9% man)
62 tijdelijk contract (94% vrouw / 6% man)
100% CAO

• Frankrijk

73 filialen
418 vast contract (65% vrouw / 35% man)
175 tijdelijk contract (67% vrouw / 33% man)
100% CAO

• Spanje

9 filialen
61 vast contract (64% vrouw / 36% man)
47 tijdelijk contract (64% vrouw / 36% man)
100% CAO

• Verenigd Koninkrijk

8 filialen
73 vast contract (56% vrouw / 44% man)
2 tijdelijk contract (50% vrouw / 50% man)
geen CAO

• Luxemburg

4 filialen
75 vast contract (96% vrouw / 4% man)
0 vast contract (0% vrouw / 0% man)
100% CAO

support office Amsterdam

450 vast contract (64% vrouw / 36% man)
218 tijdelijk contract (68% vrouw / 32% man)
92% CAO

distributiecentrum

472 vast contract (20% vrouw / 80% man)
33 tijdelijk contract (30% vrouw / 70% man)
99% CAO

bakkerijen

187 vast contract (18% vrouw / 82% man)
30 tijdelijk contract (23% vrouw / 77% man)
99% CAO

inkoopkantoren

• Dhaka

14 vast contract (14% vrouw / 86% man)
2 tijdelijk contract (0% vrouw / 100% man)

• Hong Kong

0 vast contract (0% vrouw / 0% man)
10 tijdelijk contract (70% vrouw / 30% man)

• Shanghai

4 vast contract (50% vrouw / 50% man)
31 tijdelijk contract (77% vrouw / 23% man)
geen CAO



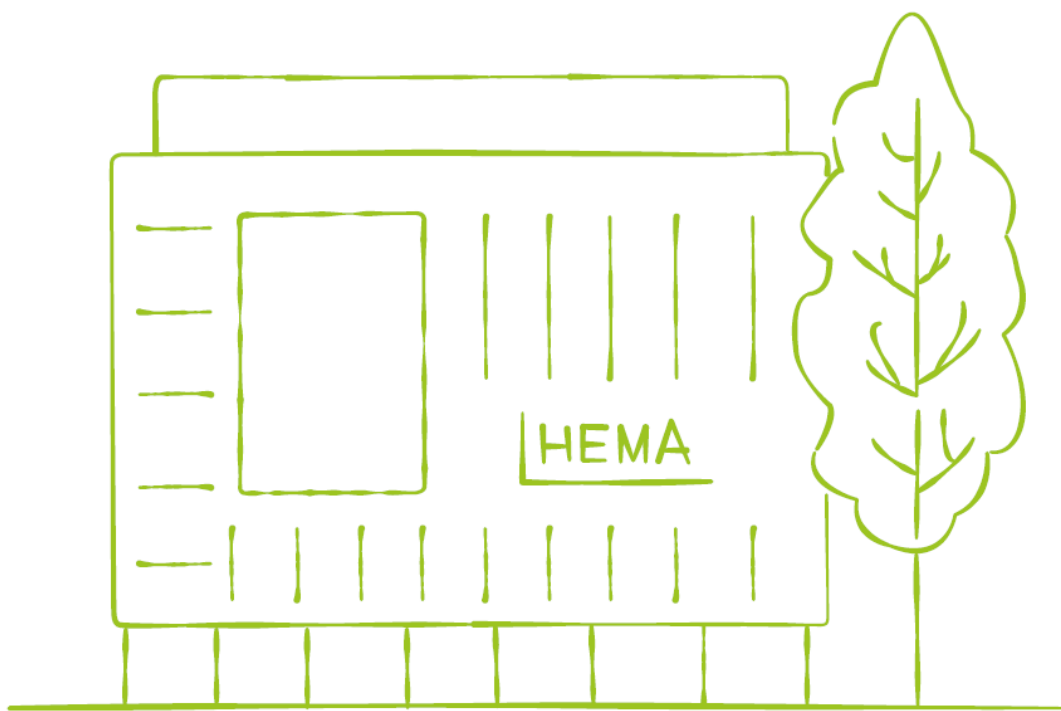
* dit zijn onze eigen medewerkers, exclusief onze franchisewinkels in Nederland. Inclusief franchisewinkels hebben we ruim 19.000 medewerkers.

* dit is het totaal aantal medewerkers (geen FTE). Cijfers zijn een gemiddelde van het boekjaar 2017 (feb 2017 t/m jan 2018) met uitzondering van de buitenlandse (peildatum 31-12-2017).

verdeling naar leeftijd en man-vrouw verhouding

	man	vrouw	onder de 30 jaar	30-50 jaar	boven de 50 jaar
management	63%	37%	0%	66%	34%
medewerker	19%	81%	57%	22%	21%

* verdeling naar leeftijd en sekse voor de Nederlandse medewerkers van onze eigen winkels, het support office, het distributiecentrum en de bakkerijen.



echt HEMA

Wij geloven dat het belangrijk is dat onze producten een positieve bijdrage leveren aan de levens van iedereen met wie wij werken: onze klanten, medewerkers, leveranciers en de samenleving. Centraal in ons HEMA-hart staan vijf prioriteiten, die als kompas dienen om onze doelstellingen te behalen.

vijf prioriteiten:

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

een duurzame HEMA

Bij HEMA maken we het dagelijks leven leuker en makkelijker en brengen wij duurzaamheid binnen handbereik. Wij vinden dat duurzaamheid betaalbaar hoort te zijn voor iedereen en laten zien dat dit mogelijk is. Want HEMA is er voor iedereen.

onze koers

Het duurzaamheidsteam zet de koers uit en stelt jaarlijks doelstellingen. Dit gebeurt in samenwerking met de diverse afdelingen binnen HEMA. Samen formuleren we scherpe maar haalbare doelstellingen. Vervolgens maken we een gezamenlijk actieplan wat door de desbetreffende afdeling wordt uitgevoerd. Het duurzaamheidsteam monitort het proces en de voortgang. Een nauwe en continue samenwerking met alle afdelingen is daarbij essentieel. De CEO, de sponsor van duurzaamheid aan wie de afdeling rapporteert, wordt elke drie weken geïnformeerd over de voortgang. Op deze manier is duurzaamheid stevig verankerd in de managementaanpak van HEMA.

In 2017 hebben we ingezet op het versterken van de implementatie en borging van duurzaamheid binnen HEMA. Duurzaamheid is nu opgenomen in wat wij onze Way of Working noemen, waarbij het een standaard onderdeel van onze processen is. Een voorbeeld hiervan is dat we bij de assortimentsontwikkelingen voor ieder seizoen altijd bekijken hoe wij onze producten nog duurzamer kunnen maken.

stakeholders

We merken aan een toenemende interesse van onze collega's dat duurzaamheid een steeds centralere plek krijgt in ieders dagelijks werk. Naast onze collega's zijn onze klanten een hele belangrijke stakeholder en bron van informatie. Ze stellen ons dagelijks vragen over onze producten en processen, wat ons waardevolle feedback en input oplevert.

Duurzaamheid is daarom ook een onderdeel van de verschillende klantenpanels en enquêtes die we afnemen om de verwachtingen en meningen van onze klanten in kaart te brengen. Natuurlijk blijft het face-to-face gesprek van groot belang. We zijn trots op de eerste stakeholdersbijeenkomst die we in 2017 organiseerden. Hier bespraken we onze strategie en hebben we onze stakeholders verschillende uitdagingen van HEMA voorgelegd. Bijvoorbeeld hoe we duurzaamheid kunnen verenigen met producten die gemaakt zijn voor eenmalig gebruik en hoe we consumenten kunnen aanzetten tot duurzaam gedrag en het maken van duurzame keuzes.

we leggen de lat hoger

De insteek voor de verduurzaming van ons assortiment is om voor onze meest gebruikte materialen de minimum standaard naar een hoger niveau te tillen. Zo is het onze ambitie om binnen afzienbare tijd geen conventioneel katoen, hout of papier meer te verkopen. Daarnaast zijn er specifieke assortimentsgroepen of producten waarbij we inzetten op het hoogst haalbare niveau in de sector. Bijvoorbeeld door in te steken op de hoogst mogelijke certificering of door duurzaam ontwerp en innovatie. Een voorbeeld hiervan is het dekbed met een vulling van gerecyclede petflessen en een tijk van 100% biologisch katoen.

sociale verantwoordelijkheid

HEMA staat midden in de samenleving en zet zich in voor betere arbeidsomstandigheden voor onze eigen medewerkers en de medewerkers van onze productielocaties. We zien welke impact wij hebben als merk met een grote

naamsbekendheid en ervaren dagelijks de betrokkenheid van medewerkers, klanten en partners.

Daarnaast zijn wij in 2017 gestart met het opzetten van de HEMA Foundation. De HEMA Foundation zal zich inzetten voor een inclusieve samenleving, waarin iedereen actief mee kan doen aan het dagelijks leven. Iedere drie jaar geeft de foundation een impuls aan een thema dat hieraan bijdraagt. Tot 2022 is dit het thema Taalvaardigheid, want goed kunnen lezen en schrijven heeft een grote positieve invloed op je dagelijkse leven. Daarnaast stimuleert HEMA Foundation Inclusive Design. Dat staat voor de ontwikkeling van producten, diensten en systemen die de drempels voor mensen wegnemen zodat iedereen actief mee kan doen in onze maatschappij. In 2018 begint de Foundation met haar eerste activiteiten.



“Duurzaamheid realiseren is een cultuurverandering. Het is niet iets extra's, maar de nieuwe manier van werken. Het vergt een lange adem en flinke ambitie om dit continue proces tot een succes te maken. HEMA heeft fantastische sprongen gemaakt in de afgelopen jaren. Aan de toenemende pro-activiteit en hoeveelheid vragen van collega's merken we dat het echt leeft in de organisatie. Zowel professioneel als persoonlijk vindt men het belangrijk om bij te dragen aan de verduurzaming van ons bedrijf en onze producten.”

Eva Ronhaar
Head of Sustainability

in gesprek met de wereld om ons heen

HEMA is in gesprek met verschillende stakeholders en betrokken bij diverse initiatieven. Onze stakeholders zijn organisaties die ons handelen beïnvloeden en waarop wij met onze activiteiten invloed hebben. Samen proberen we waarde te creëren voor de samenlevingen waarin we opereren. We gaan meerdere malen per jaar met onze stakeholders in gesprek over de verschillende onderwerpen die zowel voor hen als onszelf belangrijk zijn.

maatschappelijke organisaties

We zetten ons in voor maatschappelijke organisaties. We werken sinds 2006 samen met KWF Kankerbestrijding. In 2017 doneerden we samen met onze klanten, die oude cartridges inzamelden, ruim €12.000,- aan KWF. We vierden het 25-jarig jubileum van Jip en Janneke bij HEMA door een speciale collectie te lanceren, waarmee ook de projecten van de Fiep Westendorp Foundation werden gesteund. Onze Raad van Kinderen van basisschool IKC NoordRijk vroegen we: "Hoe kan HEMA de samenleving helpen?" Hun inzichten deelden ze met onze directie. Een advies was om nog meer in actie te komen tegen voedselverspilling. Met dit advies gaan we in 2018 aan de slag (**het totale advies is terug te lezen in het Raad van Kinderen verslag**).

Ook ondersteunden we de LINDA Foundation met sponsoring van HEMA-producten. Voor het COC, één van de grootste Nederlandse belangenorganisaties van homoseksuelen, lesbiennes, biseksuelen en transgenders, ontwikkelden we T-shirts voor Amsterdam Gay Pride. De opbrengst van deze T-shirts hebben we gedoneerd aan het COC. Dit geld hebben

zij ingezet om bewustwording te creëren op middelbare scholen.

brancheorganisaties en multi-stakeholder initiatieven

We zijn lid van nationale brancheorganisaties als de Raad Nederlandse Detailhandel, Vereniging van Grootwinkelbedrijven in Textiel en Modint. Tevens zijn we aangesloten bij nationale en internationale multi-stakeholder initiatieven zoals het IMVO Convenant voor duurzame kleding en textiel, BSCI, Bangladesh Accord en Pakistan Buyers Forum. Door lid te zijn van deze initiatieven kunnen we samen positieve veranderingen in de sector tweebrengen en blijven we op de hoogte van de laatste ontwikkelingen.

stakeholdersbijeenkomst

Afgelopen jaar hebben we voor het eerst een stakeholdersbijeenkomst georganiseerd, waarin we met NGO's, overheid, leveranciers, keurmerken en andere retailers in gesprek gingen over drie onderwerpen die voor ons en onze stakeholders belangrijk zijn. De onderwerpen waren duurzame materialen, ketentransparantie en onze

maatschappelijke bijdrage. Over elk onderwerp hebben we meerdere dilemma's voorgelegd aan onze partners. De bijdrage van alle aanwezigen vormt waardevolle input voor ons beleid. Een van de uitkomsten is dat we samen met het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken gaan werken aan een duurzamer verpakkingsbeleid.



onze klanten

We luisteren goed naar onze klanten.

Via sustainability@hema.nl kunnen klanten vragen stellen of suggesties doen. De onderwerpen lopen uiteen van de materialen die we gebruiken tot de arbeidsomstandigheden waaronder onze producten worden geproduceerd. Klanten krijgen altijd een antwoord op hun vraag en waardevolle suggesties delen we met de betreffende afdelingen. Daarnaast voeren we wekelijks een onderzoek uit waarbij we 200 consumenten de vraag voorleggen of ze HEMA een duurzame en maatschappelijk betrokken organisatie vinden en of onze duurzame producten makkelijk te vinden zijn in onze webshop en winkels. Hierdoor monitoren we of we volgens onze klanten op de goede weg zijn.

standaarden en certificering

De verschillende keurmerken bieden sociale en milieustandaarden voor onze producten. Om onze grondstoffen te certificeren werken we samen met de volgende organisaties:

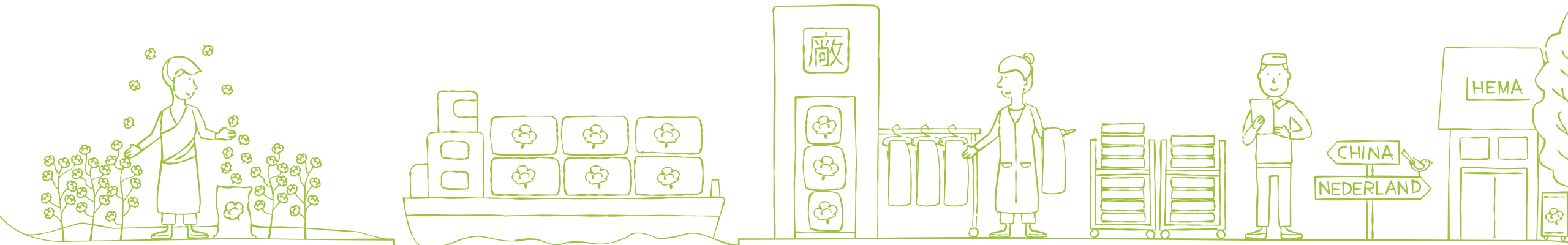
- **Better Cotton Initiative (BCI)**
- **Global Organic Textile Standard (GOTS)**
- **Organic Content Standard (OCS)**
- **Forest Stewardship Council (FSC)**
- **UTZ Certified**
- **Rainforest Alliance**
- **Fairtrade**
- **Marine Stewardship Council (MSC)**
- **Aquaculture Stewardship Council (ASC)**
- **E.U. biologisch keurmerk**
- **E.U. ecolabel**
- **Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)**
- **Beter Leven-keurmerk**
- **Stichting Weidegang**

internationale richtlijnen

We gebruiken de richtlijnen van meerdere internationale organisaties. De richtlijnen van ILO-conventies, 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 zijn geïntegreerd in onze ondernemingscode. Voor onze duurzaamheidsverslagen hanteren we de principes en standaard van het Global Reporting Initiative.

Beyond Green symposium

In 2017 organiseerden we voor het eerst samen met het Amsterdam Fashion Institute (AMFI) en Circle Economy het 'Beyond Green' symposium. Hier kwamen honderden studenten en experts samen om geïnspireerd te raken door duurzame ondernemers en om over oplossingen na te denken voor een circulaire mode-industrie ([lees meer over Beyond Green](#)).



materialiteitsmatrix

In 2015 voerden we een eerste materialiteitsanalyse uit, die we in 2017 hebben geactualiseerd. Door middel van een enquête vroegen we externe stakeholders, klanten en medewerkers van HEMA welke duurzaamheidsonderwerpen zij belangrijk vinden voor HEMA. Ten opzichte van 2015 resulteerde dit in een verschuiving naar nieuwe materiële onderwerpen. De nieuwe materiële onderwerpen zijn voedselverspilling, duurzaam ontwerp en milieu. Dit zijn onderwerpen waar de afgelopen jaren groeiende aandacht voor is vanuit de samenleving. In dit verslag vertellen we graag meer over onze inspanningen op deze materiële en andere belangrijke onderwerpen.

grondstoffen en materialen

We hebben de ambitie om de grondstoffen die we voor onze producten gebruiken te verduurzamen. In 2017 hebben we ons duurzaam grondstoffenbeleid en de bijbehorende ambities uitgebreid.

verpakkingen

Om onze producten te vervoeren en beschermen gebruiken we verschillende soorten verpakkingsmateriaal. In 2018 is het onze ambitie om duurzaam verpakken verder te integreren in het verpakkingsbeleid.

milieu

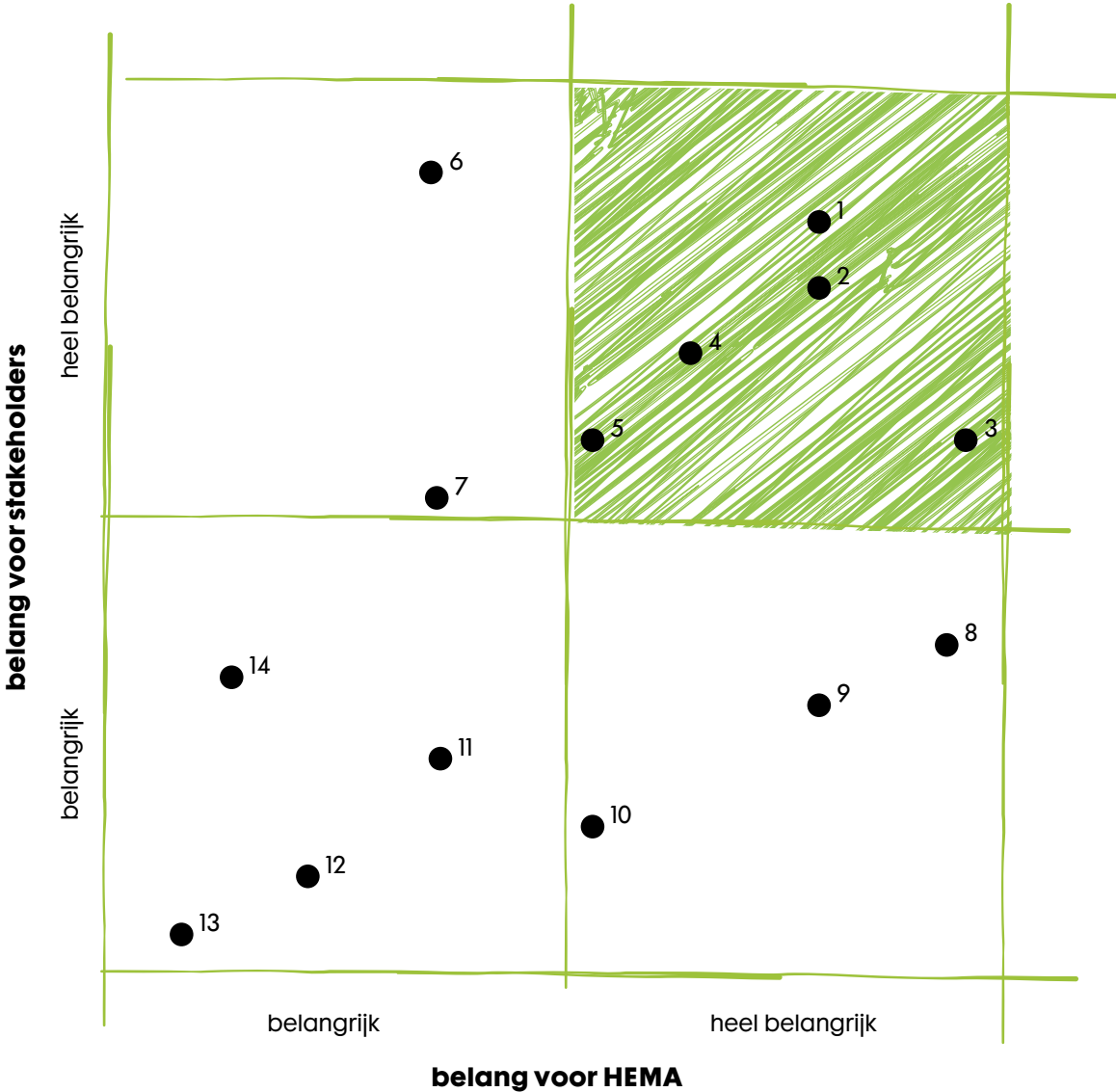
We gebruiken energie voor onze activiteiten en daarmee stoten we CO2 uit. Door in te zetten op LED-verlichting en een duurzamer mobiliteits- en transportbeleid proberen we deze uitstoot te verlagen.

duurzaam ontwerp

HEMA-producten staan bekend om het herkenbare HEMA-design en een goede prijs-kwaliteitverhouding. Ontwerp en duurzaamheid moeten elkaar versterken. Door al in het ontwerpproces rekening te houden met duurzaamheid verkleinen we de negatieve impact van de productie en denken we na over hoe producten en diensten duurzamer gedrag kunnen stimuleren.

voedselverspilling

We verkopen houdbare en dagverse producten. Het kan voorkomen dat producten hun houdbaarheidsdatum overschrijden. In het geval dat deze producten nog wel geschikt zijn voor consumptie is het belangrijk dat we samenwerkingen zoeken met initiatieven die voedselverspilling tegen gaan. Daarom zijn we in 2017 gestart met een samenwerking met Voedselbank Nederland.



- 1. milieu
- 2. voedselverspilling
- 3. verpakkingen
- 4. duurzaam ontwerp
- 5. grondstoffen en materialen
- 6. arbeidsomstandigheden bij producenten
- 7. afval en recycling
- 8. goed werkgeverschap

- 9. ketentransparantie
- 10. maatschappelijke betrokkenheid
- 11. gezonde producten
- 12. klanten betrekken bij het duurzaamheidsbeleid
- 13. lokale initiatieven steunen
- 14. dierenwelzijn

voor iedereen

HEMA is er voor iedereen. Wij zijn er voor onze klanten en ook voor alle medewerkers die betrokken zijn bij de ontwikkeling van onze producten. Aan de hand van drie pijlers creëren we waarde voor de mensen waarmee we werken en de samenlevingen waarin we opereren.



**waar onze producten
van gemaakt worden**



**hoe onze producten
gemaakt worden**



**onze rol in de
samenleving**

waar onze producten van gemaakt worden

grondstoffen en materialen

De grondstoffen en materialen die we gebruiken voor onze producten hebben impact op de wereld om ons heen. Om die impact te verlagen stelden we een beleid op waarbij we focussen op veel gebruikte grondstoffen. De belangrijkste grondstoffen waar we doelstellingen op hebben zijn katoen, hout, papier, dons, koffie, thee, cacao, vis en palmolie. Daarnaast hebben we de ambitie om ook andere grondstoffen duurzamer in te kopen. In 2017 hebben we bijvoorbeeld dierenwelzijn standaarden voor vleeswaren en zuivel toegevoegd aan ons food assortiment.

katoen

Katoen is een belangrijke grondstof voor onze producten. We hebben de ambitie om in 2020 al het katoen dat we gebruiken duurzamer in te kopen. In 2017 kochten we 80% van onze katoenproducten duurzamer in. We gebruiken hier meerdere standaarden voor. Dit zijn Better Cotton Initiative (BCI), Organic Content Standard (OCS) en Global Organic Textile Standard (GOTS). Om het voor iedereen makkelijker te maken, introduceerden we herkenbare eigen logo's die helpen bij het kiezen voor duurzamer katoen.



Vorig jaar kochten we 4,4 miljoen kilo Better Cotton in waarmee BCI bijna 3.000 boeren kon trainen in duurzamere landbouwmethoden. BCI meet de verbeteringen van boeren die aangesloten zijn bij dit initiatief ten opzichte van vergelijkbare boeren die niet aangesloten zijn. Door de training verbruikten boeren, in het seizoen van 2015-2016, in China 26% minder water voor irrigatie en in India 20% minder pesticiden dan vergelijkbare boeren. Op katoenproducten die we als Better Cotton inkopen staat het Responsible Cotton logo.

We gebruiken ook biologisch katoen in ons assortiment. Deze producten zijn te herkennen aan het Organic Cotton logo. Bij biologische landbouw is het gebruik van chemische middelen uitgesloten. Dit is beter voor katoenboeren en het milieu. Biologisch katoen is bijvoorbeeld terug te vinden in onze basic T-shirts en sokken. Ook onze katoenen rompers worden 100% duurzamer ingekocht. Hiermee is onze doelstelling voor 2017 gehaald.

hout en papier

In 2022 willen we dat 100% van onze hout- en papierproducten van verantwoord bosbeheer afkomstig is. Dat betreft een breed assortiment aan producten, waaronder notitieboekjes, zakdoekjes en fotolijsten. We hanteren daarbij de standaarden van het Forest Stewardship Council (FSC). Deze standaard garandeert dat er geen illegale kap plaatsvindt en dat de ecosystemen van de bossen waar het hout gekapt wordt behouden blijven. Inmiddels draagt 30% van onze hout- en papierproducten het FSC® keurmerk.



dierenwelzijn

Het verbeteren van dierenwelzijn is belangrijk voor ons. Vorig jaar stelden we onszelf ten doel om twee vertrouwde Nederlandse keurmerken toe te voegen aan ons food assortiment. Dat is gelukt voor vleeswaren en zuivel. Voor onze vleeswaren zijn we bij Stichting Beter Leven aangesloten, het keurmerk om dierenwelzijn te verbeteren. Met deze introductie zijn we de eerste retailer in Nederland die Beter Leven producten in zowel restaurants, take away als vers gesneden vleeswaren aanbiedt. Al onze Nederlandse hammen zijn 1 ster gecertificeerd. In de winkels waar we in 2017 het nieuwe HEMA-food concept "Lekker HEMA" introduceerden zijn de ontbijt- en maaltijdopties waar mogelijk Beter Leven gecertificeerd. In 2018 zullen we meer Beter Leven producten toevoegen aan ons assortiment. Daarnaast hebben we de ambitie om in 2018 tenminste weidemelk of biologische melk te gebruiken voor al onze zuivelproducten. Een deel van onze producten voldoet al aan de standaarden van weidemelk. Om het consumenten duidelijker te maken hebben we het weidemelklogo van Stichting Weidegang op onze producten toegevoegd.

palmolie

Palmolie heeft in vergelijking met andere oliën een hoge opbrengst per hectare grond. Het is daarom één van de meest gebruikte ingrediënten in de voedselindustrie. Tegelijkertijd zorgt het verbouwen van niet-duurzame palmolie voor ontbossing in Zuidoost-Azië. Ook HEMA gebruikt palmolie in haar food en cosmeticaproducten. Onze doelstelling om in 2017 100% duurzamere RSPO-palmolie in te kopen voor ons food assortiment is bijna behaald. In 2017 was 99,5% van de palmolie in onze food producten gecertificeerd volgens de RSPO-standaard. De laatste producten worden in 2018 gecertificeerd. Daarnaast onderzoeken we of palmolie waar mogelijk uit onze food producten gehaald kan worden zonder dat het afbreuk doet aan de receptuur. Voor cosmetica is het lastiger, omdat de palmolie in tientallen complexe ingrediënten kan voorkomen en maar een fractie van het product vormt. Met onze cosmetica leveranciers die nog geen RSPO-palmolie inkopen, maken we duidelijke afspraken om dit door te voeren.

15

koffie en thee

In 2017 hebben we drie single origin koffies met het Rainforest Alliance keurmerk aan ons assortiment toegevoegd. Deze Zuid-Amerikaanse koffies komen uit Brazilië, Colombia en Honduras en zijn te traceren naar de koffieplantages. Eén van de coöperaties waar we koffie van kopen is de Kachalu Coffee Farmers uit het hoogland van Colombia. De coöperatie heeft als doel een hoge kwaliteit koffie te produceren met oog voor mens, milieu en natuur. Het verbouwen van deze koffie wordt gekoppeld aan het in stand houden van het regenwoud en een betere prijs voor de boeren. In 2017 kochten we 25.000 kilo Fairtrade gecertificeerde thee in voor de verschillende melanges HEMA-thee. Daarmee is er een sociale premie opgehaald voor de theeplukkers van een drietal Indiase theeplantages: Kotada, Welbeck en Parry Agro. De premie is besteed aan sociale projecten, zoals onderwijsbeurzen voor kinderen, medische hulp en het onderhoud van de lokale gemeenschappen.

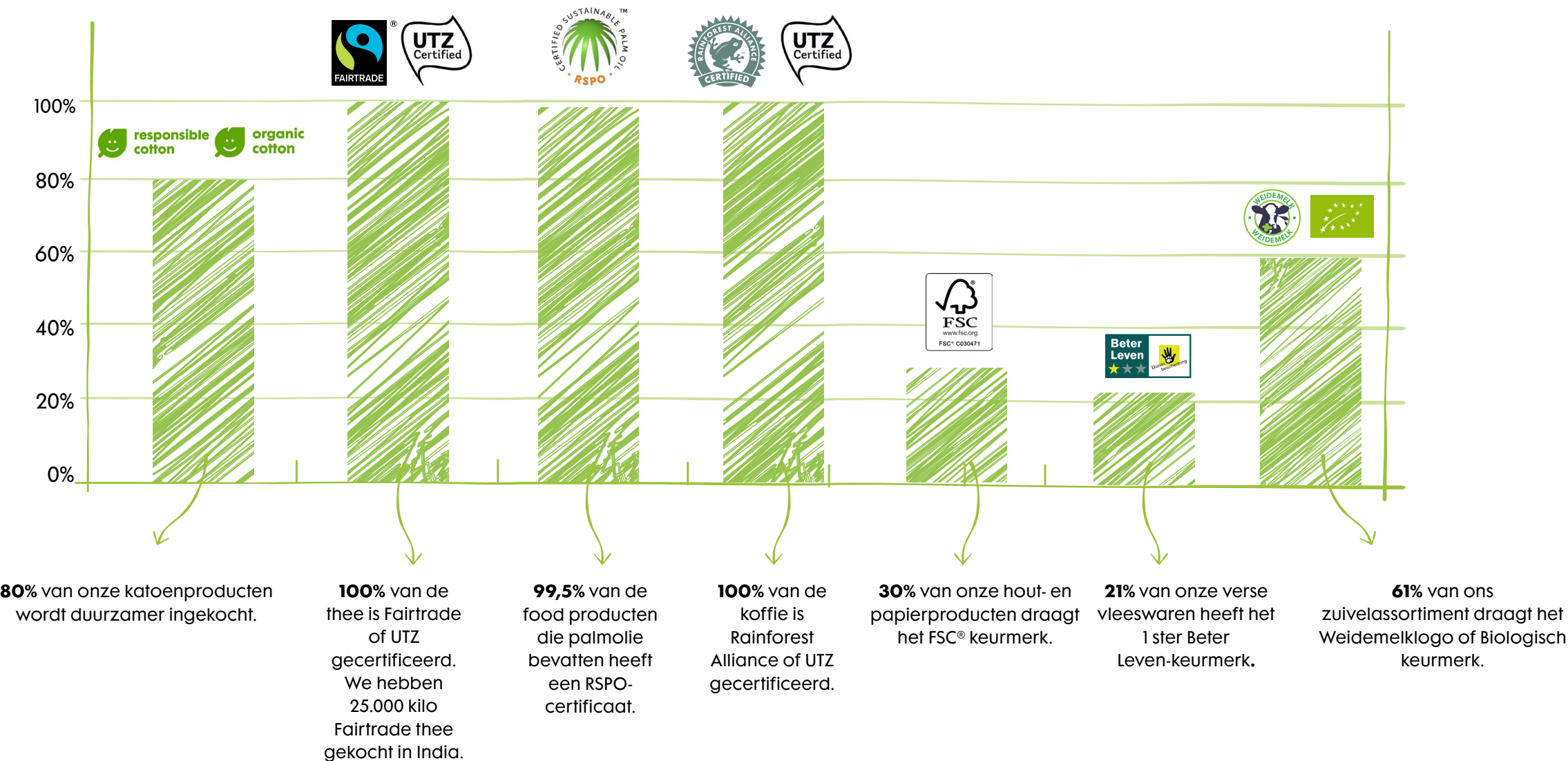
"Het Beter Leven keurmerk is inmiddels het meest bekende keurmerk in Nederland op dierlijke producten. Het aantal dieren dat een beter leven heeft gehad dankzij het Beter Leven keurmerk bedroeg in 2017 31 miljoen dieren."



Marijke de Jong
Programmamanager,
Dierenbescherming

cijfers

16



verpakkingen

Onze producten worden over de hele wereld ingekocht, waarbij productverpakkingen helpen om het product te beschermen tijdens het transport. Ook bieden verpakkingen ruimte om over het product te vertellen. Dat doen we in vijf talen, zodat klanten in de verschillende landen waar we winkels hebben goed geïnformeerd hun keuze kunnen maken. Om onze klanten te stimuleren de verpakking te recyclen, voegen we in 2018 een universele recyclewijzer toe aan de verpakking van onze producten.

In samenwerking met het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken nemen we in 2018 ons productverpakkingsbeleid onder de loep en proberen we waar mogelijk de milieu-impact van onze verpakkingen te verminderen. Dit zullen we doen door nog slimmer te verpakken, onnodig verpakkingsmateriaal terug te dringen en rekening te houden met de recyclebaarheid van verpakkingen zodat grondstoffen hergebruikt kunnen worden. Verpakkingsmateriaal bestaat in de toekomst bij voorkeur uit hernieuwbare materialen van duurzame herkomst. In 2017 hebben we al een eerste stap gezet met onze verzenddozen. Deze bestaan uit FSC® gecertificeerd karton en zijn er in negen verschillende vormen. Hiermee kunnen we producten efficiënter verpakken en vervoeren we minder lucht. Daarnaast hebben we nagedacht over hoe we onze verzenddozen op een leuke wijze een tweede leven kunnen geven. We hebben ervoor gekozen om verschillende dieren af te beelden. Deze kunnen uitgeknipt en in elkaar gezet worden (bekijk de video).

productverpakkingen

Totale hoeveelheid verpakkingsmateriaal voor verkochte productverpakkingen in Nederland, België, Luxemburg, Duitsland en Spanje (exclusief Engeland en Frankrijk).

productverpakkingen	glas	plastic	aluminium	staal	papier
totaal kg in 2017	227.283	1.012.593	39.689	32.907	1.514.616

We gebruiken voornamelijk papier voor onze verpakkingen. Dit komt als verpakkingsmateriaal in de hele breedte van ons assortiment terug. Het mooie van papier is dat het een hernieuwbare grondstof is, wat onze voorkeur heeft. Daarnaast gebruiken we ook plastic voor het verpakken van onze producten. Het is onze ambitie om minder plastic te gebruiken. Aluminium en staal komt voornamelijk voor in onze producten in het beauty assortiment, zoals spuitbussen. Ook wordt dit verpakkingsmateriaal voor andere productgroepen van HEMA ingezet, zoals waxinelichtjes en espresso cups. Glas komt voornamelijk voor als verpakking van dranken en wordt ook gebruikt voor het verpakken van een aantal van onze beauty producten.

recycling van transportverpakkingen

Onze eigen Nederlandse en Belgische winkels, ons distributiecentrum en een deel van de Nederlandse franchisewinkels hebben in 2017 580.000 kg plastic en 6.441.000 kg karton ter recycling aangeboden aan onze partners.

"In de toekomst kan HEMA in samenwerking met het KIDV haar toegevoegde waarde voor klanten verder verhogen en de impact op milieu en grondstoffen verlagen."



Marc Reijnders
Kennisinstituut
Duurzaam Verpakken

hoe onze producten gemaakt worden

ketentransparantie en arbeidsomstandigheden bij producenten

Om een duurzame en eerlijke productie te kunnen waarborgen is ketentransparantie van groot belang. We eisen van al onze leveranciers openheid over waar en onder welke omstandigheden de producten geproduceerd worden. De belangrijkste landen waar de textiel en hardwaren producten van HEMA worden geproduceerd zijn China, Bangladesh en Turkije. De food en beauty producten die we verkopen komen hoofdzakelijk uit Europa.

De 32.000 verschillende artikelen in ons assortiment worden wereldwijd gemaakt. Dat betekent dat we een groot aantal productieketens hebben. Het is van belang dat we op de hoogte zijn van de omstandigheden in onze ketens en continu contact onderhouden met onze ketenpartners.

audits

Om na te gaan of fabrieken voldoen aan onze eisen voeren we zelf fabrieksinspecties uit met eigen auditors. We controleren onder welke omstandigheden de HEMA-producten gemaakt worden en, indien nodig, verbeteren we deze. Bij deze fabrieksinspecties letten wij op zeven aspecten:

- ketentransparantie
- voorkomen van kinderarbeid
- geen gedwongen arbeid
- veilige en gezonde werkomgeving
- eerlijk salaris en werkuren
- verzekeringen
- milieuvervuiling

Naast het uitvoeren van eigen audits is HEMA sinds 2003 lid van amfori BSCI. Dit is een initiatief van bedrijven voor het verbeteren van arbeidsomstandigheden en milieustandaarden wereldwijd, door het uitvoeren van onafhankelijke audits bij productielocaties.

verbeterplannen

Wanneer er verbeterpunten worden vastgesteld tijdens een fabrieksinspectie, wordt samen met de fabrikant een verbeterplan opgesteld. Hierna werkt HEMA samen met haar partners in de keten om te zorgen dat deze verbeteringen ook daadwerkelijk worden geïmplementeerd. Als de verbeteringen vanuit het plan niet tijdig worden doorgevoerd, plaatsen wij geen orders meer bij deze fabrikant. Bij producenten waar HEMA langer mee samenwerkt worden vervolgens via amfori BSCI audits uitgevoerd om de status te blijven monitoren.

In 2017 hadden de meeste verbeterpunten die doorgevoerd moesten worden betrekking op een veilige en gezonde werkomgeving en milieuvervuiling. Het afgelopen jaar zijn er in totaal 771 fabrieksinspecties verricht bij de verschillende productielocaties van onze textiel- en hardwarengroepen. Dit waren 349 eigen HEMA-audits en 422 audits via externe initiatieven zoals amfori BSCI. Door het doorvoeren van deze verbeterplannen kregen ruim 91.000 medewerkers op onze productielocaties betere arbeidsomstandigheden.



samenwerking in de keten

Voor het verbeteren van de arbeidsomstandigheden in Bangladesh sloot HEMA zich in 2013 aan bij het Bangladesh Accord, ook wel het Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh genoemd. Dit initiatief is gericht op het verbeteren van de arbeidsomstandigheden in de textielindustrie in Bangladesh. In 2017 ondertekenden wij als een van de eersten de opvolger hiervan: het 2018 Transition Accord. De ondertekenaars van dit initiatief zijn samen overeengekomen om het brand- en bouwveiligheidsprogramma in Bangladesh voort te zetten.

"Met dit commitment aan zowel het Akkoord van 2013 als het 2018 Transitie Akkoord toont HEMA leiderschap bij het bouwen aan een aantoonbaar veiligere textielindustrie in Bangladesh."



Rob Wayss

Executive Director & Acting Chief
Safety Inspector, Bangladesh
Accord

Tevens zijn we aangesloten bij het IMVO Convenant Duurzame Kleding & Textiel, waar wij deel uitmaken van de stuurgroep. Door de samenwerking met vele andere bedrijven, overheid, vakbonden, NGO's en brancheorganisaties, zetten we ons ook via deze weg in voor duurzame kleding en textiel. Gezamenlijk werken we aan de verduurzaming van onze producten en ketens, waarbij issues als eerlijke werkomstandigheden en milieuvervuiling worden aangepakt.

Onze ambitie voor 2018 is om een positieve impact te hebben op nog meer van onze ketenpartners. Dit zullen wij doen door onze eigen en externe audits te blijven uitvoeren. Hierdoor kunnen we, waar nodig, verbeterplannen doorvoeren en zorgen dat alle productielocaties volledig voldoen aan de HEMA eisen. Daarnaast brengen we het aantal leveranciers en

productielocaties terug, om meer te investeren in een kleinere groep kwalitatieve leveranciers. Tenslotte gaan we onze klanten nog duidelijker informeren over de herkomst en productielocaties van onze artikelen.

"De structurele problemen in de kleding- en textielketen kunnen alleen door samenwerking tussen bedrijven en vakbonden, maatschappelijke organisaties en de overheid worden aangepakt. Vandaar dat het goed is dat HEMA deelneemt aan het Convenant Duurzame Kleding en Textiel."



Jeff Wintermans

Convenant Duurzaam Textiel

conception durable

Als retailer hebben we de verantwoordelijkheid om onze negatieve impact op het milieu te reduceren en onze positieve sociale impact te vergroten. Een belangrijk onderdeel hiervan is om al bij de allereerste stap in het productieproces, het ontwerp, na te denken over duurzaamheid. Vragen als "welke materialen gebruiken we zodat het product gerecycled kan worden", "stimuleert dit product duurzaam gedrag" en "kan dit product een maatschappelijk probleem oplossen" komen dan aan bod. Het aanbieden van een duurzame waterfles en de service voor reserveonderdelen zijn hier voorbeelden van. Per inkoopafdeling wordt in 2018 een doelstelling met betrekking tot duurzaam ontwerp bepaald, waarbij aan het eind van het jaar een percentage van het betreffende assortiment moet bestaan uit innovatieve artikelen waar duurzaamheid een vast onderdeel van is.

Komend jaar onderzoeken we ook hoe we circulaire principes in het ontwerp van HEMA-producten kunnen toepassen. Bijvoorbeeld door de producten zo te ontwerpen dat deze langer meegaan, makkelijk te repareren of te recyclen zijn of gemaakt zijn van gerecyclede materialen. Een goed voorbeeld hiervan is het dekbed met een vulling van gerecyclede petflessen (rPET) dat we samen met onze leverancier Deltex ontwikkelden.

Het afgelopen jaar organiseerden we samen met het Amsterdam Fashion Institute (AMFI) en Circle Economy het 'Beyond Green' evenement. Dit symposium richtte zich op de toekomst van de mode- en textielindustrie. Hiermee stimuleren wij niet alleen duurzaam ontwerp binnen onze eigen organisatie, maar proberen wij ook extern de krachten te bundelen en impact te realiseren. In 2018 starten we met de organisatie van het tweede 'Beyond Green' symposium.

"In 2017 hebben we het project opgepakt om voor HEMA een rPET dekbed met een biologisch tijk als nieuwe innovatie op te zetten, een fantastische stap naar een betere toekomst."



Edwin Slot
Deltex. Leverancier van HEMA
Rpet dekbed

milieu

We proberen onze impact op het milieu zoveel mogelijk te beperken. Dit doen we op verschillende niveaus. Bij het maken van onze producten proberen we hier al zo goed mogelijk rekening mee te houden, maar ook middels de CO2-uitstoot binnen onze logistieke processen en ons eigen mobiliteitsbeleid willen we onze voetafdruk verlagen. In 2018 gaan we onderzoeken hoe we onze producten duurzamer van ons distributiecentrum naar onze winkels kunnen vervoeren.

CO2-uitstoot

We gebruiken energie voor onze activiteiten, zoals de productie en het transport van onze producten en verlichting en koeling in onze winkels. Dit zorgt voor CO2-uitstoot, wat bijdraagt aan klimaatverandering. Omdat we dit willen tegengaan zetten we in 2018 de eerste stappen om de CO2-uitstoot van onze eigen activiteiten te meten, met als doel onze voetafdruk te verminderen. CO2-uitstoot verminderen we bijvoorbeeld door LED-verlichting de standaard te maken in onze nieuwe winkels. In 2017 hebben we in 30 winkels de verlichting aangepast naar LED.

mobilititeitsbeleid

In 2018 gaan we ook ons mobiliteitsbeleid herzien, waar duurzaamheid een belangrijk onderdeel van zal uitmaken. We laten ons hierin begeleiden door een partner die ons adviseert over slimme en duurzamere mobiliteit.



onze rol in de samenleving

voedselverspilling

HEMA verkoopt elke dag verse producten. We staan bekend om onze verse tompoucen uit eigen bakkerij waarvan we er ruim 4,5 miljoen per jaar verkopen. Ook bieden we een ruim assortiment aan brood, gebak en vleeswaren. Een deel van onze winkels heeft een restaurant of take away. Met nauwkeurig voorraadbeheer proberen we ons aanbod zo optimaal mogelijk op de klantvraag af te stemmen. Toch gebeurt het dat producten onverkocht hun houdbaarheidsdatum dreigen te overschrijden. Om dit tegen te gaan introduceerden we afgelopen jaar een nieuw afprijnsbeleid. Een voorbeeld daarvan is de 25% "weggooien is zonde" korting sticker.



Wanneer er na afprijzing toch bruikbare producten overblijven die onverkoopbaar zijn, vinden we andere mogelijkheden om verspilling tegen te gaan. In 2017 begonnen we als proef een samenwerking met de Voedselbank in vijf van onze winkels, die na evaluatie succesvol is gebleken. In 2018 gaan we samen met de Voedselbank minimaal twee regio's selecteren om onze samenwerking voort te zetten. Onze ambitie is om de samenwerking uit te breiden naar alle regio's in Nederland.

"HEMA heeft 700.000 kopjes koffie gedoneerd via een succesvolle klantenkaart actie. Een herhaling van een dergelijke creatieve actie is zeer waardevol!"



Rolf Peters
Voedselbank Amsterdam

goed werkgeverschap

HEMA is er voor iedereen en daarmee ook voor de eigen medewerkers. We geloven in de kracht van goed opgeleide, gezonde en betrokken medewerkers. Door goed voor onze eigen medewerkers te zorgen, zorgen wij ook goed voor onze klanten. Omdat wij midden in de samenleving staan vinden we het belangrijk een goede afspiegeling te zijn van de samenleving waarin we leven, waarbij er plek is voor iedereen. Daarom stimuleren wij diversiteit. Onder andere door samen met de organisatie House of Hi een programma op te zetten dat diversiteit nog meer bevordert binnen de organisatie.

HEMA is voortdurend in beweging en elk jaar leggen we de lat voor onszelf weer iets hoger. We hebben daarom tal van initiatieven die onze ambities helpen realiseren. Om de betrokkenheid van onze medewerkers te meten, voeren we jaarlijks een groot internationaal onderzoek uit onder alle HEMA-medewerkers. In 2017 nam 79% van de medewerkers hier aan deel. We deelden de resultaten van het onderzoek en samen met de leidinggevenden en medewerkers maakten we actieplannen ter verbetering. Er zijn veel initiatieven ondernomen op het gebied van training en opleiding.

In de zomermaanden hebben 237 medewerkers, verdeeld over alle disciplines, meegedaan aan de zogeheten HEMA Summer School. Medewerkers konden deelnemen aan een pilot cursus om te bepalen of deze cursus opgenomen moest worden in het HEMA-leeraanbod. Ook deden in 2017 meer dan 200 medewerkers mee aan de Beroeps Begeleidende Leerweg, een beroepsopleiding op verschillende niveaus in de vorm van werkend leren. Hiermee is onze doelstelling gehaald om dit traject, naast de distributiecentra, in 2017 ook aan te bieden in de winkels en bakkerijen. Middels diverse talent managementinitiatieven krijgen we de talenten van onze medewerkers steeds beter in kaart. Hierdoor kunnen we doelgerichte acties ondernemen om hen nog meer in hun kracht te zetten, te laten doorgroeien en te ontwikkelen op specifieke punten.

Daarnaast is het van belang dat onze medewerkers zich fit in hun hoofd en op het werk voelen. Wij beseffen ons hoe belangrijk het is om je gezond en gelukkig te voelen in het werk. Een voorbeeld van de initiatieven die we op dit onderwerp hebben ondernomen is de Health Week. Hierin staat vitaliteit centraal in alle bedrijfssonderdelen.

"Met programma's voor kwetsbare doelgroepen kan HEMA nog inclusiever worden en kansen bieden voor iedereen in de samenleving. House of Hi streeft samen met HEMA naar een diversiteitsbeleid dat geen beleid meer is maar een mindset wordt."



Wietske Kamsma
House of Hi

HEMA Foundation

inclusieve samenleving

HEMA staat midden in de samenleving en wij zien het als onze rol om hierin een positief verschil te maken. Daarom lanceren wij in 2018 de HEMA Foundation. De HEMA Foundation zet zich in voor een inclusieve maatschappij, waarin iedereen actief mee kan doen aan het dagelijks leven.

De kracht van HEMA ligt in het feit dat zij er voor iedereen is en producten ontwikkelt met een kenmerkend uniek design. Deze twee krachten hebben grote potentie om een positieve maatschappelijke bijdrage te leveren en daarom bouwt HEMA Foundation hierop voort.

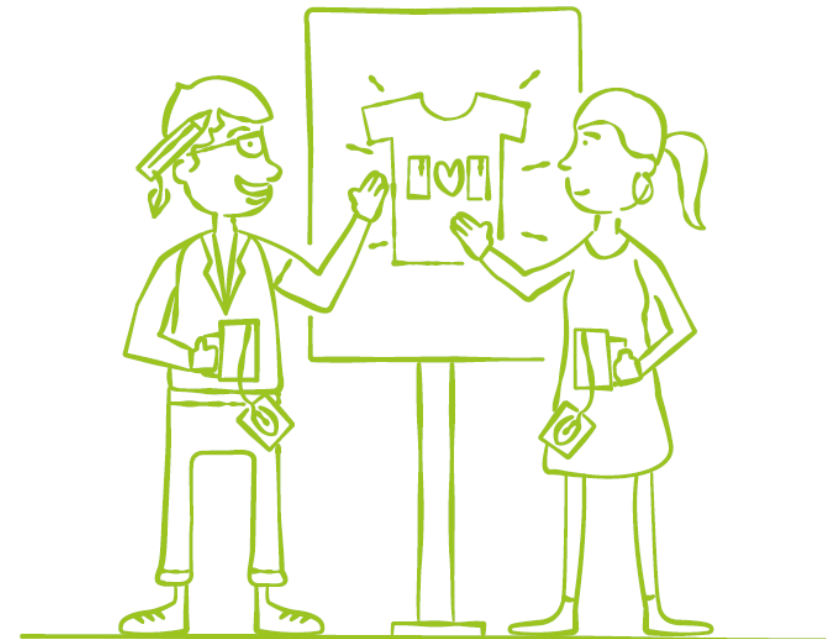
Concreet betekent dit dat de foundation iedere vier jaar een impuls geeft aan een thema - gerelateerd aan de Sustainable Development Goals van de Verenigde Naties - dat bijdraagt aan inclusiviteit. Tot 2022 zet de foundation zich in voor het thema Taalvaardigheid (laaggeletterdheid). Goed kunnen lezen en schrijven heeft een enorme positieve invloed op je dagelijks leven. In Nederland hebben echter 2,5 miljoen mensen hier grote moeite mee. In Europa zijn dit 70 miljoen mensen. Laaggeletterdheid wordt van generatie op generatie doorgegeven. HEMA Foundation wil deze vicieuze cirkel doorbreken door samen met (alfabetiserings) organisaties en andere partijen een effectieve familieaanpak te ontwikkelen. De foundation wil een open source platform zijn om samen te experimenteren, vernieuwende concepten te ontwikkelen en verbindingen te leggen. Daarnaast gaat HEMA Foundation bewustwordingscampagnes opzetten om het taboe op laaggeletterdheid te doorbreken en taalactiviteiten voor jong en oud organiseren en ondersteunen.

Verder stimuleert HEMA Foundation Inclusive Design. De ontwikkeling van producten, diensten en systemen die drempels voor mensen wegnemen zodat iedereen actief mee kan doen in onze maatschappij. De foundation zet zich ervoor in dat inclusive design één van de kernpijlers wordt in de design community. Het doel is een structurele maatschappelijke verandering. Dit doen wij door een open source platform te zijn waar de community experimenteert en best practices deelt. HEMA Foundation wil een broedplaats worden voor ideeën en onverwachte verbindingen leggen tussen spelers. Daarnaast geven wij opkomende designtalenten een podium

voor hun product of idee dat inclusiviteit bevordert en coachen en ondersteunen wij hen dit verder te ontwikkelen.

Meer weten over de HEMA Foundation? Kijk dan op www.hema-foundation.org.

HEMA Foundation



begrippenlijst

audit

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

Better Cotton

Op katoenproducten die we als Better Cotton inkopen staat het Responsible Cotton logo. Het Better Cotton Initiative is een non-profitorganisatie die zich wereldwijd inzet voor betere katoenstandaarden.

fte

Fte staat voor de woorden fulltime-equivalent. Het is een rekeneenheid waarmee de omvang van een functie of de personeelssterkte kan worden uitgedrukt, waarbij één fte staat voor een volledige werkweek.

productieketen

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

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.

IMVO Convenant Duurzame Kleding en Textiel

HEMA is ondertekenaar van het convenant voor Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (IMVO) in de kleding- en textielindustrie. Het IMVO Convenant Duurzame Kleding & Textiel bevat afspraken van kleding- en textielbedrijven met maatschappelijke organisaties, vakbonden en de overheid. De afspraken moeten ervoor zorgen dat bedrijven in de internationale textielbranche op een eerlijke, duurzame, veilige, milieu- en diervriendelijke manier handelen.



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.

Wil je nog meer weten over een duurzame HEMA kijk dan op hema.nl/duurzaamheid. Dit verslag is opgesteld volgens de richtlijnen van het Global Reporting Initiative (GRI) en is in lijn met GRI Standards niveau core. Het heeft betrekking op de periode 1 januari 2017 tot en met 31 december 2017. 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. HEMA rapporteert jaarlijks de voortgang op de in dit rapport gepresenteerde materiële onderwerpen. Dit verslag is niet extern geverifieerd. Voor de dataverzameling worden relevante afdelingen benaderd waarbij de duurzaamheidsafdeling de kwaliteit waarborgt. De resultaten over 2017 zijn te lezen in het Duurzaamheidsverslag 2017, gepubliceerd op 9 juli 2018. Berekeningen of data in dat verslag zijn niet gewijzigd.

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.

