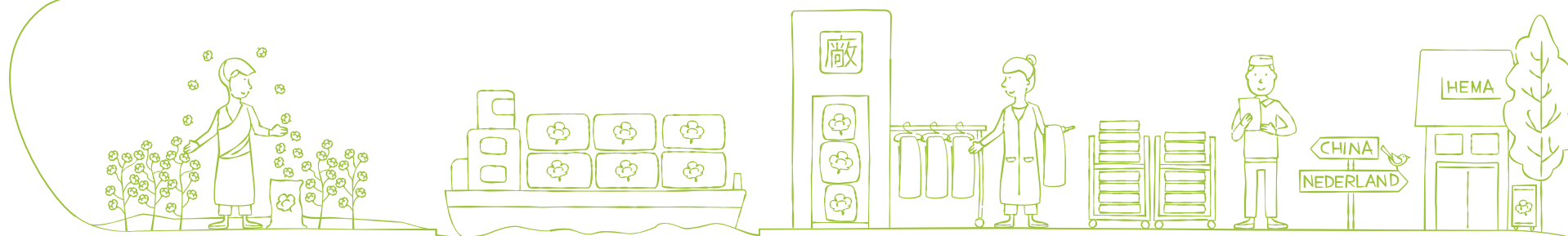


beter leuker makkelijker

duurzaamheidsverslag 2018



HEMA

inhoudsopgave

1. voorwoord
2. resultaten 2018
3. HEMA in het kort
4. waardeketen
5. duurzaamheid bij HEMA
6. in gesprek met de wereld om ons heen
7. materialiteitsmatrix
8. waar onze producten van gemaakt worden
 - grondstoffen en materialen
 - verpakkingen
9. hoe onze producten gemaakt worden
 - ketentransparantie en arbeidsomstandigheden bij producenten
 - duurzaam ontwerp
 - milieu
10. onze rol in de samenleving
 - voedselverspilling
 - goed werkgeverschap
 - HEMA Foundation



investeren in de toekomst

Met meer dan 760 winkels in 10 landen wereldwijd staat HEMA midden in de samenleving. Ik zie het als onze gezamenlijke verantwoordelijkheid een positief verschil te maken. Voor nu en voor later. In 2018 voegden we 'beter' toe aan ons streven het dagelijks leven van klanten en medewerkers leuker en makkelijker te maken. Door ons assortiment aan duurzame en betaalbare producten uit te breiden en tot vernieuwende oplossingen en partnerschappen te komen. Dat alles voor een beter dagelijks leven voor iedereen. Zo draagt HEMA bij aan een inclusieve samenleving waarin iedereen mee kan doen. Met de lancering van de HEMA Foundation in het bijzijn van onafhankelijk bestuurslid Prinses Laurentien, onderstrepen we met trots deze ambitie.

Naast de maatschappelijke rol die HEMA in 2018 speelde, konden we met onze nieuwe eigenaar Ramphastos Investments de weg vrijmaken om verder invulling te geven aan onze groeiambities en ontwikkeling tot een internationaal merk. Gezamenlijk zetten we de nodige stappen om HEMA sterker, financieel gezonder en toekomstbestendig te maken. De komende tijd kijken we naar de mogelijkheden om het aantal internationale partners uit te breiden met als doel de groei te versnellen en waarde te creëren. Ook dat past bij de duurzame onderneming die HEMA wil zijn.

Bij duurzaam ondernemen horen transparante doelstellingen om nog betere producten aan te bieden. Terecht verwachten onze klanten dat ook van ons. Zo is het

onze ambitie om in 2020 honderd procent duurzamer katoen en in 2022 honderd procent duurzamer hout en papier in te kopen. Een steeds groter deel van onze vleeswaren en zuivelproducten kopen we duurzaam in, herkenbaar aan de keurmerken Beter Leven en Weidemelk. In 2018 maakten we op drie niveaus beleid om een wezenlijke bijdrage te leveren aan het reduceren of hergebruik van plastic.

Ketentransparantie is één van de basisprincipes van het duurzaamheidsbeleid van HEMA. Het is zelfs een voorwaarde van de relatie die wij aangaan met onze leveranciers. Ook in 2018 waren wij continu in contact met onze leveranciers om op de hoogte te blijven van de omstandigheden in de betreffende keten. In totaal voerden we in 2018 629 audits uit in de fabrieken waar voor HEMA geproduceerd wordt. Een mooi resultaat dat helpt om de veiligheid en gezondheid van arbeiders wereldwijd te verbeteren.

Bij onze duurzame speerpunten gaat het steeds om de juiste balans vinden tussen onze ruim 19.000 medewerkers, het milieu en de maatschappij waarmee wij verbonden zijn. Ik besef dat de veranderingen die in 2018 in gang gezet zijn, veel van onze medewerkers hebben gevraagd op het gebied van wendbaarheid en flexibiliteit. Ik vind het daarom belangrijk dat we blijvend onderzoek doen naar medewerkersbetrokkenheid en het inzicht in talenten van individuele medewerkers.

Er zijn nog genoeg vragen en uitdagingen voor de toekomst. Tegelijkertijd laten de resultaten in dit verslag zien dat we samen met onze stakeholders de goede weg zijn ingeslagen. Geen rechte weg, maar eentje waarbij we continu kritisch zullen kijken naar de juiste samenwerkingen, innovaties, arbeidsomstandigheden en natuurlijk betaalbaarheid. Want een duurzame HEMA is er voor iedereen.



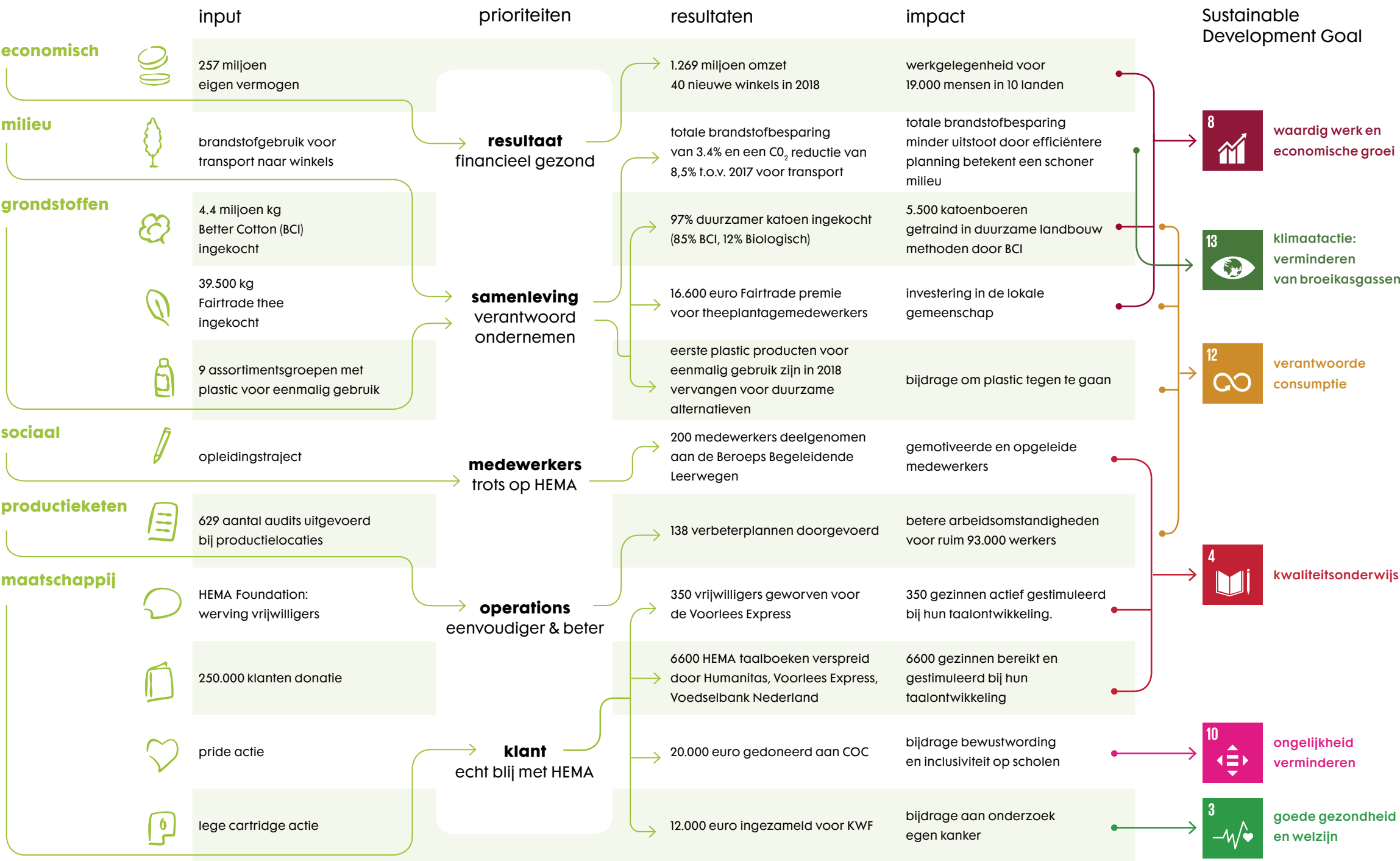
Als lerende organisatie ontvangen we graag jouw feedback over dit verslag. We stellen het op prijs als je dit wilt delen met ons via sustainability@hema.nl.

A handwritten signature in green ink that reads "Tjeerd".

Tjeerd Jegen, CEO HEMA

resultaten 2018

We proberen altijd een goede balans te vinden tussen duurzaam ondernemen en financieel gezonde resultaten. Dit doen we door doelstellingen te zetten op verschillende onderwerpen die voor ons belangrijk zijn. Binnen deze onderwerpen werken we aan continue verbetering.



HEMA in het kort

De Hollandsche Eenheidsprijzen Maatschappij Amsterdam, oftewel H.E.M.A., opende haar eerste warenhuis in Amsterdam op 4 november 1926. De oprichters Leo Meyer en Arthur Isaac wilden een warenhuis openen voor 'gewone' mensen.

Voorheen waren warenhuizen erg gericht op rijke mensen en de meeste winkelmedewerkers spraken Frans. HEMA, zoals later bekend zou worden, was het eerste warenhuis in zijn soort in Nederland. Producten waren geprijsd op 10, 25 of 50 cent. Vanaf de eerste dag werd de essentie van HEMA gedefinieerd als: optimistisch, uniek, duidelijk, betrouwbaar, toegankelijk en typisch Nederlands. In 1927 opende HEMA haar eerste winkel buiten Amsterdam en slechts een jaar later waren er tien HEMA-winkels in Nederland. In de jaren vijftig was HEMA de eerste franchiseorganisatie in Nederland en nog altijd zijn we de grootste franchisegever van Nederland. Vanaf 1958 voerde HEMA het tempo van zijn expansie op en openden snel nieuwe winkels in het hele land. In 1984 opende HEMA haar eerste winkel in België.

Het aantal winkels groeide snel en groeit nog steeds. In 2018 had HEMA meer dan 760 winkels in tien landen, met 19.000 werknemers die wekelijks meer dan zes miljoen bezoekers bedienen. In 2017 waren dat nog 750 winkels. In 2018 opende HEMA onder andere een winkel in Abu Dhabi, Qatar en 2 winkels in Oostenrijk.

HEMA blijft trouw aan haar geschiedenis, perfect uitgedrukt in onze merkessentie: onze producten zijn altijd van hoge kwaliteit, goed ontworpen en worden verkocht voor een betaalbare prijs. Dat is 'echt HEMA'. Al onze producten worden in eigen huis ontwikkeld en variëren van food tot non-food artikelen. Het assortiment bestaat uit ongeveer 32.000 eigen producten en diensten, waarvan een groot deel duurzaam is. Naast onze winkels heeft HEMA ook een online webshop waar klanten 24/7 worden bediend.

762 winkels in tien landen

- 294 eigen filialen in Nederland
- 216 eigen filialen in het buitenland
- 250 franchise winkels in Nederland
- 2 franchise winkels in het buitenland



In 2018 behaalden wij een netto-omzet van € 1.269 miljoen

Deze omzet verdeeld over de belangrijkste categorieën:

38% hardwaren

36% kleding & ondermode

24% eten & drinken

3% diensten



Tjeerd Jegen



Ivo Vliegen



Marcel Boekhoorn



Wilco Jiskoot

Sinds 29 november 2018 is HEMA onderdeel van Ramphastos Investments. Een nieuwe eigenaar waarmee we in 2019 invulling gaan geven aan onze groeiambities en ontwikkeling tot een internationaal merk. Dit heeft tot gevolg gehad dat de raad van commissarissen is teruggebracht naar twee leden, voorzitter Wilco Jiskoot en Marcel Boekhoorn.

Wilco Jiskoot en Marcel Boekhoorn zijn beide op 29 november 2018 benoemd tot leden van de Raad van Commissarissen voor vier jaar. Wilco Jiskoot, 69 jaar, als President Commissaris en Marcel Boekhoorn, 59 jaar als Commissaris.

Uiteindelijk zal de Raad van Commissarissen uit 5 commissarissen bestaan; de overige 3 commissarissen zullen worden geselecteerd op specifieke kennis, ervaring en achtergrond, waarmee zij zich zullen richten op het gebied van hun expertise voor HEMA.

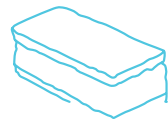
Voordat HEMA was overgenomen door Ramphastos Investments en nog onderdeel was van Lion Capital bestond de Raad van Commissarissen uit Andrew Jennings, Robert Darwent, James Cocker, Anders Moberg en Tanja Dik.

De Statutaire Directie van HEMA bestaat uit Tjeerd Jegen en Ivo Vliegen. Tjeerd Jegen is sinds 2015 CEO en is 48 jaar oud. Ivo Vliegen is 55 jaar oud en sinds november 2015 CFO.



waardeketen

winkels in 10 landen



eten en drinken

De HEMA tompoucen worden in onze eigen bakkerij in Utrecht gemaakt. Niet alle grondstoffen komen uit Nederland. Sommige grondstoffen komen van ver, zoals cacao uit West Afrika en verschillende koffies uit Latijns Amerika.

ontworpen
in Amsterdam



centrale distributie
Utrecht



kleding en textiel

Onze kleding en textielproducten worden voornamelijk in Zuid-Azië geproduceerd. Zoals de biologische rompers in India. Maar ook onze spijkerbroeken in Bangladesh, handdoeken in Pakistan en sportkleding in Turkije.



hardwaren

Veel van onze hardwaren producten worden in China geproduceerd. Zoals bijvoorbeeld onze wekkers, onze borden en veel artikelen van het woonassortiment.



3 inkoopkantoren

Dhaka
Hongkong
Shanghai

duurzaamheid bij HEMA

Bij HEMA maken we het dagelijks leven niet alleen leuker en makkelijker, maar ook beter. Door duurzame producten betaalbaar te maken voor iedereen.

duurzaamheid is van iedereen

Iedereen kan bijdragen aan het verder verduurzamen van ons bedrijf. Het is een integraal onderdeel van onze manier van werken. Het duurzaamheidsteam stelt het beleid op voor de organisatie met bijbehorende doelstellingen en ambities. Samen met de verschillende afdelingen binnen HEMA wordt er vervolgens aan een actieplan gewerkt. De desbetreffende afdeling voert het plan uit en het duurzaamheidsteam monitort de voortgang. Een sterke en continue samenwerking is hiervoor van groot belang. Duurzaamheid is namelijk niet alleen voor iedereen, maar ook van iedereen.

Omdat duurzaamheid een essentieel onderdeel van het HEMA beleid is, rapporteert het duurzaamheidsteam direct aan de CEO. Met de CEO als sponsor van duurzaamheid is het onderwerp verankerd in de managementaanpak. Het wordt de komende jaren alleen nog maar een belangrijker onderdeel van onze strategie. De wereld om ons heen verandert razendsnel. Een voorbeeld hiervan is een schaarste aan bepaalde grondstoffen. Omdat we als bedrijf zo min mogelijk negatieve impact en zo veel mogelijk positieve impact willen maken op de wereld om ons heen, vinden we dat we hier ook een verantwoordelijkheid hebben.

Hoe ontwerpen we zo duurzaam mogelijk en welke materialen kunnen we het beste gebruiken? Hoe kunnen we het mensen makkelijk maken om er een duurzame levensstijl op na te houden? Wat betekent duurzame innovatie voor HEMA? En hoe maken we stappen naar circulariteit? Dit zijn belangrijke punten van aandacht bij het ontwikkelen van ons assortiment en binnen onze bredere bedrijfsstrategie.

samenwerken

Die ene route naar duurzaamheid bestaat niet. Het is een onderzoek, waarbij we voortdurend kijken naar de juiste arbeidsomstandigheden, beschikbaarheid van duurzame materialen, de nieuwste ontwikkelingen en natuurlijk betaalbaarheid, want HEMA is er voor iedereen. Samenwerking met andere partijen is dan ook essentieel. Een mooi voorbeeld van een samenwerking met een brede groep stakeholders is het circulaire festival Beyond Next, waar we in 2018 de voorbereidingen voor hebben getroffen. Samen met de partners van het AmsterdamFashion Institute (AMFI), Circle Economy, ABN AMRO en gemeente Amsterdam. Want samenwerking is van groot belang om de uitdagingen op het gebied van duurzaamheid en circulariteit aan te gaan.

steeds een stap verder

In 2017 hebben we groots ingezet op de duurzame inkoop van katoen, hout en papier. Daarin hebben we in 2018 mooie stappen gezet en zijn we ook begonnen met het opzetten van ons beleid op plastic. We keken met leveranciers en kennisinstituten uitvoerig welke doelstellingen voor ons haalbaar, maar zeker ook ambitieus zijn. Een van de ambities is het inzetten van meer gerecycled plastic. In die lijn startten we in 2018 een onderzoek naar hoe we van plastic huishoudafval nieuwe producten kunnen maken. Van deze circulaire collectie verwachten we de eerste plastic producten begin 2020 te introduceren.



“Duurzaamheid voor iedereen toegankelijk maken, dat is onze ambitie. Fantastisch hoe we als team en samen met onze collega’s daaraan kunnen bijdragen. Steeds meer klanten maken in hun dagelijks leven duurzamere keuzes en daar spelen we graag een rol in.”

maatschappelijke rol

2018 was voor ons een heel speciaal jaar wat onze maatschappelijke rol betreft; we lanceerden onze eigen HEMA Foundation. Omdat we als HEMA geloven dat inclusiviteit bijdraagt aan een meer diverse en creatieve samenleving, waarin iedereen mee kan doen aan het dagelijks leven. Alleen door iedereen in zijn kracht te zetten en talenten van mensen te benutten, komen we samen tot vernieuwende oplossingen voor een beter dagelijks leven voor iedereen. Meer informatie over de HEMA Foundation vind je op pagina 28 van dit verslag.

Eva Ronhaar,
Director of Innovation & Sustainability
en Director HEMA Foundation

in gesprek met de wereld om ons heen

Voor HEMA is het belangrijk om in gesprek te blijven met klanten, maatschappelijke organisaties, leveranciers, de sector en andere stakeholders. Zij hebben invloed op onze (duurzame) activiteiten en leveren input voor onze koers. Daarnaast werken we met hen samen aan het realiseren van een positieve impact. Want dat kunnen we niet alleen. Hierom gaan we meerdere keren per jaar actief met diverse partijen in gesprek. Via samenwerkingsverbanden, 1-op-1 gesprekken en klantenpanels.

maatschappelijke organisaties

Omdat we voor lange termijn impact gaan, werken we samen met een aantal vaste partners. Sinds 2006 werken wij samen met KWF Kankerbestrijding. Wanneer een klant een oude cartridge bij ons inlevert, doneert de klant hiermee een bedrag aan het KWF. Net als in 2017 hebben we €12.000,- ingezameld en gedoneerd aan het KWF.

Het COC steunen we sinds 2016 tijdens de Pride Amsterdam. Afgelopen jaren voerden we een specifieke Pride HEMA Campagne en verkochten daarbij passende producten, zoals t-shirts of pompouces. De winst van deze producten komt ten goede aan de GSA's van het COC. De GSA is een groep leerlingen die ernaar streeft dat hun school veilig is voor iedereen. HEMA vindt ook dat een middelbare school een veilige plek hoort te zijn voor iedereen en draagt daarom haar steentje bij. In 2018 doneerden we €20.000 aan het COC.



Tijdens de Pride week in augustus heeft HEMA het HEMA huwelijk georganiseerd. Op uitnodiging van HEMA stapten drie Europese stellen die in eigen land niet konden trouwen in het HEMA huwelijksbootje. Door dit huwelijk mogelijk te maken, wilde HEMA samen met deze liefdeskoppels laten zien dat het vieren en bezegelen van de liefde voor iedereen mogelijk moet zijn.

Tevens werken we al een aantal jaar samen met de LINDA Foundation. In 2018 hebben we verschillende donaties en sponsoracties gedaan, waaronder de sponsoring van kleding voor het decembernummer waarbij (bijstand) vaders zijn gefotografeerd.

stakeholdergesprekken

Tijdens de laatste stakeholdersbijeenkomst in 2017 gingen wij, de medewerkers van het duurzaamheidsteam, in gesprek met NGO's, overheid, leveranciers, keurmerkorganisaties en andere retailers over duurzame materialen, ketentransparantie en onze maatschappelijke bijdrage. Een resultaat van deze bijeenkomst is dat we samen met het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken in 2018 ons duurzame verpakkingsbeleid hebben geformuleerd. Gedurende het jaar spraken we met de verschillende keurmerkorganisaties over de verdere verduurzaming van ons assortiment.

In 2019 organiseren we een leveranciersdag, waarbij wij de leveranciers zullen uitdagen om mee te denken over verschillende duurzame oplossingen voor HEMA.





onze klanten

Het afgelopen jaar hebben we veel vragen, reacties en waardevolle ideeën toegestuurd gekregen van onze klanten. We merken dat duurzaamheid steeds belangrijker wordt voor onze klanten en dat de klant een actievere rol heeft. Via ons emailadres sustainability@hema.nl, HEMA social media of algemene helpdesk kunnen klanten vragen stellen of suggesties doen. De onderwerpen variëren van vragen over de materialen van onze verpakkingen, over de herkomst van het artikel tot over de arbeidsomstandigheden van de productiemedewerkers. Daarnaast hebben we afgelopen jaar veel vragen en suggesties gekregen over het gebruik van plastic in onze verpakkingen en producten. We nemen de suggesties altijd serieus en bekijken wat de mogelijkheden zijn om deze door te voeren. Mede door enkele suggesties en vragen van klanten hebben we de plastic van de confetti poppers aangepast naar confetti van papier.

Om te monitoren of we op de goede weg zijn, voeren we wekelijks een onderzoek uit waar we 200 consumenten de vragen stellen of ze HEMA een duurzame en maatschappelijk betrokken organisatie vinden en of onze duurzame producten makkelijk te vinden zijn in onze webshop en winkels.

brancheorganisaties en multi-stakeholder initiatieven

HEMA is continu bezig om te onderzoeken hoe we positieve veranderingen kunnen doorvoeren binnen de sector. Om deze reden zijn we lid van verschillende initiatieven. We zijn aangesloten bij nationale en internationale multi-stakeholder initiatieven, zoals het IMVO Convenant voor duurzame kleding en textiel, en het Bangladesh Accord. Daarnaast zijn we lid van BSCI en nationale brancheorganisaties. Om meer begrip, draagvlak en kennis te krijgen voor de aanpak van het IMVO Convenant, hebben wij in juni 2018 een werkbezoek gefaciliteerd voor de Tweede Kamerleden van de vaste Kamercommissie voor Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking. We hebben samen met andere bedrijven laten zien hoe de productieketen eruit ziet en welke processen horen bij het verduurzamen van de keten.

ronde tafel

Het VNO NCW staat voor Verbond van Nederlandse Ondernemingen (VNO) en het Nederlands Christelijk Werkgeversverbond (NCW). Dit verbond heeft in 2018 een Ronde tafel diner georganiseerd waar Tjeerd Jegen, CEO HEMA, aan heeft deelgenomen. In 2018 stond het onderwerp circulariteit in de sector op de agenda. Het doel is het stimuleren en faciliteren dat bedrijven samenwerken op de weg naar circulariteit. Kennisdeling zorgt ervoor dat een circulaire economie op gang komt en verder gaat dan enkele circulaire projecten en initiatieven.

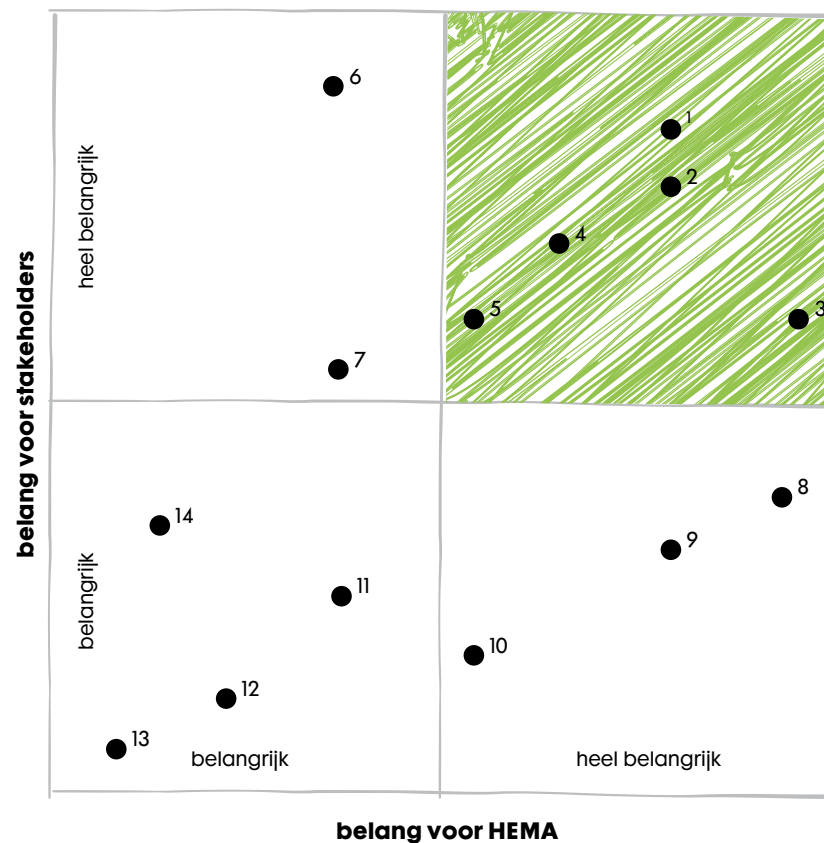
kunststof verpakingsafval als grondstof

HEMA streeft ernaar in de toekomst steeds meer circulair te opereren, waarbij we de ambitie hebben om zo veel mogelijk hernieuwbare grondstoffen en gerecyclede materialen te gebruiken. Hierdoor zijn we vorig jaar gestart met het deelnemen aan het programma "Kunststof Verpakingsafval als Grondstof". Hierbij hebben we onderzocht hoe we speelgoed kunnen maken van huishoudafval.



materialiteitsmatrix

In 2017 hebben wij voor de tweede keer een materialiteitsanalyse uitgevoerd om de prioriteiten te bepalen voor ons duurzaamheidsbeleid. We hebben verschillende externe stakeholders, klanten, medewerkers en management- en directieleden van HEMA gevraagd welke onderwerpen zij belangrijk vonden voor HEMA. De meest relevante onderwerpen zijn: grondstoffen en materialen, verpakkingen, milieu, duurzaam ontwerp en voedselverspilling. Daarnaast hebben we al jaren aandacht voor onderwerpen als ketentransparantie, arbeidsomstandigheden bij producenten en goed werkgeverschap. Ook dat blijven belangrijke thema's voor HEMA, waar we continu aan werken.



1. milieu

Voor het transport van onze producten is brandstof nodig en daarmee stoten we broeikasgassen uit die schadelijk zijn voor het milieu. We hebben de ambitie om de uitstoot van transport steeds verder te verminderen.

2. voedselverspilling

Naast houdbare producten verkopen wij ook verse producten. Het kan voorkomen dat deze verse artikelen de houdbaarheidsdatum overschrijden. We werken met meerdere initiatieven om voedselverspilling tegen te gaan.

3. verpakkingen

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

4. duurzaam ontwerp

Duurzaamheid, design, klantoplossingen en kwaliteit staan bij de productontwikkeling centraal. We streven naar betere producten op drie vlakken: beter voor het milieu, beter voor de mens en beter voor de consument.

5. grondstoffen en materialen

De ambities om de grondstoffen die we gebruiken voor onze producten verder te verduurzamen richten zich op de veel voorkomende grondstoffen, waar we de grootste impact mee kunnen maken. Zoals op plastic, katoen, hout en papier, zuivel, vleeswaren, koffie, thee, cacao en palmolie.

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

waar onze producten van gemaakt worden

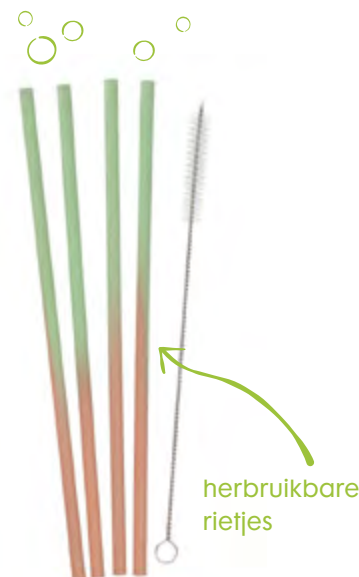
grondstoffen en materialen

plastic

Plastic is bijna niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Vanaf halverwege de twintigste eeuw is het gebruik van plastic explosief gegroeid. Dat komt doordat het veel goede eigenschappen heeft en daardoor breed wordt toegepast. Plastic heeft helaas een keerzijde: het is niet natuurlijk afbreekbaar en kan schade toebrengen aan het milieu. Daarnaast wordt het meeste plastic gemaakt van aardolie, een niet hernieuwbare bron.

Met een groeiende wereldbevolking zal de consumptie van plastic de komende decennia toenemen. Omdat HEMA ook gebruik maakt van plastic, hebben we de verantwoordelijkheid om er spaarzaam mee om te gaan. Om dit te borgen hebben we doelstellingen gezet voor het plastic dat we gebruiken in onze producten en verpakkingen.

Je vindt plastic terug in onze hardwaren en als polyester in kleding. Daarnaast maken we onderscheid tussen producten voor eenmalig gebruik, zoals rietjes, roerstaafjes, wattenstaafjes en confetti en producten voor langdurig gebruik, zoals speelgoed en opbergdozen. Voor plastic producten voor eenmalig gebruik hebben we de doelstelling om uiterlijk in 2020 duurzame alternatieven te vinden waar mogelijk. Hiermee willen we voorkomen dat plastic voor eenmalig gebruik als zwerfvuil in het milieu terechtkomt. We zijn eerder en ambitieuzer dan de Europese regelgeving op wegwerpplastic die in 2021 van kracht zal zijn. In 2018 hadden we 9 assortimentsgroepen met plastic producten voor eenmalig gebruik in ons assortiment.



Een voorbeeld van hoe we eenmalig plastic gebruik willen reduceren is door hergebruik te stimuleren. In december 2018 konden HEMA-klanten sparen voor een herbruikbare koffiebeker. Met deze of een eigen beker krijg je 25 cent korting op warme dranken bij alle HEMA take aways. Voor producten van plastic of polyester, zoals hardwaren en kleding hebben we als doel gesteld om uiterlijk in 2025 alleen nog maar gerecycled of hernieuwbare alternatieven te gebruiken.



Voor onze consumentenverpakkingen hebben we als doel gesteld om het plastic met 25% te reduceren per 2025. Daarnaast willen we dat al onze consumentenverpakkingen per 2025 100% recyclebaar zijn. In 2019 voeren we een nulmeting uit om de voortgang op deze doelstellingen meetbaar te maken.

doelstelling

In 2020 een duurzamer alternatief voor plastic producten voor eenmalig gebruik

In 2025 100% gerecycled of hernieuwbaar materiaal voor plastic of polyester producten

In 2025 25% reductie van plastic consumentenverpakkingen

9 assortimentsgroepen voor eenmalig gebruik in het assortiment

nulmeting in 2019

1.450.752 kg plastic voor consumentenverpakkingen

Door een duidelijk beleid en bijbehorende ambities neer te zetten op drie niveaus; producten voor eenmalig gebruik, langdurig gebruik en verpakkingen, verwachten we een wezenlijke bijdrage te kunnen leveren aan het reduceren van plastic en het beter geschikt maken van plastic voor recycling.

Om ons beleid te ondersteunen hebben we in februari 2019 het Plastic Pact, een initiatief van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat ondertekend. Door te ondertekenen willen we met andere bedrijven in Nederland universele oplossingen vinden voor specifieke gezamenlijke plastic uitdagingen.



katoen

We hebben de ambitie om in 2020 al het katoen dat we gebruiken duurzamer in te kopen. We zijn goed op weg om de doelstelling te halen. Zo hebben we in 2018 ruim 97% van het katoen dat we gebruiken duurzamer ingekocht volgens één van de drie duurzaamheidsstandaarden; Better Cotton Initiative (BCI) en biologisch gecertificeerd katoen via Organic Content Standard (OCS) en de Global Organic Textile Standard (GOTS).

	2017	2018
Better Cotton Initiative	70%	85%
Biologisch (Organic Content Standard of Global Organic Textile Standard)	10%	12%
totaal	80%	97%

doelstelling 2020
100% duurzaam katoen

Door ons in te zetten voor duurzamer katoen, dragen we bij aan efficiënter watergebruik, een hogere opbrengst per hectare en een beter inkomen voor kleinschalige katoenboeren. Door via BCI in te kopen stellen we hen in staat om 5.500 boeren te bereiken en op te leiden in duurzame landbouwmethoden. Het biologische katoen dat we in onze collecties gebruiken focust zich met name op duurzame landbouw, zonder het gebruik van chemische bestrijdingsmiddelen. In 2018 zijn we naar India gereisd om onze biologische babyrompers te volgen van katoenbol tot babyromper.

 [Bekijk hier de reis van onze biologische romper.](#)

ondersteunen Better Cotton Farmers	2017	2018
aantal boeren bereikt door HEMA bijdrage	3000	5500

hout en papier

In 2018 was meer dan de helft van alle hout en papier producten bij HEMA FSC® gecertificeerd. Het FSC-keurmerk garandeert dat onze producten gemaakt worden van hout dat afkomstig is uit verantwoord beheerde bossen.



We hebben de ambitie om per 2022 al onze hout en papier producten FSC® gecertificeerd te hebben. Afgelopen jaar hebben we bijvoorbeeld FSC® houten speelgoed toegevoegd aan ons assortiment.

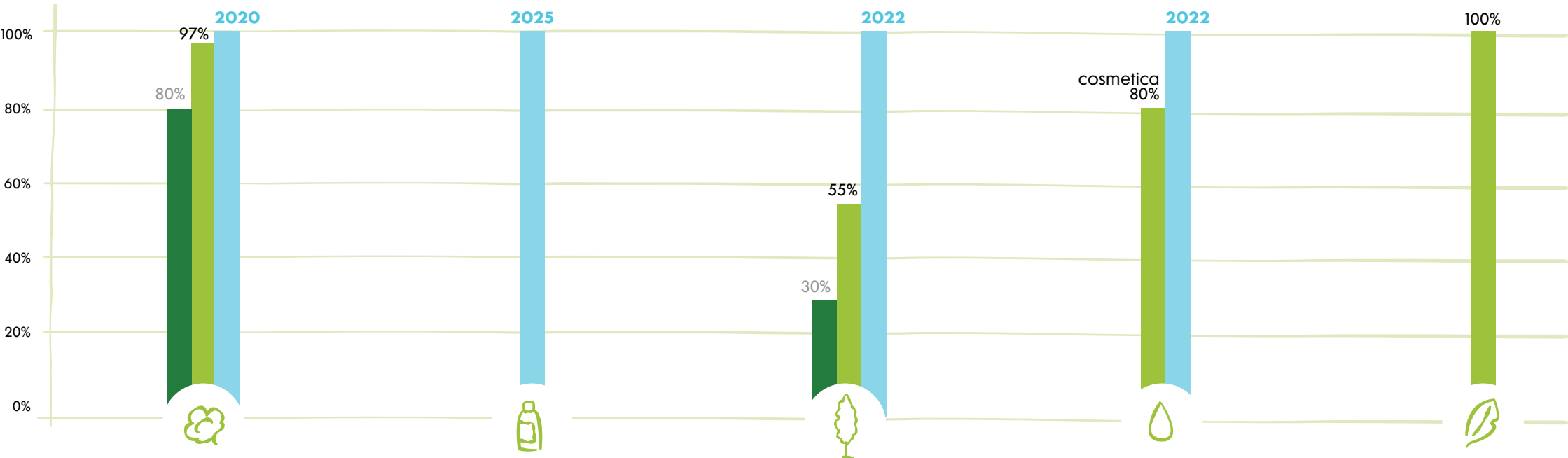
	2017	2018	doelstelling 2022
aandeel FSC hout en papier	30%	55%	100%



ontwikkeling 2017 - 2018

non-food

2017 2018 doelstelling



katoen
doelstelling:
100% duurzaam
katoen in 2020
We gebruiken drie
standaarden:
BCI, OCS en GOTS.
Je herkent de
producten aan
onze eigen logo's:



plastic en polyester
doelstelling:
100% recycled
of hernieuwbaar
per 2025
nulmeting in 2019



hout en papier
doelstelling:
100% duurzaam
bosbeheer in 2022



palmolie
doelstelling:
100% verantwoord
palmolie in 2022



dons
We gebruiken
de standaarden:
Downpass en RDS
Je herkent de
producten aan
ons eigen logo:



dierenwelzijn

We hebben de ambitie om al onze vleeswaren diervriendelijker in te kopen. Om dat te doen sloten we ons in 2017 aan bij Stichting Beter Leven en als eerste stap zijn al onze Nederlandse hammen 1 ster Beter Leven gecertificeerd. In 2018 kozen we ervoor om onze bakkerij Beter Leven te certificeren. In onze bakkerij worden dagverse hartige producten zoals saucijzenbroodjes gemaakt. In 2019 verwachten we deze met 1 ster Beter Leven aan te kunnen bieden.



In 2019 onderzoeken we ook de mogelijkheden om onze iconische HEMA-producten, hotdogs en rookworsten te verduurzamen en aan te bieden met 1 ster Beter Leven.

	2017	2018	doelstelling 2019
aandeel Beter Leven (minimaal 1 ster)	21%	23%	uitbreiding naar bakkerijproducten, hotdogs en rookworsten met 1 ster Beter Leven

Daarnaast hadden we de ambitie om in 2018 alle verse zuivelproducten om te zetten naar minimaal weidemelk of biologisch.



Dit is nog niet gelukt voor alle versproducten, de doelstelling is om uiterlijk in 2020 alle producten te laten voldoen.

	2017	2018	doelstelling 2020
aandeel weidemelk of biologisch zuivelproducten	61%	58%*	100%

*het percentage is in 2018 lager vanwege de sanering van producten met keurmerk

koffie, thee, cacao

We hebben sinds 2014 gecertificeerde cacao en thee en sinds 2015 gecertificeerde koffie in het assortiment. Alle koffie, thee en cacao producten van HEMA zijn gecertificeerd door een van de bekende keurmerken; UTZ, Rainforest Alliance en Fairtrade. We hebben in 2018 meer Fairtrade thee verkocht dan een jaar eerder, wat heeft geresulteerd in een hogere premie voor de theeplantage medewerkers.



Door Fairtrade thee te kiezen hebben we in totaal €16.600 Fairtrade premium kunnen betalen. Het geld wordt door de lokale gemeenschap geïnvesteerd in sociale projecten zoals onderwijsbeurzen voor kinderen.

	2017	2018	groei
Fairtrade premie afgedragen	€ 12.500	€ 16.600	33%
aantal KG Fairtrade thee	25.000	39.500	58%

palmolie

Voor onze voedingsmiddelen geldt dat alle producten die palmolie bevatten gecertificeerd moeten zijn volgens de standaard van the Round Table for Responsible Palm Oil (RSPO).



Vorig jaar voldeden al onze voedingsmiddelen aan de standaard en daarmee is onze ambitie voor 2018 gehaald.

Een van de belangrijkste punten uit de standaard is dat er geen ontbossing mag plaatsvinden. Ontbossing komt voor in landen als Indonesië en Maleisië. Om dit te voorkomen is het noodzakelijk dat bedrijven die palmolie afnemen, blijven voldoen aan standaarden zoals die van RSPO, Roundtable on Sustainable Palm Oil.

vegan

We krijgen steeds vaker de vraag van onze klanten of we vegan producten kunnen opnemen in ons assortiment. Om daar gehoor aan te geven hebben we in 2018 meerdere vegan producten ontwikkeld. De vegan producten zullen in 2019 in ons food en beauty assortiment geïntroduceerd worden.



Zo introduceren we een vegan appeltaart en een compleet nieuw assortiment aan vegan beauty producten, te herkennen aan dit logo.

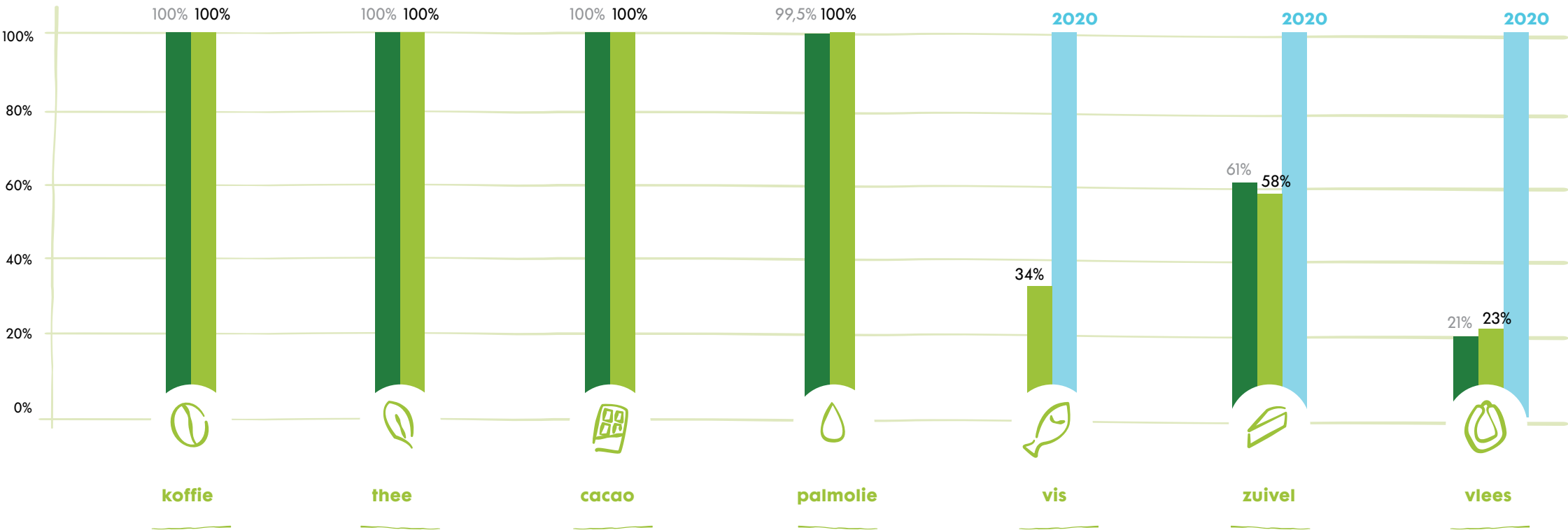
ontwikkeling 2017 - 2018

food

2017

2018

doelstelling



verpakkingen

In 2018 stelden we doelstellingen op voor het verduurzamen van onze consumentenverpakkingen. De uitgangspunten zijn: minder, duurzamer en recyclebaar.

2018

nulmeting 2018*:
2.431.890 kg papier/karton
1.450.752 kg plastic
331.096 kg glas
77.508 kg aluminium
23.907 kg staal

nulmeting in 2019

nulmeting in 2019

doelstelling

25% minder
verpakkingen in 2025
t.o.v. 2018

100% gerecycled
of bio-based plastic
verpakkingen
in 2025

100% recyclebare
verpakkingen
in 2025

* Deze resultaten gelden voor verkochte productverpakkingen in Nederland, België, Luxemburg, Duitsland, Oostenrijk, Frankrijk, Spanje en Engeland



In 2019 voeren we een nulmeting uit voor de overige twee doelstellingen, zodat we jaarlijks de voortgang kunnen monitoren.

Op productniveau zijn we in 2018 begonnen met het verduurzamen van onze verpakkingen. We zijn begonnen met een test, waarbij we de zwarte plastic schaaltes voor vleeswaren hebben vervangen voor transparante gerecyclede PET schaaltes. De nieuwe schaaltes zijn beter te recycleren en van gerecycled materiaal gemaakt. Ook testen we een "pick and mix" concept, waarbij het fruit niet meer verpakt wordt in plastic. Dit geeft consumenten meer keuzevrijheid, verlaagt voedselverspilling en het totaalgewicht aan plastic verpakking.

Voor secundaire en tertiaire verpakkingen, zoals voor het transport naar de winkels of verzendingen via de webshop, hebben we de afspraak met onze leveranciers dat de verpakkingen recyclebaar moeten zijn. Zo hebben we bijvoorbeeld opgenomen dat karton geen coatings of zware metalen mogen bevatten en alle folies transparant en uitsluitend van LDPE plastic (Lage Dichtheid Polyetheen) moeten zijn. Deze eisen maken dat de verpakkingsmaterialen goed te recycleren zijn. In de winkels en distributiecentra zamelen we papier en plastic gescheiden in voor recycling.

Een van onze uitdagingen in 2018 was het toevoegen van een weggooiwijzer voor consumentenverpakkingen. Als internationale onderneming moeten onze verpakkingen geschikt zijn voor meerdere landen. De gescheiden inzameling en recycling van verpakkingen is niet overal hetzelfde georganiseerd en dat maakt dat we ervoor gekozen hebben om nog geen weggooiwijzer te plaatsen op de verpakkingen.

hoe onze producten gemaakt worden

ketentransparantie en arbeidsomstandigheden bij producenten

Ketentransparantie is één van de basisprincipes van het duurzaamheidsbeleid van HEMA. Openheid over waar en onder welke omstandigheden de producten worden gemaakt is een voorwaarde van de relatie die wij aangaan met onze leveranciers. China, Bangladesh en Turkije zijn de belangrijkste landen waar de textiel en hardwaren producten van HEMA worden geproduceerd. De voedingsproducten komen voornamelijk uit Europa.

Doordat we 32.000 artikelen in ons assortiment hebben, die over de hele wereld worden geproduceerd, hebben we een groot aantal productieketens. Hierdoor is het belangrijk dat we continu contact hebben met onze leveranciers om zo op de hoogte te blijven van de omstandigheden in de betreffende keten.

Wij merken dat steeds meer stakeholders willen weten hoe HEMA toezicht houdt op haar ketens. In ons duurzaamheidsverslag en op onze website hema.nl/duurzaamheid, geven we uitleg over onze aanpak en de eisen die we stellen aan leveranciers. Tevens werken wij eraan om in onze communicatie over het product ook de herkomst op te nemen. Zo vermelden wij al op een groot deel van onze mode en make-up artikelen het productieland op de verpakking. Daarnaast hebben wij onze productielocatie lijst weer geüpdate die geaggregeerd gecommuniceerd is door het IMVO Convenant Duurzame Kleding & Textiel.

 [Bekijk hier de lijst met deze productielocaties.](#)



internationale richtlijnen

Onze ondernemingscode is opgesteld vanuit de richtlijnen van meerdere internationale organisaties. De richtlijnen van ILO-conventies, OESO, 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.

inzicht in de productieketen

HEMA blijft elk jaar stappen zetten om het inzicht in onze verschillende productieketens te vergroten. Een ambitie voor 2018 was onze verschillende productieketens nog transparanter te maken. Om dit te bereiken, bekeken we onze interne werkprocessen en creëerden we een nog efficiëntere manier van werken, waarbij de weg naar transparantie op nummer 1 stond. Daarnaast voerden wij zelf en een externe partij fabriek inspecties uit bij onze productielocaties, die wij audits noemen.

In 2018 zijn er in totaal 629 audits uitgevoerd bij onze verschillende productielocaties van onze textiel en hardwaren artikelen. Hiervan zijn 290 audits uitgevoerd door onze eigen social compliance auditors.

7 aspecten waarop wij onze eigen audits uitvoeren:

- **ketentransparantie**
- **voorkomen van kinderarbeid**
- **geen gedwongen arbeid**
- **veilige en gezonde werkomgeving**
- **reële en nauwkeurige loon- en werktijdenregistratie**
- **verzekeringen van arbeiders**
- **voorkomen van milieuvervuiling**

meest voorkomende bevindingen van onze eigen audits

De 7 aspecten zijn geprioriteerd op basis van ernst en frequentie. Wij voeren onze eigen audits uit, voordat orders geplaatst worden. In 82% van de audits komen er bevindingen uit. Bij bevindingen die dusdanig ernstig zijn mogen er geen orders geplaatst worden, wat betekent dat deze fabriek dan niet door de eerste criteria heen komt om een samenwerking te starten. In de andere gevallen wordt er een concreet verbeterplan met deadlines

opgesteld samen met de fabriek. Vanuit de door HEMA uitgevoerde audits zijn 239 verbeterplannen opgesteld.

China, Bangladesh en Turkije zijn de belangrijkste landen waar wij produceren. Deze drie landen worden gekenmerkt als risicolanden. Om te bepalen of een land een risicoland is, wordt bekeken hoe de overheid van een land functioneert aan de hand van verschillende factoren. Bestaan er bijvoorbeeld wetten die goede arbeidsomstandigheden waarborgen en in hoeverre zijn deze geïmplementeerd, nageleefd en gemonitord?

Voor deze 3 landen doen we de meeste bevindingen op het verbeteren van een veilige en gezonde werkomgeving. Veelvoorkomend is dat certificaten voor brand- en/of bouw veiligheid inspecties verlopen zijn, de periodieke brand- en veiligheidstrainingen niet op tijd uitgevoerd zijn of evacuatieplannen niet zijn aangepast na uitbreiding. Daarnaast doen we met regelmaat bevindingen omtrent milieuvervuiling. Dit heeft in de meeste gevallen te maken met het verlopen van de milieu rapportage.

Het laatste aspect in de top 3 bevindingen is de verzekering van arbeiders. De eis die HEMA stelt is dat 100% van de werknemers een ongevallenverzekering moet hebben, dus ook tijdelijke (uitzend) krachten, arbeiders die in de proeftijd zitten en alle vaste werknemers. Indien dit niet het geval is, zetten we een korte deadline op dit verbeterpunt, zodat dit vaak nog opgelost is, voordat HEMA productie van start gaat. Als de fabriek, nadat we het verbeterplan hebben opgesteld, de afgesproken verbeteringen niet kan of wil doorvoeren binnen het afgesproken tijdspad, zullen wij geen orders meer bij deze fabriek plaatsen en nemen we afscheid.



externe audits

Uiterlijk een jaar na onze eigen audit, voert BSCI een audit bij deze fabriek uit. BSCI is een initiatief van bedrijven, waar HEMA sinds 2003 bij is aangesloten. Dit initiatief is opgezet voor het verbeteren van arbeidsomstandigheden en milieustandaarden wereldwijd door het uitvoeren van onafhankelijke audits bij productielocaties. De BSCI audit neemt extra aspecten mee zoals discriminatie en vrijheid van vereniging en collectieve onderhandelingen. Dit zijn aspecten die tevens in onze ondernemingscode zijn opgenomen. In 2018 zijn er 254 BSCI audits voor de productielocaties van HEMA uitgevoerd.

Ook voor BSCI audits geldt dat wij, indien nodig, een verbeterplan opstellen in samenwerking met de fabriek. Wanneer meerdere BSCI leden bij de betreffende productielocatie produceren, dan neemt één bedrijf de leiding voor het inplannen van de audit en het opstellen van het verbeterplan, indien dit nodig is.

Dankzij het doorvoeren van deze verbeterplannen hebben we ons onder andere ingezet voor betere arbeidsomstandigheden van ruim 93.000 medewerkers op onze productielocaties.

	2018
totaal uitgevoerde audits	629
zelf uitgevoerde audits	290
extern uitgevoerde audits (zoals BSCI)	339
aantal verbeterplannen	239
aantal doorgevoerde verbeteringen	138



een stap verder terug in de keten

Tijdens onze eigen audits checken wij of de fabriek alle productieprocessen in huis heeft om het HEMA-product te kunnen maken of dat er andere productielocaties betrokken moeten zijn. Zo weten we zeker dat we alle zogeheten Tier 1 subcontractors in beeld hebben. Onze leveranciers mogen geen delen van het proces uitbesteden zonder onze toestemming. We spreken ook met hen af dat onze gedragscode ook door de subcontractor geïmplementeerd moet zijn. Op deze manier houden wij de hele productieketen inzichtelijk en werken we middels onze leveranciers aan de milieu- en arbeidsomstandigheden van onze subcontractors.

Daarnaast kopen de fabrieken die onze producten maken hun materialen en accessoires in van verschillende leveranciers. Deze toeleveranciers worden Tier 2 genoemd. Het is een uitdaging om deze Tier 2 inzichtelijk te krijgen, gezien wij hier geen directe relatie mee hebben. Tevens heeft HEMA veel verschillende soorten artikelen in het assortiment, waardoor het inzichtelijk krijgen van deze gehele productieprocessen complex is en tijd nodig heeft.

Op dit moment brengen we de Tier 2 toeleveranciers per land in kaart, startende binnen onze top 3 inkooplanden met Turkije en Bangladesh. In Bangladesh hebben we een eigen inkoopkantoor en in Turkije werken we al lange tijd samen met onze agent, waardoor we met veel vertrouwen ook deze stap kunnen gaan maken. Na Turkije en Bangladesh zullen we in 2019 de Tier 2 toeleveranciers in China verder in kaart gaan brengen.



samenwerking voor betere arbeidsomstandigheden

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. Daarnaast ondertekenden we het 2018 Transition Accord. Een multi-stakeholder initiatief dat zich richt op een structurele verbetering op het gebied van brand- en bouwveiligheid in Bangladesh.

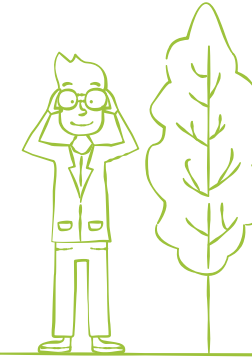
Eind 2018 hebben onze productielocaties 95% van de eerste verbeterplannen doorgevoerd die tot stand waren gekomen door de inspecties vanuit beide akkoorden. Dit is door onafhankelijke inspecteurs geverifieerd.

Een onderdeel van het Bangladesh Accord is een trainingsprogramma dat zich richt op de veiligheid en gezondheid voor arbeiders die kleding produceren. Een belangrijk thema van deze training is om werknemers zelf in staat te stellen risico's te identificeren en klachten te melden. Dit is een belangrijke factor voor het structureel verbeteren van de arbeidsomstandigheden.

Lokale vakbonden worden ingezet om deze trainingen uit te voeren. Tot eind 2018 zijn er 169 trainingen gegeven aan 74.820 kledingarbeiders in Bangladesh.

Middels het IMVO Convenant Duurzame Kleding & Textiel, waar wij een plek in de stuurgroep hebben, werken we samen met veel andere bedrijven, overheid, vakbonden, NGO's en brancheorganisaties, om ons in te zetten voor een duurzame kleding- en textielindustrie. Leefbaar loon en gevaarlijke werkomstandigheden zijn één van de belangrijkste thema's binnen het Convenant. Door het onderling delen van kennis kunnen we gezamenlijk de gemeenschappelijke uitdagingen aanpakken. Op deze manier leveren wij een bijdrage aan het verbeteren en verduurzamen van de gehele kleding- en textielindustrie die verder reikt dan alleen onze eigen productieketen.

Daarnaast leveren wij elk jaar een actieplan aan bij het Convenant, met betrekking tot het verbeteren van de arbeidsomstandigheden bij onze productielocaties en het voorkomen van milieuvervuiling. Dit actieplan wordt beoordeeld en naderhand besproken met de directie en de afdeling duurzaamheid van HEMA. Hierna presenteren wij welke stappen er ondernomen zijn op het gebied van de twee thema's.



Daarnaast leveren wij elk jaar een lijst aan met de hoeveelheid textiel die wij gebruiken om zo de milieu impact te beoordelen. Tevens heeft het Convenant een klachten en geschillenmechanisme. Hier kunnen klachten ingediend worden over mogelijke schendingen bij productielocaties. Als klachten gekoppeld zijn aan de productielocaties waar HEMA actief is, dan worden wij hierover geïnformeerd, zodat we direct de juiste acties kunnen ondernemen.

Onze ambitie is om een positieve impact te maken binnen onze totale productieketen. We zullen dit doen door audits uit te blijven voeren en daarbij actief alle verbeterpunten op te volgen. Samenwerking is de beste manier om problemen rondom werkomstandigheden aan te pakken. Daarom willen we naast de verbeterpunten door te voeren die uit onze audits komen, ook meer gaan kijken hoe we in samenwerking met onze leveranciers, lokale experts en andere stakeholders, kennis, hulpmiddelen en ondersteuning kunnen bieden aan fabrieken om structurele impact te blijven maken. Goede kwalitatieve relaties met onze leveranciers zijn hierbij van belang.

duurzaam ontwerp

Als HEMA willen we het dagelijks leven beter, leuker en makkelijker maken. Betaalbaarheid en kwaliteit spelen hierbij een belangrijke rol, zodat we deze artikelen beschikbaar kunnen maken voor iedereen.

Het woord 'beter' kan worden gesplitst in drie onderdelen:

- **beter voor het milieu:**
de negatieve impact op het milieu zoveel mogelijk reduceren.
- **beter voor de mens:**
de sociale impact van onze productontwikkeling vergroten.
- **beter voor consument:**
een duurzaam product is makkelijk in gebruik en ontworpen om lang mee te gaan.

Duurzaamheid, design, klantoplossingen en kwaliteit staan bij de productontwikkeling centraal. Het is onze ambitie om onze producten te laten voldoen aan deze punten, waarbij deze producten verkrijgbaar zijn voor een betaalbare prijs. Bij de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten bekijken we altijd of het duurzaam design verbeterd kan worden.

Het was onze doelstelling om in 2018 per inkoopafdeling het aandeel van innovatieve duurzame artikelen te vergroten. In 2018 zijn er verschillende artikelen toegevoegd aan het assortiment die voldoen aan onze drie duurzame focuspunten. Per focuspunt is bekeken of we dit verder kunnen onderzoeken en ontwikkelen voor 2019.

In 2018 ontwikkelden we duurzame producten door bijvoorbeeld voor een andere grondstof te kiezen, zoals voor gerecycled polyester, bio katoen, FSC-gecertificeerde® papier en bamboe.

Tevens ontwikkelen we steeds meer circulaire producten. Een voorbeeld is de omsmelt kaars. Omdat sommige kaarsen minder geliefd zijn in hun eerste leven, geven we ze graag een tweede. Dit doen we in samenwerking met stichting Amerpoort. Zij bieden mensen met een beperking werk in de vorm van het omsmelten van oude kaarsen tot nieuwe.

omsmelt
kaarsen



Omdat we voor 2018 de doelstelling hadden meer duurzame artikelen per productgroep te voeren, hebben we onderzocht of circulaire principes meer toegepast kunnen worden in het ontwerp van HEMA producten.

Een ander focuspunt is educatie. Hiervoor zullen verschillende artikelen worden ontwikkeld die zullen bijdragen aan de educatie voor kinderen.

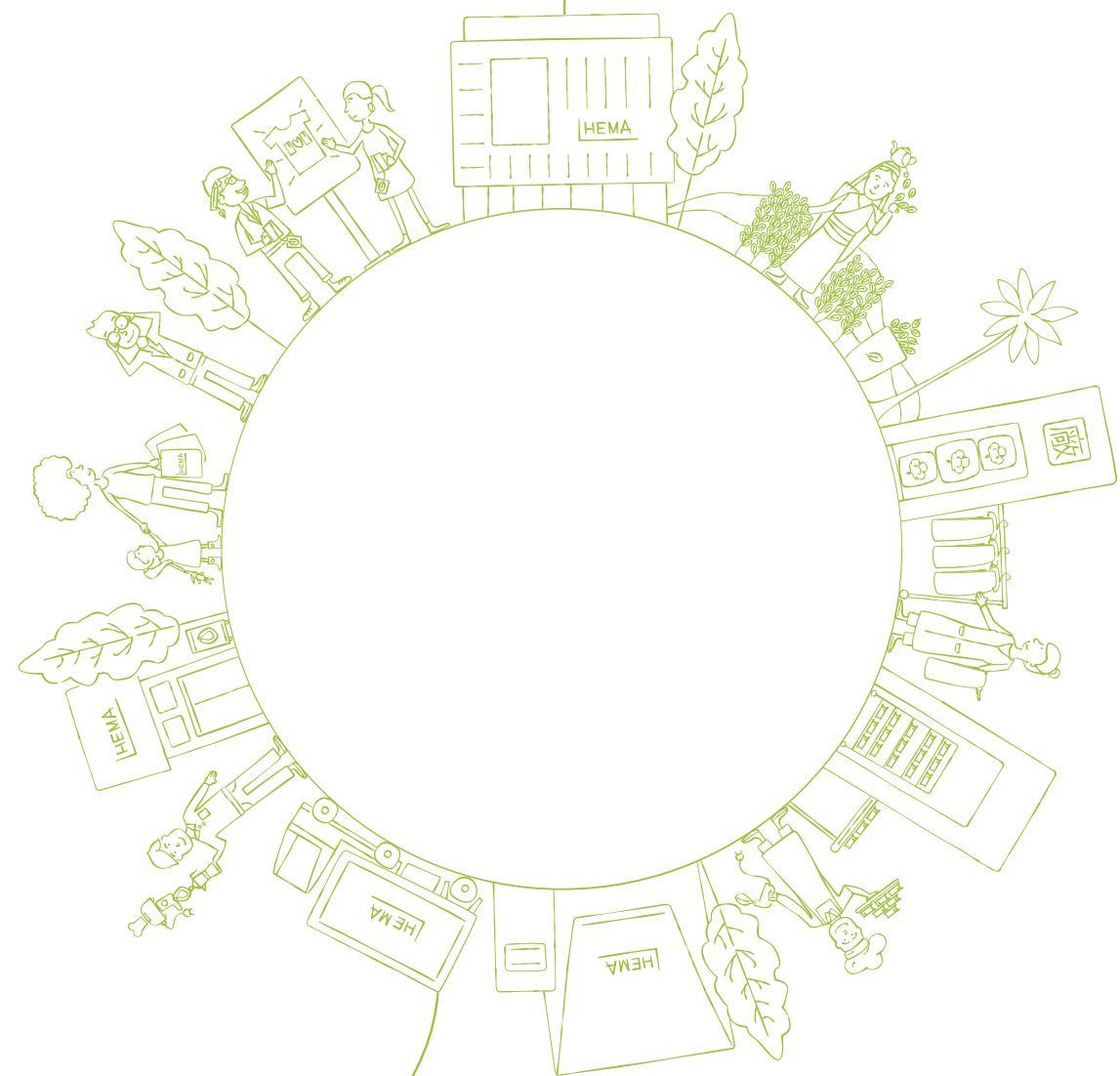
doelstellingen voor 2019:

- Het aandeel vergroten van duurzame grondstoffen en materialen (zie p.13).
- Educatie als onderdeel opnemen bij de duurzame artikelen van speelgoed en kindermode. Een voorbeeld hiervan is het ontwikkelen van speelgoed en kindermode, waaraan een informatieve boodschap is gekoppeld, zoals het thema "vergeten dieren". In dit thema leert een kind verschillende leuke feitjes over dieren die wellicht niet voor de hand liggen.

milieu

We kijken voortdurend hoe we het vervoer van ons distributiecentrum naar de winkels kunnen optimaliseren. We hebben in 2018 meer winkels geopend, maar minder kilometers gereden door een efficiëntere logistieke planning. Dit levert naast een kostenreductie ook een brandstofbesparing van 3,4% op. Daarnaast meten we vier verschillende emissies van het transport. Eén van de meest schadelijke emissies is stikstofdioxide. Door gefaseerd onze voertuigen te vervangen voor milieuvriendelijke alternatieven, hebben we het afgelopen jaar de stikstofdioxide uitstoot met meer dan 50% gereduceerd. Ook passen onze chauffeurs het nieuwe rijden toe en laten we onze vrachtwagens regelmatig controleren, zodat ze optimaal inzetbaar zijn, zo min mogelijk uitstoot van schadelijke stoffen veroorzaken en zuinig zijn in brandstofgebruik.

	verbetering t.o.v. 2017
brandstofbesparing	3,4%
emissiereductie t.o.v. 2017	
stikstofdioxide (NOX)	53%
fijnstof (PM)	28%
koolstofdioxide (CO2)	8,5%
koolwaterstof (HC)	39%



onze rol in de samenleving

voedselverspilling

HEMA werkt aan het tegengaan van voedselverspilling. We hebben de ambitie om in 2020, 15% minder voedsel te verspillen ten opzichte van 2017. In 2018 zijn we begonnen met het creëren van meer inzicht voor onze filiaalmanagers. Met dit inzicht kan er beter gestuurd worden op de vraag van onze klanten. Daarnaast zien we dat de behoeften van onze klanten in de verschillende regio's van Nederland anders zijn. Door de winkels meer ruimte voor ondernemerschap te geven, zullen ze beter kunnen inspelen op de lokale behoeften van onze klanten en een bijdrage leveren aan minder verspilling.

voedselverspilling

versproducten

doelstelling 2022

15% reductie in verkoopwaarde
t.o.v. 2017

Voor 2018 wilden we de samenwerking met de Voedselbank in Amsterdam voortzetten en twee regio's selecteren voor een verdere uitbreiding. De regio's waarin we willen uitbreiden bevinden zich in Utrecht en Overijssel.

Een nieuwe ontwikkeling is de samenwerking met de applicatie Too Good To Go. In oktober 2018 startten we een proef met vijf HEMA-winkels in Amsterdam om voedselverspilling tegen te gaan via dit platform. Het concept is om producten die nog maar kort houdbaar zijn aan te bieden in in een "magic box". De box, waarvan de inhoud elke keer anders kan zijn, wordt tegen een gereduceerd tarief aangeboden en kan dagelijks besteld en opgehaald worden. De eerste resultaten zijn positief; in de eerste 10 weken werd 85% van de aangeboden boxen verkocht.

In 2019 willen we onze samenwerking met beide partijen voortzetten en werken we verder aan onze doelstelling om voedselverspilling tegen te gaan.



goed werkgeverschap

HEMA maakt het dagelijks leven beter, leuker en makkelijker. Van onze klanten en van onze medewerkers. De wereld om ons heen verandert steeds sneller en de klanten worden ook kritischer. Dit vraagt om een wendbare organisatie met wendbare medewerkers. Medewerkers die flexibel inspelen op veranderingen en zelf zorg dragen voor hun duurzame inzetbaarheid, door dit door te voeren in hun eigen werk of bijvoorbeeld door het steunen van HEMA Foundation.

Wij wijzen onze medewerkers op het belang hiervan en bieden ze diverse faciliteiten om ermee aan de slag te gaan. In dit kader hebben we in 2018 duurzame inzetbaarheid binnen HEMA op de kaart gezet. Met aandacht voor coaching en training, betrokkenheid van medewerkers, talentontwikkeling en de gezondheid van medewerkers. In 2019 gaan we dit, samen met de Ondernemingsraad, verder uitrollen naar een nog grotere groep medewerkers.

coaching en training

Voor een deel van de HEMA-medewerkers (450) hebben we TipTrack uitgerold. Via deze online tool krijgen deze medewerkers inzicht in hun duurzame inzetbaarheid. Zij ontvangen desgevraagd tips en kunnen cursussen of coaching inzetten op het vlak van werk, ontwikkeling, financiën en gezondheid. Eind 2018 gebruikte 27% van deze groep medewerkers TipTrack actief. Voor 2019 ligt onze doelstelling op 50%. Hiertoe gaan we op diverse manieren het bewustzijn over duurzame inzetbaarheid vergroten en TipTrack meer bekendheid geven.

Jezelf kunnen ontwikkelen is essentieel voor duurzaam inzetbaar personeel. HEMA heeft geïnvesteerd in diverse initiatieven op dit vlak. Er zijn ongeveer 250 medewerkers op het Support Office gecoacht en begeleid op het vlak van procesverbeteringen, samenwerken en persoonlijk leiderschap. 255 leidinggevenden op het Support Office, in de winkels, bakkerijen en distributiecentrum, volgden een training in het voeren van goede beoordelingsgesprekken.

Voor HEMA-winkels in alle landen is er een onboarding paspoort ontwikkeld, dat moet zorgen voor een snelle, gemakkelijke en duurzame instroom van collega's. Verder volgden 145 nieuwe collega's op het support office een inspirerende introductiedag.

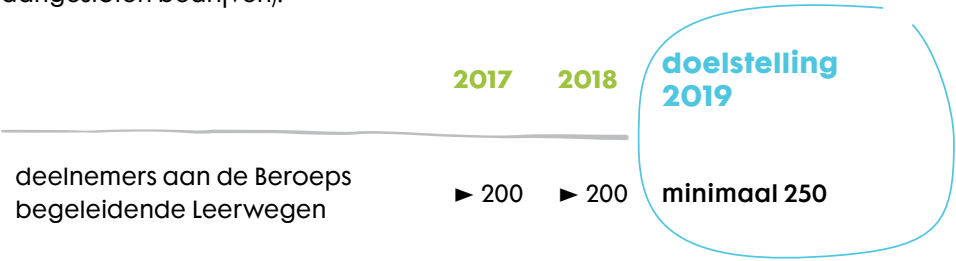


betrokken medewerkers

Ook gaven we veel aandacht aan medewerkersbetrokkenheid in 2018. Met een intern onderzoek toonden we aan dat HEMA-winkels met sterk betrokken medewerkers, ook minder personeelsverloop en minder verzuim hebben. We hebben dit met alle filiaalmanagers besproken en zij maakten actieplannen om de betrokkenheid verder te verhogen. Dit zou de komende jaren moeten leiden tot een daling van het verloop. In 2018 is die daling nog niet zichtbaar, het verloop is wel stabiel gebleven t.o.v. 2017. Voor 2019 is het doel het totale verloop in de winkels te verlagen met 10%.

talentontwikkeling

Onze medewerkers in de winkels en het distributiecentrum vergroten hun kansen op de arbeidsmarkt met een MBO of HBO opleiding. HEMA biedt daartoe op meerdere niveaus Beroeps Begeleidende Leerwegen (BBL) aan. Hieraan deden in 2018 meer dan 200 medewerkers mee. Voor 2019 is de doelstelling om minimaal 250 BBL-ers een MBO opleiding te laten volgen. Naast de BBL boden we in 2018 voor het eerst ook een HBO Associate degree aan voor 17 medewerkers uit winkels (eigen vestigingen en aangesloten bedrijven).

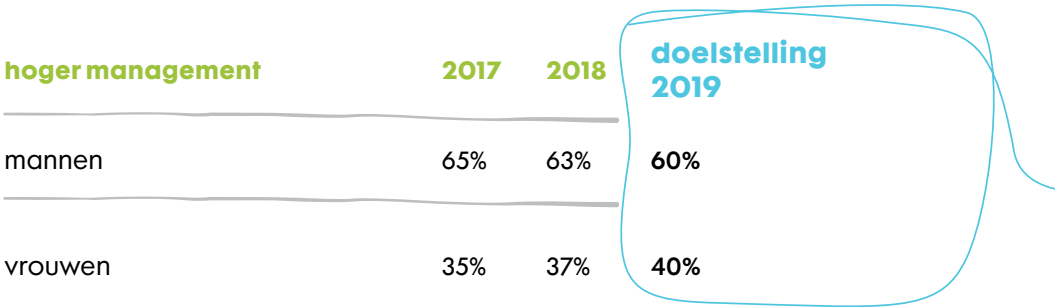


Inzicht in de talenten van individuele medewerkers, maar ook inzicht in de toptalenten binnen de organisatie was een belangrijke doelstelling voor 2018. Daartoe zijn we gaan werken met online assessments, waarmee medewerkers inzicht krijgen in hun eigen talenten. En natuurlijk selecteren we hiermee de beste mensen voor onze vacatures. Dit doen we op deze manier in alle bedrijfsonderdelen en in alle landen waar HEMA winkels heeft.

Binnen het hoger management brachten we talenten in kaart met een 360 graden feedback vragenlijst. De doelstelling voor 2019 is om te starten met een bredere uitrol van deze ontwikkeltool in de rest van de organisatie. Want inzicht in je eigen kwaliteiten zorgt voor meer ontwikkelmogelijkheden en kansen om jezelf te ontplooien. Bovendien brachten we het potentieel van managers en professionals binnen HEMA in kaart met de nine-grid methode. Met dit inzicht zijn individuele ontwikkelplannen opgesteld en kunnen we interne doorgroei beter faciliteren. Dit hebben we gedaan op het support office, in de winkels, op het distributiecentrum en in de bakkerijen. De doelstelling voor interne doorgroei naar hogere managementposities is 30%. In 2018 was dit 22%.

diversiteit

Diversiteit is een belangrijk thema voor HEMA. HEMA is er tenslotte van en voor iedereen. Binnen het hoger management zien we een lichte verbetering van de man-vrouw verhouding. De doelstelling voor 2019 is 60% man, 40% vrouw. Voor 2019 zal hiervoor beleid gemaakt worden en actief op gestuurd gaan worden. Naast gender zien we ook een toename van de diversiteit van nationaliteiten binnen het hoger management. In 2017 zagen we 7 niet-Nederlandse managers binnen het hoger management, dat zijn er 10 geworden in 2018.



gezonde medewerkers

Tot slot staat ook de gezondheid van onze medewerkers hoog in het vaandel. Ontspanning en beweging zijn hard nodig om de balans te houden voor onze hardwerkende medewerkers. Daartoe zijn we in 2018 een samenwerking met Gympass aangegaan. Hiermee kan een medewerker verschillende sporten uitoefenen voor een zeer lage prijs. 25% van de medewerkers die zich hebben aangemeld, maken er actief gebruik van.

HEMA in dienstverband *

• Nederland

294 filialen
3.728 vast contract (89% vrouw / 11% man)
4.179 tijdelijk contract (86% vrouw / 14% man)
100% CAO

• Duitsland

20 filialen
52 vast contract (87% vrouw / 13% man)
221 tijdelijk contract (89% vrouw / 11% man)
Geen CAO

• België

97 filialen
830 vast contract (92% vrouw / 8% man)
74 tijdelijk contract (85% vrouw / 15% man)
100% CAO

• Frankrijk

77 filialen
659 vast contract (64% vrouw / 36% man)
174 tijdelijk contract (64% vrouw / 36% man)
100% CAO

• Spanje

9 filialen
76 vast contract (63% vrouw / 37% man)
55 tijdelijk contract (65% vrouw / 35% man)
100% CAO

• Verenigd Koninkrijk

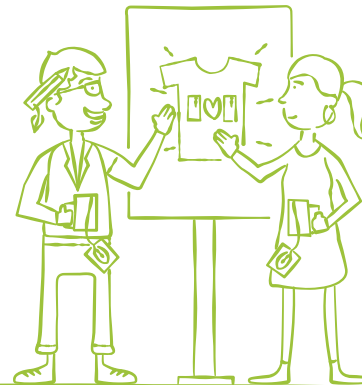
8 filialen
89 vast contract (52% vrouw / 48% man)
1 tijdelijk contract (100% vrouw)
100% CAO

• Luxemburg

4 filialen
30 vast contract (94% vrouw / 6% man)
2 tijdelijk contract (100% vrouw)
100% CAO

• Oostenrijk

2 filialen
29 vast contract (90% vrouw / 10% man)
5 tijdelijk contract (100% vrouw)
100% CAO



support office Amsterdam

443 vast contract (65% vrouw / 35% man)
229 tijdelijk contract (69% vrouw / 31% man)
93% CAO

distributiecentrum

486 vast contract (21% vrouw / 79% man)
38 tijdelijk contract (28% vrouw / 72% man)
99% CAO

bakkerijen

185 vast contract (19% vrouw / 81% man)
51 tijdelijk contract (30% vrouw / 70% man)
99% CAO

inkoopkantoren

• Dhaka

4 vast contract (50% vrouw / 50% man)
14 tijdelijk contract (7% vrouw / 93% man)

• Hong Kong

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

• Shanghai

3 vast contract (33% vrouw / 67% man)
31 tijdelijk contract (81% vrouw / 19% man)
Geen CAO

* aantallen zijn excl. franchisewinkels en een gemiddelde van het boekjaar 2018 (feb 2018 t/m jan 2019) met uitzondering van de buitenlandse (peildatum 31-12-2018).

HEMA Foundation

HEMA staat midden in de samenleving en wij zien het als onze rol om hierin een positief verschil te maken. Daarom lanceerden wij in 2018 de HEMA Foundation. De HEMA Foundation zet zich in voor een inclusieve samenleving, waarin iedereen mee kan doen aan het dagelijks leven. Concreet betekent dit dat de foundation iedere drie tot 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.



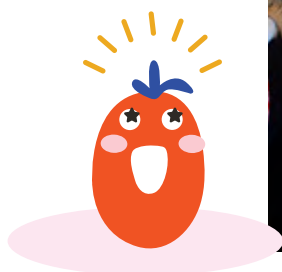
geen 4-jarige op taalachterstand

Jaarlijks worden er in Nederland 170.000 kinderen geboren. Bijna 25% van deze kinderen start aan de basisschool met een taalachterstand. Laaggeletterdheid wordt vaak van generatie op generatie doorgegeven. Opgroeien in een taalarm gezin waar weinig wordt gesproken en (voor)gelezen, vergroot de kans op laaggeletterdheid aanzienlijk. HEMA Foundation zet zich ervoor in dat geen enkele 4-jarige een taalachterstand heeft:

- HEMA Foundation ondersteunt initiatieven die cruciale spelers verbinden, innovatie brengen of vernieuwende concepten ontwikkelen. En de foundation ondersteunt (taal)organisaties door HEMA-klanten op te roepen om vrijwilliger te worden. In 2018 zijn bijvoorbeeld circa 350 extra vrijwilligers geworven voor de VoorleesExpress via HEMA Foundation.
- Daarnaast zet HEMA Foundation bewustwordingscampagnes en -activiteiten op (zoals voorleesmiddagen) om het belang van taalontwikkeling bij jonge kinderen onder de aandacht te brengen bij ouders en professionals.
- Ook organiseert HEMA Foundation jaarlijks een Accelerator Programma: een training- en opleidingsprogramma voor jonge designers die een positieve impact op de wereld willen maken. Tijdens het traject leren de deelnemers hun ontwerpvaardigheden in te zetten voor innovatieve producten, services of concepten die bijdragen aan taalvaardigheid onder kinderen tussen 0-4 jaar. Ook worden de designers gecoacht in hoe zij van een goed idee tot een impactvol concept komen. En de deelnemers leren ondernemersvaardigheden die ze kunnen combineren met hun creativiteit. De beste concepten krijgen aan het einde van de Accelerator (financiële) ondersteuning om hun ideeën te realiseren.

Ten slotte dragen HEMA-medewerkers in heel Nederland bij aan de ambitie van de HEMA Foundation, door zich in te zetten als vrijwilliger (voorlezer of taalmaatje) en/of door geld te doneren.

Meer informatie over de HEMA Foundation vind je op www.hema-foundation.org



over dit verslag

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

volg HEMA op:

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 voldoet aan GRI Standards niveau core. Het heeft betrekking op de periode 1 januari 2018 tot en met 31 december 2018. In deze periode nam Ramphastos Investments de HEMA B.V in zijn geheel over. Dit ging niet gepaard met significante acquisities en desinvesteringen. 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 23 mei 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.