



für alle

Nachhaltigkeitsbericht 2017

HEMA

Inhaltsverzeichnis

1. Wir gewinnen gemeinsam!
2. Geschäftsergebnisse 2017
3. HEMA kurz zusammengefasst
4. Echt HEMA
5. Ein nachhaltiges Unternehmen
6. Im Dialog mit der Welt um uns herum
7. Materialitätsmatrix
8. Woraus unsere Produkte hergestellt werden
9. Wie unsere Produkte hergestellt werden
10. Unsere Rolle in der Gesellschaft
11. Begriffsverzeichnis

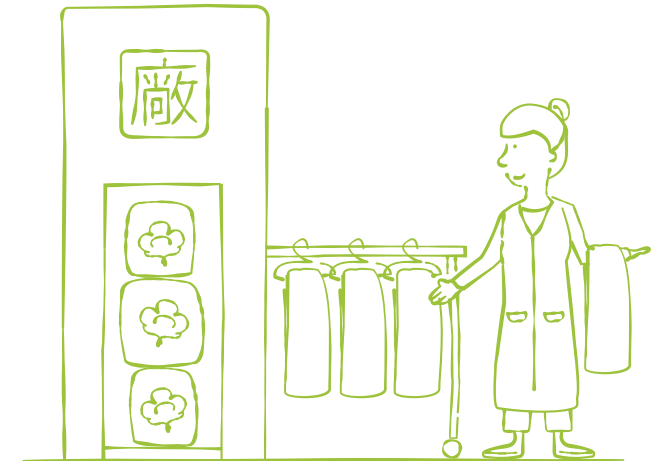


Woraus unsere Produkte hergestellt werden

- Rohstoffe und Materialien
- Verpackungen

Wie unsere Produkte hergestellt werden

- Kettentransparenz und Arbeitsbedingungen bei Herstellern
- Nachhaltiges Design
- Umwelt



Unsere Rolle in der Gesellschaft

- Lebensmittelverschwendung
- Gute Arbeitgeberschaft
- HEMA Foundation



Wir gewinnen gemeinsam!

3 „Wir setzen uns leidenschaftlich dafür ein, den Alltag unserer Kunden und Mitarbeiter schöner und einfacher zu gestalten. Erst wenn wir das geschafft haben, können wir wachsen. Und das hat 2017 geklappt. Das Resultat: attraktivere Filialen in den Beneluxländern und noch mehr neue Filialen außerhalb der Niederlande. 2018 werden wir unsere Aktivitäten auf weitere Länder und sogar einen neuen Kontinent ausweiten. Auch dort werden wir den Alltag schöner und einfacher gestalten. Im digitalen Bereich haben wir mit der Lancierung unseres Loyalitätsprogrammes und der neuen Website unseren Omnichannel-Ansatz gestärkt. So arbeiten wir gemeinsam an einem schöneren und stärkeren HEMA, das auf die Zukunft vorbereitet ist.“

Unser Ausgangspunkt ist es, Produkte anzubieten, die gut, schön und nicht teuer sind. Gut bedeutet für HEMA nicht nur qualitativ gut, sondern auch nachhaltig. Also Produkte, die unter guten Arbeitsbedingungen und aus nachhaltigeren Rohstoffen hergestellt wurden und die Auswirkungen auf die Umwelt auf ein Minimum beschränken. Eine bessere Welt für unsere Kinder hinterlassen - dafür setzen wir uns ein.

Auf diesem Gebiet haben wir im vergangenen Jahr viel erreicht, indem wir 349 eigene Audits in den Fabriken

durchgeführt haben, in denen wir produzieren. Außerdem setzen wir uns über verschiedene Interessenvereinigungen für die Einhaltung guter Arbeitsbedingungen ein. Wir stellen fest, dass Kunden sich immer mehr für die Herkunft von Produkten interessieren und daher wollen wir sie in den kommenden Jahren deutlicher darüber informieren. Das ist eine Herausforderung, an der wir im Hintergrund hart arbeiten.

Wir stellen gute Produkte her, indem wir uns bezüglich der Rohstoffe konkrete Ziele setzen, so wie das ehrgeizige Ziel, ab 2020 100% nachhaltige Baumwolle und ab 2022 100% FSC-Holz einzukaufen. Im Jahr 2017 wurden bereits 80% unserer Baumwollprodukte nachhaltiger eingekauft. Darüber hinaus haben wir das Beter Leven-Gütesiegel auf diversen Fleisch- und Wurstwaren, Restaurant- und Take-away-Produkten eingeführt. Unser Ziel ist es, den Anteil nachhaltig eingekaufter Fleisch- und Wurstwaren sowie Milchprodukte, die man an den Gütesiegeln Beter Leven und Weidemelk erkennt, immer weiter zu steigern. Das sind Zielsetzungen, die täglich Gegenstand unserer Arbeit sind, um unseren Kunden noch bessere Produkte anzubieten.

Diesbezüglich wird die Zusammenarbeit mit anderen Parteien immer wichtiger, um so für unsere Kunden und unsere Welt den Unterschied zu machen. Gemeinsam mit Partnern sorgen wir dafür, dass wir nachhaltige Veränderung und Werte schaffen. Wie wir das realisieren, erfahren Sie in diesem Bericht.

Uns ist es wichtig, gut zu sein für die Gesellschaft, mit der wir als Unternehmen so verwoben sind. Das bedeutet, dass wir für die mehr als 19.000 Mitarbeiter von HEMA ein guter Arbeitgeber sein wollen und, dass wir zu der Gesellschaft, in der wir agieren, positiv beitragen wollen. Wir sind fest davon überzeugt, dass ein Unternehmen wie HEMA eine größere Verantwortung hat, als der wirtschaftliche Beitrag, den es liefert.



2018 erfolgt ein wichtiger Schritt mit der Gründung der HEMA Foundation, einer Stiftung, die von HEMA unterstützt wird und die Förderung einer integrativen Gesellschaft zum Ziel hat. Unseres Erachtens ist es wichtig, dass jeder am Alltagsleben teilnehmen kann. Darauf bin ich sehr stolz und hiermit gehen wir ein langfristiges Commitment ein, einen wertvollen und dauerhaften Beitrag zur Welt um uns herum zu liefern.

2018 wird ein vielversprechendes Jahr. Ich freue mich darauf und wünsche Ihnen viel Vergnügen mit diesem Bericht über 2017. Als lernendes Unternehmen freuen wir uns über Ihr Feedback zu diesem Bericht. Wir wären Ihnen sehr dankbar, wenn Sie dieses per E-Mail an sustainability@hema.nl senden.

Tjeerd Jegen, CEO HEMA

349

HEMA-Audits an Produktionsstandorten



700.000

Tassen Kaffee mittels einer Sparaktion über unser Loyalitätsprogramm MehrHema



soziale Kennzahlen

91.000

Mitarbeiter profitieren dank Umsetzung von Verbesserungsplänen aufgrund von Audits



Geschäftsergebnisse 2017



3.000

Baumwollbauern ausgebildet durch die Better Cotton Initiative mit Unterstützung von HEMA

betriebliche Umweltkennzahlen



betriebswirtschaftliche Kennzahlen

21

neue Filialen außerhalb der Niederlande eröffnet

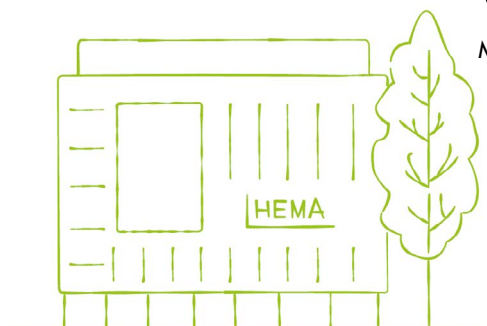
€1.234,5

Millionen Nettoumsatz



€236,8

Millionen Eigenmittel



11%

Verwendung von Plastiktüten ist um 11% zurückgegangen im Vergleich zum Jahr 2016 (91% weniger verglichen mit 2015)

HEMA kurz zusammengefasst

Ein neues Warenhaus für „einfache Leute“. Genau das ist es, was die Gründer Leo Meyer und Arthur Isaac vor Augen hatten, als sie am 4. November 1926 die erste Niederlassung der Hollandsche Eenheidsrijzen Maatschappij Amsterdam, kurz HEMA, an der Kalverstraat in Amsterdam eröffneten. Die Artikel - die von Anfang an als typisch niederländisch und zuverlässig angesehen wurden - kosteten allesamt nur 10, 25 oder 50 Guldencent.

Inzwischen ist HEMA zu einer internationalen Ladenkette mit 752 Filialen herangewachsen (545 Filialen in den Niederlanden und 205 Filialen außerhalb der Niederlande), davon sind 266 Franchise-Filialen. Für 2018 haben wir es uns zum Ziel gesetzt, Filialen in Österreich und Dubai zu eröffnen. Insgesamt beschäftigt HEMA 19.000 Mitarbeiter, und pro Woche kaufen durchschnittlich 6 Millionen Menschen in einer unserer Filialen oder über unseren Online-Shop bei uns ein. Dort bieten wir unseren Kunden eine umfassende Auswahl aus ca. 32.000 eigenen Produkten und Dienstleistungen an. Seit 2007 ist HEMA B.V. Teil von Lion Capital.

HEMA befasst sich vor allem mit der Erweiterung des Sortiments nachhaltiger Produkte. So machen wir nachhaltige Produkte zu einem guten Preis für jeden zugänglich. Das ist „echt HEMA“. Wir wollen, dass unsere Kunden unsere nachhaltigen Artikel erkennen und verstehen, warum der Artikel nachhaltig ist, damit sie bewusste Entscheidungen treffen können. Daher achten wir bei unserer Kommunikation besonders auf die Geschichte hinter unseren Produkten.



Im Jahr 2017 haben wir einen Nettoumsatz in Höhe von € 1.234,5 Millionen erzielt.

Dieser Umsatz verteilt sich auf die wichtigsten:

39% Hartwaren

34% Bekleidung und Unterwäsche

24% Essen und Trinken

3% Dienstleistungen

HEMA als Arbeitgeber

• Niederlande

279 Filialen (eigene Läden)
3.754 Festvertrag (90% Frauen / 10% Männer)
4.346 befristeter Vertrag (85% Frauen / 15% Männer)
100% Tarifvertrag

• Deutschland

14 Filialen
51 Festvertrag (88% Frauen / 12% Männer)
162 befristeter Vertrag (84% Frauen / 16% Männer)
kein Tarifvertrag

• Belgien

97 Filialen
834 Festvertrag (91% Frauen / 9% Männer)
62 befristeter Vertrag (94% Frauen / 6% Männer)
100% Tarifvertrag

• Frankreich

73 Filialen
418 Festvertrag (65% Frauen / 35% Männer)
175 befristeter Vertrag (67% Frauen / 33% Männer)
100% Tarifvertrag

• Spanien

9 Filialen
61 Festvertrag (64% Frauen / 36% Männer)
47 befristeter Vertrag (64% Frauen / 36% Männer)
100% Tarifvertrag

• England

8 Filialen
73 Festvertrag (56% Frauen / 44% Männer)
2 befristeter Vertrag (50% Frauen / 50% Männer)
kein Tarifvertrag

• Luxemburg

4 Filialen
25 Festvertrag (96% Frauen / 4% Männer)
0 befristeter Vertrag (0% Frauen / 0% Männer)
100% Tarifvertrag

Support Office Amsterdam

450 Festvertrag (64% Frauen / 36% Männer)
218 befristeter Vertrag (68% Frauen / 32% Männer)
92% Tarifvertrag

Vertriebszentrum

472 Festvertrag (20% Frauen / 80% Männer)
33 befristeter Vertrag (30% Frauen / 70% Männer)
99% Tarifvertrag

Bäckereien

187 Festvertrag (18% Frauen / 82% Männer)
30 befristeter Vertrag (23% Frauen / 77% Männer)
99% Tarifvertrag

Einkaufsbüros

• Dhaka

14 Festvertrag (14% Frauen / 86% Männer)
2 befristeter Vertrag (0% Frauen / 100% Männer)

• Hong Kong

0 Festvertrag (0% Frauen / 0% Männer)
10 befristeter Vertrag (70% Frauen / 30% Männer)

• Shanghai

4 Festvertrag (50% Frauen / 50% Männer)
31 befristeter Vertrag (77% Frauen / 23% Männer)
kein Tarifvertrag



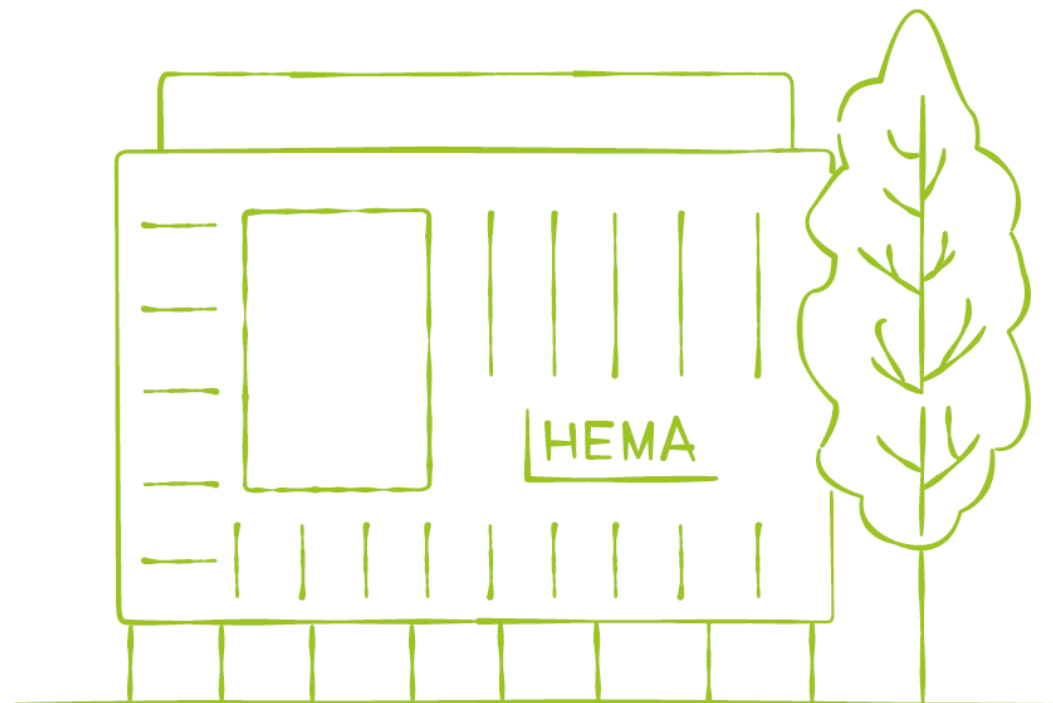
* Das sind unsere eigenen Mitarbeiter, ohne unsere Franchise-Filialen in den Niederlanden.

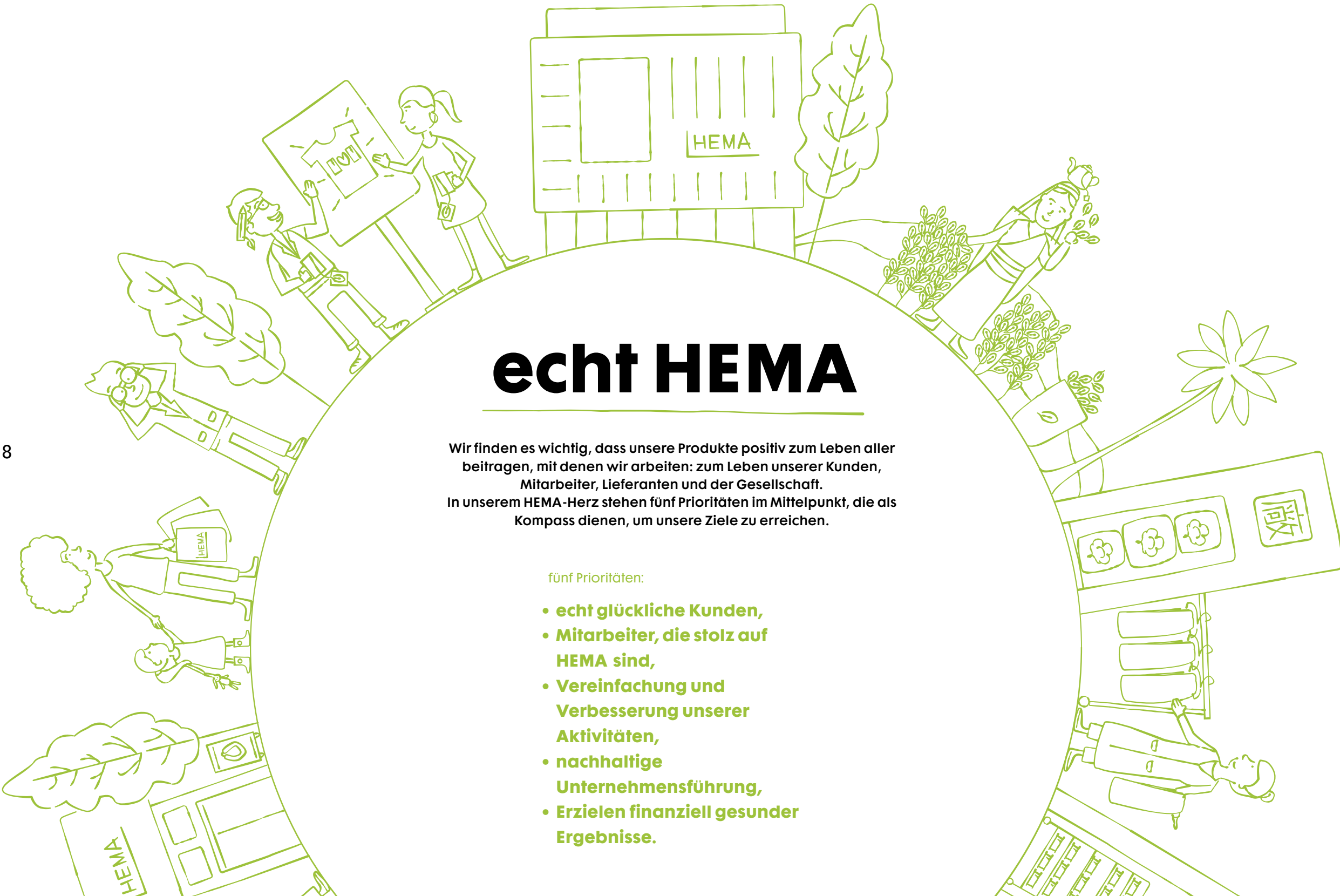
* Das ist die Gesamtanzahl der Mitarbeiter (keine FTE). Zahlen sind Durchschnittswerte des Geschäftsjahres 2017 (Feb 2017 bis einschließlich Jan 2018) mit Ausnahme von Ländern außerhalb der Niederlande (Referenzdatum 31-12-2017).

Verteilung nach Alter und Geschlecht der niederländischen

	Mann	Frau	unter 30 Jahre	30-50 Jahre	Über 50 Jahre
Management	63%	37%	0%	66%	34%
Mitarbeiter	19%	81%	57%	22%	21%

* Verteilung nach Alter und Geschlecht der niederländischen Mitarbeiter unserer eigenen Läden, des Support Office, des Vertriebszentrums und der Bäckereien.





echt HEMA

Wir finden es wichtig, dass unsere Produkte positiv zum Leben aller beitragen, mit denen wir arbeiten: zum Leben unserer Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten und der Gesellschaft. In unserem HEMA-Herz stehen fünf Prioritäten im Mittelpunkt, die als Kompass dienen, um unsere Ziele zu erreichen.

fünf Prioritäten:

- **echt glückliche Kunden,**
- **Mitarbeiter, die stolz auf HEMA sind,**
- **Vereinfachung und Verbesserung unserer Aktivitäten,**
- **nachhaltige Unternehmensführung,**
- **Erzielen finanziell gesunder Ergebnisse.**

ein nachhaltiges Unternehmen

HEMA gestaltet den Alltag schöner und einfacher, und bringt Nachhaltigkeit in Reichweite. Wir sind der Meinung, dass Nachhaltigkeit für jeden bezahlbar sein sollte und beweisen, dass es möglich ist. Denn HEMA ist für jeden da.

Unser Kurs

Das Nachhaltigkeitsteam gibt die Vorgehensweise vor und legt jährlich Ziele fest. Dies erfolgt in Zusammenarbeit mit den verschiedenen Abteilungen von HEMA. Gemeinsam werden strenge, aber realistische Ziele formuliert. Anschließend erstellen wir einen gemeinsamen Aktionsplan, der von der jeweiligen Abteilung ausgeführt wird. Das Nachhaltigkeitsteam überwacht den Prozess und die Fortschritte. Eine enge und kontinuierliche Zusammenarbeit mit allen Abteilungen ist hierbei unerlässlich. Der CEO, der Sponsor von Nachhaltigkeit, dem die Abteilung Bericht erstattet, wird alle drei Wochen über die Fortschritte informiert. Auf diese Weise ist Nachhaltigkeit im Managementansatz von HEMA fest verankert.

2017 haben wir uns auf die Aufwertung der Implementierung und Wahrung von Nachhaltigkeit bei HEMA konzentriert. Nachhaltigkeit ist nun aufgenommen in unser sogenanntes „Way of Working“, wobei es standardmäßig zu unseren Prozessen gehört. Bei Sortimentsentwicklungen prüfen wir beispielsweise vor jeder Saison, wie wir unsere Produkte noch nachhaltiger machen können.

Stakeholder

Am zunehmenden Interesse unserer Kollegen merken wir, dass Nachhaltigkeit bei der täglichen Arbeit immer mehr in den Fokus rückt. Neben unseren Kollegen sind unsere Kunden wichtige Stakeholder und Quelle von Informationen. Sie stellen uns täglich Fragen über unsere Produkte und Prozesse, was uns wertvolles Feedback und Input bringt.

Aus diesem Grund ist Nachhaltigkeit auch ein Teil der verschiedenen Kundenpanels und Umfragen, die wir durchführen, um uns eine Übersicht über die Erwartungen und Meinungen unserer Kunden zu verschaffen. Natürlich ist das Gespräch von Angesicht zu Angesicht weiterhin sehr wichtig. Wir sind stolz auf die erste Stakeholder-Versammlung, die wir 2017 organisiert haben. Hier haben wir unsere Strategie besprochen und unseren Stakeholdern verschiedene Herausforderungen von HEMA vorgelegt. Hierbei geht es beispielsweise darum, wie wir Nachhaltigkeit mit Produkten verbinden können, die für einmalige Verwendung bestimmt sind und, wie wir Verbraucher zu nachhaltigem Verhalten und nachhaltigen Entscheidungen ansprechen können.

Wir legen die Latte höher

Zur Realisierung der Nachhaltigkeit unseres Sortiments werden zunächst unsere am häufigsten verwendeten Materialien auf ein höheres Niveau gebracht. So ist unser Streben, innerhalb absehbarer Zeit keine konventionellen Formen von Baumwolle, Holz oder Papier mehr zu verkaufen. Außerdem gibt es bestimmte Sortimentsgruppen oder Produkte, die wir auf das höchste erreichbare Niveau im Sektor heben wollen. Beispielsweise, indem wir die höchstmögliche Zertifizierung anstreben oder durch nachhaltiges Design und Innovation. Beispiele hierfür sind das Oberbett mit einer Füllung aus recycelten PET-Flaschen und ein Bezug aus 100% biologischer Baumwolle.

Soziale Verantwortung

HEMA steht mitten in der Gesellschaft und setzt sich für bessere Arbeitsbedingungen für die eigenen Mitarbeiter und die Mitarbeiter der Produktionsstandorte ein.

Wir sehen, welchen Einfluss wir als Marke mit einem hohen Bekanntheitsgrad haben und erleben täglich das Engagement von Mitarbeitern, Kunden und Partnern. Darüber hinaus haben wir 2017 mit der Gründung der HEMA Foundation begonnen. Die HEMA Foundation wird sich für eine integrative Gesellschaft einsetzen, in der jeder aktiv am Alltagsleben teilhaben kann. Alle drei Jahre gibt die Foundation Anreize zu einem Thema, das hierzu beiträgt. Bis 2022 heißt dieses Thema Sprachfertigkeit, denn gut lesen und schreiben können hat einen starken positiven Einfluss auf den Alltag. Außerdem fördert die HEMA Foundation „Inclusive Design“. Hierbei geht es um die Entwicklung von Produkten, Dienstleistungen und Systemen, die Menschen die Hürden nehmen, sodass jeder aktiv an unserer Gesellschaft teilhaben kann. 2018 startet die Foundation mit ihren ersten Aktivitäten.



„Die Realisierung von Nachhaltigkeit ist ein Kulturwandel. Es ist nichts, was hinzukommt, sondern eine neue Arbeitsweise. Es erfordert Durchhaltevermögen und eine ordentliche Portion Ehrgeiz, um diesen kontinuierlichen Prozess zum Erfolg zu führen. HEMA hat in den vergangenen Jahren sagenhafte Fortschritte erzielt. Die zunehmende Proaktivität und die zahlreichen Fragen von Kollegen zeigen uns, dass im Unternehmen Leben herrscht. Sowohl auf professioneller als auch auf persönlicher Ebene will jeder einen Beitrag zur Realisierung der Nachhaltigkeit unseres Unternehmens und unserer Produkte leisten.“

Eva Ronhaar
Head of Sustainability

im Dialog mit der Welt um uns herum

HEMA steht mit verschiedenen Stakeholdern im Dialog und ist an diversen Initiativen beteiligt. Unsere Stakeholder sind Organisationen, die unser Handeln beeinflussen und die wir mit unseren Aktivitäten beeinflussen. Gemeinsam versuchen wir, in der Gesellschaft, in der wir agieren, Werte zu schaffen. Mehrmals im Jahr führen wir Gespräche mit unseren Stakeholdern über die verschiedenen Themen, die sowohl für sie als auch für uns von Bedeutung sind.

Gesellschaftliche Organisationen

Wir setzen uns für gesellschaftliche Organisationen ein. Seit 2006 arbeiten wir mit der KWF Kankerbestrijding (Stiftung zur Krebsbekämpfung) zusammen. Im Jahr 2017 haben wir gemeinsam mit unseren Kunden, die alte Druckerpatronen eingesammelt haben, mehr als € 12.000,- an die KWF gespendet. Wir haben das 25-jährige Jubiläum von Jip und Janneke bei HEMA mit der Lancierung einer speziellen Kollektion gefeiert, mit der auch die Projekte der Fiep Westendorp Foundation unterstützt wurden. Unserem Kinderrat der Grundschule IKC NoordRijk haben wir die Frage gestellt: „Wie kann HEMA der Gesellschaft helfen?“ Die Kinder haben ihre Meinungen mit unserer Geschäftsführung ausgetauscht. Hierzu gehörte die Empfehlung, mehr gegen Lebensmittelverschwendung zu unternehmen. Auf diese Empfehlung werden wir 2018 unsere Aufmerksamkeit richten.

Außerdem unterstützen wir die LINDA Foundation durch das Sponsoring von HEMA-Produkten. Für den COC, einer der größten niederländischen Interessenverbände von Homosexuellen, Bisexuellen und Transgender, haben wir T-Shirts für die Amsterdam

Gay Pride entwickelt. Den Ertrag dieser T-Shirts haben wir dem COC gespendet. Dieses Geld wurde letztendlich dazu eingesetzt, das Bewusstsein an weiterführenden Schulen zu fördern.

Branchenverbände und Multi-Stakeholder-Initiativen

Wir sind Mitglied von nationalen Branchenverbänden wie dem Raad Nederlandse Detailhandel (RND), der Vereniging van Grootwinkelbedrijven in Textiel und Modint. Darüber hinaus sind wir bei nationalen und internationalen Multi-Stakeholder-Initiativen angeschlossen, wie der niederländischen IMVO-Vereinbarung über nachhaltige Kleidung und Textilien, BSCI, Bangladesh Accord und Pakistan Buyers Forum. Durch die Mitgliedschaft in diesen Initiativen können wir gemeinsam positive Veränderungen im Sektor herbeiführen und werden wir über aktuelle Entwicklungen stets informiert.

Stakeholder-Versammlung

Im vergangenen Jahr haben wir zum ersten Mal eine Stakeholder-Versammlung organisiert. Hierbei haben wir mit NGOs, Behörden, Lieferanten, Vertretern von Gütesiegeln und anderen Einzelhändlern über drei

Themen diskutiert, die für uns und unsere Stakeholder wichtig sind. Bei den Themen handelte es sich um nachhaltige Materialien, Kettentransparenz und unseren gesellschaftlichen Beitrag. Zu jedem Thema haben wir unseren Partnern mehrere Dilemmas vorgelegt. Die Beiträge aller Anwesenden stellen für unsere Unternehmenspolitik wertvollen Input dar. Daraus hat sich unter anderem ergeben, dass wir gemeinsam mit dem Niederländischen Institut für nachhaltige Verpackungen an einer nachhaltigeren Verpackungspolitik arbeiten werden.



Unsere Kunden

Die Meinung unserer Kunden ist uns sehr wichtig. Kunden können per E-Mail an sustainability@hema.nl Fragen stellen oder Anregungen äußern. Die Themen reichen von Materialien, die wir verwenden, bis hin zu den Arbeitsbedingungen bei der Produktherstellung. Kunden erhalten immer Antwort auf ihre Fragen und wertvolle Anregungen geben wir an die zuständigen Abteilungen weiter. Darüber hinaus führen wir jede Woche Kundenumfragen durch. In diesen Umfragen legen wir 200 Kunden die Frage vor, ob sie HEMA für ein nachhaltiges und sozial engagiertes Unternehmen halten und, ob nachhaltige Produkte in unserem Online-Shop und in den Filialen leicht zu finden sind. Hiermit prüfen wir, ob wir unseren Kunden zufolge auf dem richtigen Weg sind.

Standards und Zertifizierung

Die verschiedenen Gütesiegel bieten unseren Produkten Sozial- und Umweltstandards. Zur Zertifizierung unserer Rohstoffe arbeiten wir mit den folgenden Organisationen zusammen:

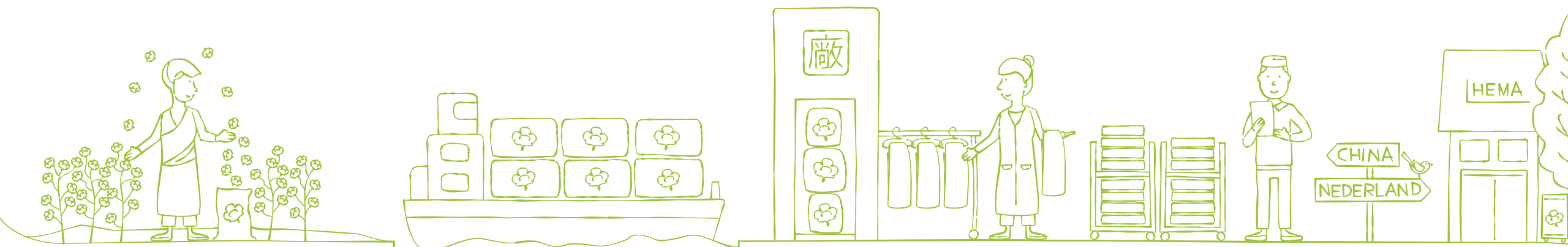
- **Better Cotton Initiative (BCI)**
- **Forest Stewardship Council (FSC)**
- **UTZ Certified**
- **Rainforest Alliance**
- **Fairtrade**
- **Marine Stewardship Council (MSC)**
- **Aquaculture Stewardship Council (ASC)**
- **EU-Biosiegel**
- **EU-Ecolabel**
- **Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)**
- **Beter Leven-Gütesiegel (Besseres Leben)**
- **Stiftung Weidegang (Wiesenmilch)**

Internationale Richtlinien

Wir nutzen die Richtlinien von mehreren internationalen Organisationen. Die Richtlinien von ILO-Übereinkommen, die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, das Übereinkommen über die Rechte des Kindes und das Übereinkommen zur Beseitigung jeder Form von Diskriminierung der Frau wurden in unseren Verhaltenskodex aufgenommen. Bezüglich unserer Nachhaltigkeitsberichte halten wir uns an die Prinzipien und Standards der Global Reporting Initiative.

Beyond Green symposium

2017 haben wir zum ersten Mal gemeinsam mit dem Amsterdam Fashion Institute (AMFI) und Circle Economy das „Beyond Green“-Symposium organisiert. Hier trafen sich mehrere Hundert Studenten und Spezialisten von nachhaltigen Unternehmen, um sich inspirieren zu lassen und über Lösungen für eine zirkuläre Modeindustrie nachzudenken ([mehr über Beyond Green](#)).



Materialitätsmatrix

2015 haben wir eine erste Materialitätsanalyse durchgeführt, die wir 2017 aktualisiert haben. Anhand einer Umfrage haben wir externe Stakeholder, Kunden und Mitarbeiter von HEMA gefragt, welche Nachhaltigkeitsthemen ihrer Meinung nach für HEMA wichtig sind. Im Vergleich zum Jahr 2015 ergab sich daraus eine Umstellung auf neue materielle Themen. Diese neuen materiellen Themen sind Lebensmittelverschwendung, nachhaltiges Design und Umwelt. Das sind die Themen, wofür das Interesse seitens der Gesellschaft in den vergangenen Jahren immer mehr gewachsen ist. In diesem Bericht informieren wir Sie gern näher über unsere Bemühungen bezüglich dieser und anderer wichtiger Themen, für die wir uns einsetzen.

Rohstoffe und Materialien

Wir streben danach, die Nachhaltigkeit der Rohstoffe, die wir für unsere Produkte verwenden, zu optimieren. 2017 haben wir unsere nachhaltige Rohstoffpolitik und die dazugehörigen Ziele erweitert.

Verpackungen

Für den Transport und Schutz unserer Produkte verwenden wir verschiedene Arten von Verpackungsmaterial. Im Jahr 2018 ist es unser Ziel, den Aspekt der Nachhaltigkeit noch mehr in die Verpackungspolitik zu integrieren.

Umwelt

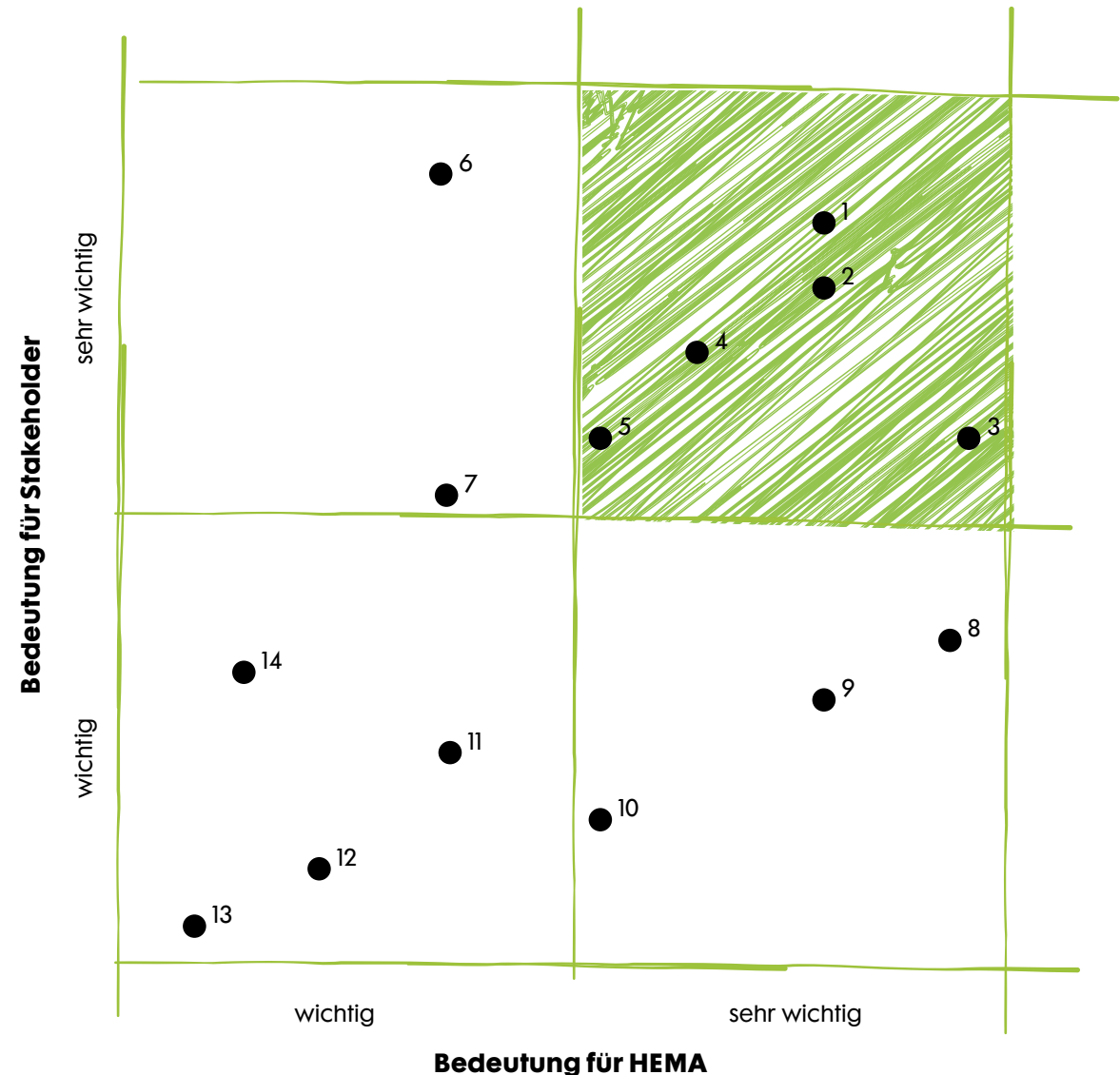
Für unsere Aktivitäten verbrauchen wir Energie und stoßen damit CO2 aus. Durch den Einsatz von LED-Beleuchtung und eine nachhaltigere Mobilitäts- und Transportpolitik versuchen wir, diesen Ausstoß zu reduzieren.

Nachhaltiges Design

HEMA-Produkte sind für das deutlich erkennbare HEMA-Design und ein gutes Preis-/Leistungs-Verhältnis bekannt. Design und Nachhaltigkeit müssen sich gegenseitig verstärken. Indem wir schon beim Design auf Nachhaltigkeit achten, verringern wir die negativen Auswirkungen der Produktion und denken darüber nach, wie Produkte und Dienstleistungen zu nachhaltigerem Verhalten anregen können.

Lebensmittelverschwendung

Wir verkaufen haltbare und frische Produkte. Es kann vorkommen, dass Produkte das Haltbarkeitsdatum überschreiten. Sollten diese Produkte sich noch zum Konsum eignen, ist es wichtig, dass wir Partner mit Initiativen suchen, die Lebensmittelverschwendung bekämpfen. Daher sind wir 2017 eine Zusammenarbeit mit der Lebensmittelbank der Niederlande eingegangen.



1. Umwelt
2. Lebensmittelverschwendung
3. Verpackungen
4. nachhaltiges Design
5. Rohstoffe und Materialien
6. Arbeitsbedingungen bei Produzenten
7. Abfall und Recycling
8. gute Arbeitgeberschaft

9. Kettentransparenz
10. gesellschaftliches Engagement
11. gesunde Produkte
12. Kunden in die Nachhaltigkeitspolitik miteinbeziehen
13. lokale Initiativen unterstützen
14. Tierschutz

für alle

HEMA ist für alle da. Wir sind für unsere Kunden da, ebenso wie für alle Mitarbeiter, die an der Entwicklung unserer Produkte beteiligt sind. Anhand von drei Säulen schaffen wir Werte für die Menschen, mit denen wir arbeiten, und die Gesellschaft, in der wir agieren.



**woraus unsere Produkte
hergestellt werden**



**wie unsere Produkte
hergestellt werden**



**unsere Rolle in
der Gesellschaft**

Woraus unsere Produkte hergestellt werden

Rohstoffe und Materialien

Die Rohstoffe und Materialien, die wir für unsere Produkte verwenden, haben Auswirkungen auf die Welt um uns herum. Um diese Auswirkungen zu reduzieren, haben wir eine Rohstoffpolitik ausgearbeitet, in der wir uns auf häufig verwendete Rohstoffe konzentrieren. Die wichtigsten Rohstoffe in diesem Zusammenhang sind Baumwolle, Holz, Papier, Daunen, Kaffee, Kakao, Fisch und Palmöl. Darüber hinaus wollen wir zukünftig auch andere Rohstoffe nachhaltiger einkaufen. 2017 haben wir beispielsweise Tierschutz-Standards für Fleisch- und Wurstwaren und Milchprodukte in unser Food Sortiment aufgenommen.

Baumwolle

Baumwolle ist ein wichtiger Rohstoff für unsere Produkte. Unser Ziel ist es, im Jahr 2020 die gesamte Baumwolle, die wir verwenden, nachhaltiger einzukaufen. 2017 haben wir 80% unserer Baumwollprodukte nachhaltiger eingekauft. Hierzu nutzen wir mehrere Standards. Es handelt sich dabei um die Better Cotton Initiative (BCI), den Organic Content Standard (OCS) und den Global Organic Textile Standard (GOTS). Um dies zu vereinfachen, haben wir eigene deutliche Logos eingeführt, die bei der Auswahl von nachhaltigerer Baumwolle helfen.



Im letzten Jahr haben wir 4,4 Millionen Kilo Better Cotton eingekauft, womit wir rund 3.000 Bauern darin ausbilden konnten, nachhaltigere Anbaumethoden anzuwenden.

BCI misst die Fortschritte von Bauern, die an diese Initiative angeschlossen sind, in Bezug auf vergleichbare, nicht angeschlossene Bauern. Dank der Ausbildung verbrauchten Bauern in der Saison 2015-2016 in China 26% weniger Wasser für Bewässerung und in Indien 20% weniger Pestizide als vergleichbare Bauern. Auf Baumwollprodukten, die wir als Better Cotton einkaufen, steht das Responsible Cotton Logo.

Wir verwenden auch biologische Baumwolle in unserem Sortiment. Diese Produkte erkennt man am Organic Cotton Logo. Bei biologischem Landbau ist die Verwendung von chemischen Mitteln ausgeschlossen. Das ist besser für die Baumwollbauern und die Umwelt. Biologische Baumwolle findet man beispielsweise in unseren Basic-T-Shirts und Socken. Die Bodys aus Baumwolle werden ebenfalls 100% nachhaltiger eingekauft. Hiermit haben wir unsere Zielvorgaben für 2017 erreicht.

Holz und Papier

Wir wollen, dass 100% unserer Holz- und Papierprodukte im Jahr 2022 aus verantwortungsvoller Forstbewirtschaftung stammt. Dies betrifft eine breite Produktpalette, so unter anderem Notizbücher, Taschentücher und Bilderrahmen. Diesbezüglich handhaben wir die Standards des Forest Stewardship Council (FSC). Diese Standards garantieren, dass keine illegale Abholzung stattfindet und dass die Ökosysteme der Wälder, wo das Holz geschlagen wird, erhalten bleiben. Mittlerweile sind 30% unserer Holz- und Papierprodukte mit dem FSC® Siegel versehen.



Tierschutz

Die Förderung des Tierschutzes ist uns sehr wichtig. Im letzten Jahr haben wir uns zum Ziel gesetzt, zwei vertraute niederländische Gütesiegel in unser Food Sortiment aufzunehmen. Das haben wir für Fleisch- und Wurstwaren sowie Milchprodukte erreicht. Bezüglich unserer Fleisch- und Wurstwaren sind wir bei Stiftung Beter Leven angeschlossen, dem Gütesiegel zur Förderung des Tierschutzes. Mit dieser Einführung sind wir der erste Einzelhändler in den Niederlanden, der Produkte mit dem Siegel Beter Leven in sowohl Restaurants, als auch Take-away und bei frisch geschnittenen Fleisch- und Wurstwaren anbietet. All unsere Schinkenprodukte sind zertifiziert mit 1 Stern. In den Filialen, in denen wir 2017 das neue HEMA-Foodkonzept „Lekker HEMA“ eingeführt haben, sind Frühstück und andere Gerichte weitestgehend Beter Leven-zertifiziert. 2018 werden wir unser Sortiment um weitere Beter Leven-Produkte erweitern. Darüber hinaus verfolgen wir das Ziel, 2018 für alle Milchprodukte mindestens Weidemilch oder biologische Milch zu verwenden. Ein Teil unserer Produkte erfüllt bereits die Weidemilch-Standards. Um unseren Kunden dies zu verdeutlichen, haben wir unsere Produkte mit dem Weidemilch-Logo von Stiftung Weidegang versehen.

Kaffee/Tee

Im Jahr 2017 haben wir unser Sortiment um drei Single Origin-Kaffeeprodukte mit dem Rainforest Alliance-Gütesiegel erweitert. Dieser südamerikanische Kaffee kommt aus Brasilien, Kolumbien und Honduras und ist bis zu den Kaffeeplantagen zurückzuverfolgen. Einer der Kooperationspartner, bei dem wir Kaffee einkaufen, ist Kachalu Coffee Farmers aus dem kolumbianischen Hochland. Diese Kooperation hat das Ziel, hochqualitativen Kaffee mit Rücksicht auf Mensch, Umwelt und Natur zu produzieren. Der Anbau dieses Kaffees wird an die Instandhaltung des Regenwaldes und an einen besseren Preis für die Bauern gekoppelt. 2017 haben wir 25.000 kg Fairtrade zertifizierten Tee für die verschiedenen HEMA-Teemischungen eingekauft. Hiermit wurde eine soziale Prämie für die Teeplücker von drei indischen Plantagen gesammelt: Kotada, Welbeck und Parry Agro. Die Prämie wurde für soziale Projekte wie Bildungsstipendien für Kinder, medizinische Hilfe und Unterhalt für die lokalen Gemeinschaften eingesetzt.

Palmöl

Palmöl hat im Vergleich zu anderen Ölen einen hohen Flächenertrag. Aus diesem Grund ist es eine der am häufigsten verwendeten Zutaten in der Lebensmittelindustrie. Zugleich führt der Anbau von nicht nachhaltigem Palmöl zu Entwaldung in Südostasien. Auch HEMA verwendet Palmöl in seinen Food- und Kosmetikprodukten. Unser Ziel, im Jahr 2017 für unser Food-Sortiment 100% nachhaltigeres RSPO-Palmöl einzukaufen, haben wir fast erreicht. 2017 war 99,5% des Palmöls in unseren Food-Produkten nach RSPO-Standard zertifiziert. Die letzten Produkte wurden 2018 zertifiziert. Außerdem untersuchen wir, ob unsere Food-Produkte möglicherweise ganz ohne Palmöl hergestellt werden können, ohne dass dies der Rezeptur Abbruch tut.

Für Kosmetika ist dies schwieriger, da Palmöl in zahlreichen komplexen Inhaltsstoffen vorkommen kann und nur einen Bruchteil des Produktes ausmacht. Mit unseren Kosmetiklieferanten, die noch kein RSPO-Palmöl einkaufen, treffen wir klare Vereinbarungen zur Umsetzung davon.

„Das Beter Leven-Gütesiegel ist mittlerweile das bekannteste Gütesiegel der Niederlande auf tierischen Produkten. Die Anzahl der Tiere, die ein besseres Leben hatten, betrug dank des Beter Leven-Siegels im Jahr 2017 31 Millionen.“



Marijke de Jong
Program-Manager,
Tierschutz

Zahlen



16

80% unserer Baumwollprodukte werden nachhaltiger eingekauft. Hiervon wurden 72% als Responsible Cotton eingekauft, was 4,4 Millionen Kilo Lint-Baumwolle sind. Darüber hinaus ist 8% biologisch zertifizierte Baumwolle (GOTS oder OCS-Standard).

100% des Tees ist Fairtrade oder UTZ-zertifiziert. Wir haben 12.500 kg Fairtrade Tee in Indien gekauft.

99,5% der Food-Produkte, die Palmöl enthalten, haben ein Rspo-Zertifikat.

100% des Kaffees ist Rainforest Alliance- oder UTZ-zertifiziert.

30% unserer Holz- und Papierprodukte tragen das FSC®-Gütesiegel.

21% unserer Fleisch- und Wurstwaren haben das 1 Stern Beter Leven-Gütesiegel.

61% unseres Milchproduktesorimente trägt das Weidemelklogo oder biologisches Qualitätszeichen.

Verpackungen

Unsere Produkte werden auf der ganzen Welt eingekauft. Beim Transport dienen Produktverpackungen zum Schutz des Produktes. Außerdem bieten Verpackungen Platz für u.a. Produktinformationen. Diese übersetzen wir in 5 Sprachen, damit die Kunden in den unterschiedlichen Ländern, wo sich Filialen von uns befinden, gut informiert ihre Auswahl treffen können. Um unsere Kunden dazu anzuregen, die Verpackung zu recyceln, versehen wir die Verpackungen unserer Produkte im Jahr 2018 mit einer Recyclehilfe.

In Zusammenarbeit mit dem Niederländischen Institut für Nachhaltige Verpackungen prüfen wir 2018 unsere Produktverpackungspolitik und versuchen, die Auswirkungen unserer Verpackung auf die Umwelt weitestgehend zu minimieren. Dies werden wir realisieren, indem wir noch intelligenter verpacken, unnötiges Verpackungsmaterial reduzieren und die Recyclebarkeit von Verpackungen berücksichtigen, sodass Rohstoffe wiederverwendet werden können. Verpackungsmaterial besteht in Zukunft vorzugsweise aus erneuerbaren Materialien nachhaltigen Ursprungs. 2017 haben wir mit unseren Versandkartons bereits einen ersten Schritt in diese Richtung gemacht. Die Versandkartons bestehen aus FSC® zertifizierter Pappe und es gibt sie in neun verschiedenen Formaten. Hiermit können wir Produkte effizienter verpacken und transportieren weniger Luft. Zudem haben wir darüber nachgedacht, wie wir unseren Versandkartons ein schönes zweites Leben schenken können. Wir haben uns für verschiedene Tierabbildungen entschieden. Diese können ausgeschnitten und ineinander gesteckt werden ([video ansehen](#)).

Produktverpackungen

Gesamtmenge Verpackungsmaterial für verkaufte Produktverpackungen in den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Deutschland und Spanien (ausgenommen England und Frankreich).

Produktverpackungen	Glas	Plastik	Aluminium	Stahl	Papier
Gesamt kg im Jahr 2017	227.283	1.012.593	39.689	32.907	1.514.616

Wir verwenden größtenteils Papier für unsere Verpackungen. Dieses Verpackungsmaterial findet sich in der gesamten Breite unseres Sortiments. Vorteil von Papier ist, dass es ein erneuerbarer Rohstoff ist, was wir bevorzugen. Darüber hinaus verarbeiten wir Plastik zum Verpacken unserer Produkte. Wir streben danach, die Verwendung von Plastik zu reduzieren. Aluminium und Stahl kommen hauptsächlich in unseren Produkten im Beauty-Sortiment, z.B. bei Sprühdosen, vor. Außerdem kommt dieses Verpackungsmaterial für andere Produktgruppen von HEMA zum Einsatz, wie Teelichter und Espresso Cups. Glas dient als Verpackung für Getränke und wird außerdem zum Verpacken von einigen Beauty-Produkten verwendet.

Recycling von Transportverpackungen

Unsere eigenen niederländischen und belgischen Filialen, unser Vertriebszentrum und ein Teil der niederländischen Franchise-Filialen haben im Jahr 2017 580.000 kg Plastik und 6.441.000 kg Pappe recyceln lassen.

„In Zukunft kann HEMA in Zusammenarbeit mit dem KIDV seinen Mehrwert für Kunden weiter steigern und die Auswirkungen auf Umwelt und Rohstoffe reduzieren.“



Marc Reijnders
Niederländischen
Institut für Nachhaltige
Verpackungen (KIDV)

wie unsere Produkte hergestellt werden

Kettentransparenz und Arbeitsbedingungen bei Herstellern

Um eine nachhaltige und faire Produktion garantieren zu können, ist Kettentransparenz von wesentlicher Bedeutung. Von all unseren Lieferanten verlangen wir Offenheit darüber, wo und unter welchen Bedingungen die Produkte produziert werden. Die wichtigsten Länder, wo die Textilien und Hartwaren von HEMA produziert werden, sind China, Bangladesch und die Türkei. Die Food- und Beautyprodukte, die wir verkaufen, kommen größtenteils aus Europa.

Die 32.000 verschiedenen Artikel in unserem Sortiment werden weltweit hergestellt. Das bedeutet, dass wir eine große Anzahl an Produktionsketten haben. Wichtig für uns ist, dass wir über die aktuellen Bedingungen in unseren Ketten informiert sind und kontinuierlich Kontakte mit unseren Kettenpartnern pflegen

Audits

Um festzustellen, ob Fabriken unsere Anforderungen erfüllen, führen wir selbst Fabrikinspektionen mit eigenen Auditoren durch. Wir prüfen, unter welchen Bedingungen die HEMA-Produkte hergestellt werden und verbessern diese gegebenenfalls. Bei diesen Fabrikinspektionen achten wir auf sieben Aspekte:

- **Kettentransparenz**
- **Verhindern von Kinderarbeit**
- **Keine Zwangsarbeit**
- **Sichere und gesunde Arbeitsumgebung**
- **Fairer Lohn und Arbeitszeiten**
- **Versicherungen**
- **Umweltverschmutzung**

Neben der Durchführung eigener Audits ist HEMA seit 2003 Mitglied von amfori BSCI. Hierbei handelt es sich um eine Initiative von Betrieben zur Verbesserung von Arbeitsbedingungen und Umweltstandards weltweit, die unabhängige Audits an Produktionsstandorten durchführt.

Verbesserungspläne

Sollten während einer Fabrikinspektion Verbesserungspunkte bestimmt werden, wird gemeinsam mit dem Fabrikanten ein Verbesserungsplan erstellt. Anschließend arbeitet HEMA mit seinen Partnern in der Kette zusammen, um dafür zu sorgen, dass diese Verbesserungen auch wirklich umgesetzt werden. Falls diese Verbesserungen nicht rechtzeitig durchgeführt werden, geben wir keine Bestellungen mehr bei diesem Hersteller auf. Bei Produzenten, mit denen HEMA bereits länger zusammenarbeitet, werden anschließend über amfori BSCI Audits durchgeführt, um die Situation zu überwachen.

Im Jahr 2017 lagen die meisten umzusetzenden Verbesserungspunkte im Bereich der sicheren und gesunden Arbeitsumgebung und Umweltverschmutzung. Im vergangenen Jahr wurden insgesamt 771 Fabrikinspektionen an den verschiedenen Produktionsstandorten unserer Textil- und Hartwarengruppen vorgenommen. Hierbei handelte es sich um 349 eigene HEMA-Audits und 422 Audits von externen Initiativen wie amfori BSCI. Dank der Durchführung dieser Verbesserungspläne profitieren mehr als 91.000 Mitarbeiter an unseren Produktionsstandorten von besseren Arbeitsbedingungen.



Zusammenarbeit in der Kette

Zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in Bangladesch hat HEMA sich im Jahr 2013 an den Bangladesh Accord, auch Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh genannt, angeschlossen. Diese Initiative beschäftigt sich mit der Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie in Bangladesch. 2017 unterzeichneten wir als einer der ersten dessen Nachfolger, den 2018 Transition Accord. Die Unterzeichner dieser Initiative haben gemeinsam beschlossen, das Brand- und Bausicherheitsprogramm in Bangladesch fortzusetzen.

„Mit diesem Commitment sowohl gegenüber dem Übereinkommen von 2013 als auch dem 2018 Transition Accord zeigt HEMA Führungsstärke bei der Schaffung einer nachweisbar sicheren Textilindustrie in Bangladesch.“



Rob Wayss
Executive Director & Acting Chief
Safety Inspector, Bangladesh
Accord

Zudem sind wir angeschlossen bei der niederländischen IMVO-Vereinbarung über nachhaltige Kleidung und Textilien, bei der wir im Lenkungsausschuss aktiv sind. Wir arbeiten mit vielen anderen Betrieben, Regierung, Gewerkschaften, NGOs und Branchenverbänden zusammen und setzen uns so auch auf diesem Wege für nachhaltige Kleidung und Textilien ein. Gemeinsam arbeiten wir an der Realisierung der Nachhaltigkeit unserer Produkte und Ketten, wobei Themen wie faire Arbeitsbedingungen und Umweltverschmutzung an der Tagesordnung sind.

Unser Ziel für 2018 ist es, eine positive Wirkung auf noch mehr Kettenpartner zu haben. Das wollen wir erreichen, indem wir unsere eigenen externen Audits weiterhin durchführen. So können wir, falls nötig, Verbesserungspläne durchführen und dafür sorgen, dass alle Produktionsstandorte die HEMA-Mindestanforderungen vollständig erfüllen.

Außerdem reduzieren wir die Anzahl an Lieferanten und Produktionsstandorten, um mehr in eine kleinere Gruppe mit qualitativen Lieferanten zu investieren. Letztendlich werden wir unsere Kunden noch deutlicher über die Herkunft und Produktionsstandorte unserer Artikel informieren.

„Die strukturellen Probleme in der Bekleidungs- und Textilkette können nur durch Zusammenarbeit von Betrieben und Gewerkschaften, gesellschaftlichen Organisationen und Behörden in Angriff genommen werden. Daher ist es gut, dass HEMA an der niederländischen Vereinbarung über nachhaltige Kleidung und Textilien teilnimmt.“



Jeff Wintermans
Vereinbarung über
nachhaltige Textilien

Nachhaltiges Design

Als Einzelhändler sind wir dafür verantwortlich, unsere negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren und unsere positiven sozialen Auswirkungen zu steigern. Daher ist es wichtig, um bereits beim allerersten Schritt im Produktionsprozess, dem Design, über Nachhaltigkeit nachzudenken. Hierbei kommen Fragen wie „welche Materialien verwenden wir, damit das Produkt recycelt werden kann“, „regt das Produkt zu nachhaltigem Verhalten an“ und „kann dieses Produkt ein gesellschaftliches Problem lösen“ zur Sprache. Beispiele hierfür sind das Anbieten einer nachhaltigen Wasserflasche und der Ersatzteileservice.

Für jede Einkaufsabteilung wird 2018 ein Ziel in Bezug auf nachhaltiges Design festgelegt. Am Ende des Jahres muss ein gewisser Prozentsatz des jeweiligen Sortiments aus innovativen Artikeln bestehen, bei denen Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil ist.

Nächstes Jahr werden wir untersuchen, wie wir die zirkulären Prinzipien im Design von HEMA-Produkten anwenden können. Man könnte die Produkte beispielsweise so entwerfen, dass sie langlebiger, einfacher zu reparieren oder recycelbar sind bzw. aus recycelbaren Materialien hergestellt wurden. Ein gutes Beispiel hierfür ist das Oberbett mit einer Füllung aus recycelten PET-Flaschen (rPET), das wir gemeinsam mit unserem Lieferanten Deltex entwickelt haben.

Im vergangenen Jahr haben wir gemeinsam mit Amsterdam Fashion Institute (AMFI) und Circle Economy das Event Beyond Green organisiert. Dieses Symposium widmete sich der Zukunft der Mode- und Textilindustrie. Hiermit fördern wir nicht nur nachhaltiges Design in unserem eigenen Unternehmen, sondern versuche auch, die Kräfte extern zu bündeln und Wirkung zu realisieren. 2018 beginnen wir mit der Organisation des zweiten Beyond Green Symposiums.

„2017 haben wir das Projekt auf uns genommen, für HEMA ein rPET Oberbett mit einem biologischen Bezug als neue Innovation einzuführen - ein großartiger Schritt in eine bessere Zukunft.“



Edwin Slot
Lieferant von
HEMA Rpet Oberbett

Umwelt

Wir versuchen, unsere Auswirkungen auf die Umwelt möglichst gering zu halten, was auf verschiedenen Niveaus erfolgt. Bereits bei der Herstellung unserer Produkte versuchen wir, darauf möglichst viel Rücksicht zu nehmen, aber auch mittels des CO₂-Ausstoßes in unseren Logistikprozessen und unserer eigenen Mobilitätspolitik wollen wir unseren ökologischen Fußabdruck verkleinern. 2018 werden wir untersuchen, wie der Transport unserer Produkte von unserem Vertriebszentrum zu unseren Filialen nachhaltiger organisiert werden kann.

CO₂-Ausstoß

Für unsere Aktivitäten, wie Produktion und Transport unserer Produkte sowie Beleuchtung und Kühlung in unseren Filialen, verbrauchen wir Energie. Das führt zu CO₂-Ausstoß, der den Klimawandel vorantreibt. Da wir dem entgegensteuern wollen, machen wir 2018 die ersten Schritte zur Messung des CO₂-Ausstoßes unserer Aktivitäten, um so unseren Fußabdruck verkleinern zu können. Wir reduzieren den CO₂-Ausstoß beispielsweise dadurch, dass wir standardmäßig LED-Beleuchtung in unseren neuen Filialen einsetzen. 2017 haben wir die Beleuchtung in 30 Filialen auf LED umgestellt.

Mobilitätspolitik

2018 werden wir auch unsere Mobilitätspolitik überarbeiten, bei der Nachhaltigkeit einen wichtigen Teil ausmachen wird. In diesem Zusammenhang unterstützt uns ein Partner, der uns in Bezug auf intelligente und nachhaltigere Mobilität berät.



Unsere Rolle in der Gesellschaft

Lebensmittelverschwendung

HEMA verkauft täglich frische Produkte. Wir sind bekannt für unsere frischen Cremeschnitten aus eigener Bäckerei, wovon wir pro Jahr mehr als 4,5 Millionen verkaufen. Außerdem bieten wir ein umfangreiches Sortiment an Brot, Gebäck und Fleisch- und Wurstwaren an. Ein Teil unserer Filialen hat ein Restaurant oder einen Take-away-Bereich. Durch präzise Bestandsverwaltung versuchen wir, unser Angebot möglichst optimal auf die Kundennachfrage abzustimmen. Trotzdem kommt es vor, dass Produkte ihr Haltbarkeitsdatum unverkauft zu überschreiten drohen. Um das zu verhindern, haben wir im vergangenen Jahr eine neue Rabattpolitik eingeführt. Ein Beispiel hierfür ist der 25% „zu schade zum Wegwerfen“-Rabattsticker.



Sollten nach Reduzierung noch brauchbare Produkte übrig bleiben, die unverkäuflich sind, finden wir andere Lösungen, um Verschwendung zu verhindern. 2017 haben wir als Test in fünf von unseren Filialen mit der niederländischen Lebensmittelbank zusammengearbeitet, was sich nach Auswertung als erfolgreich erwiesen hat. 2018 werden wir gemeinsam mit der Lebensmittelbank mindestens zwei Regionen auswählen, um unsere Zusammenarbeit fortzuführen. Unser Ziel ist es, die Zusammenarbeit auf alle Regionen auszuweiten.

„HEMA hat über eine Kundenkarten-Aktion 700.000 Tassen Kaffee gespendet. Eine Wiederholung einer derart kreativen Aktion ist sehr wertvoll!“



Rolf Peters
Lebensmittelbank Amsterdam

Gute Arbeitgeberschaft

HEMA ist für alle da und somit auch für seine eigenen Mitarbeiter. Wir glauben an die Kraft von gut ausgebildeten, gesunden und engagierten Mitarbeitern. Wenn wir uns gut um unsere eigenen Mitarbeiter kümmern, kümmern wir uns auch gut um unsere Kunden.

Da wir mitten in der Gesellschaft stehen, finden wir es wichtig, eine gute Widerspiegelung der Gesellschaft zu sein, in der wir leben und in der für jeden Platz ist. Aus diesem Grund fördern wir Diversität. Das realisieren wir unter anderem durch die Zusammenarbeit mit House of Hi, womit wir ein Programm erstellen, das Diversität im Unternehmen noch weiter fördert.

HEMA ist ständig in Bewegung und jedes Jahr legen wir die Latte für uns selbst etwas höher. Daher verfolgen wir zahlreiche Initiativen, die uns helfen, unsere Ziele zu verwirklichen. Um das Engagement unserer Mitarbeiter zu messen, führen wir jährlich eine große internationale Umfrage unter allen HEMA-Mitarbeitern durch. Im Jahr 2017 haben 79% der Mitarbeiter daran teilgenommen. Wir haben die Ergebnisse dieser Umfrage ausgetauscht und gemeinsam mit den Führungskräften und Mitarbeitern Aktionspläne zur Verbesserung erstellt. In diesem Rahmen wurde viel im Bereich Training und Ausbildung unternommen.

In den Sommermonaten haben 237 Mitarbeiter, über alle Disziplinen verteilt, an der sogenannten HEMA Summer School mitgewirkt. Die Mitarbeiter konnten an einem Pilotkurs teilnehmen, um festzulegen, ob dieser Kurs in das HEMA-Lernangebot aufgenommen werden muss. Außerdem nahmen 2017 mehr als 200 Mitarbeiter am berufsbegleitenden Lernweg - einer Berufsausbildung auf unterschiedlichen Niveaus in Form einer praxisorientierten Ausbildung - teil. Somit ist unser Ziel, diesen Ausbildungsweg im Jahr 2017 nicht nur in den Vertriebszentren, sondern auch in den Filialen und Bäckereien anzubieten, erreicht. Anhand diverser Talent-Management-Initiativen haben wir ein immer besseres Bild von den Talenten unserer Mitarbeiter. So können wir gezielte Maßnahmen durchführen, um diese Talente an richtiger Stelle einzusetzen, und ihren Aufstieg und ihre Weiterentwicklung in speziellen Bereichen zu fördern.

Darüber hinaus ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter sich geistig und körperlich fit für die Arbeit fühlen. Es ist uns bewusst, dass es wichtig ist, sich bei der Arbeit gesund und glücklich zu fühlen. Ein Beispiel für die Initiativen, die wir in diesem Zusammenhang unternommen haben, ist die Health Week. In dieser Woche steht Vitalität in allen Unternehmensbereichen im Mittelpunkt.

„Mit Programmen für schutzbedürftige Zielgruppen kann HEMA noch integrativer werden und Chancen für jeden in der Gesellschaft bieten. House of Hi strebt gemeinsam mit HEMA eine Diversitätspolitik an, die keine Politik ist, sondern eher zu einer Mentalität wird.“



Wietske Kamsma
House of Hi

HEMA Foundation

integrative Gesellschaft

HEMA steht mitten in der Gesellschaft und wir sehen das als unsere Rolle, darin einen positiven Unterschied zu machen. Daher lancieren wir 2018 die HEMA Foundation. Die HEMA Foundation setzt sich für eine integrative Gesellschaft ein, in der jeder aktiv am Alltagsleben teilhaben kann.

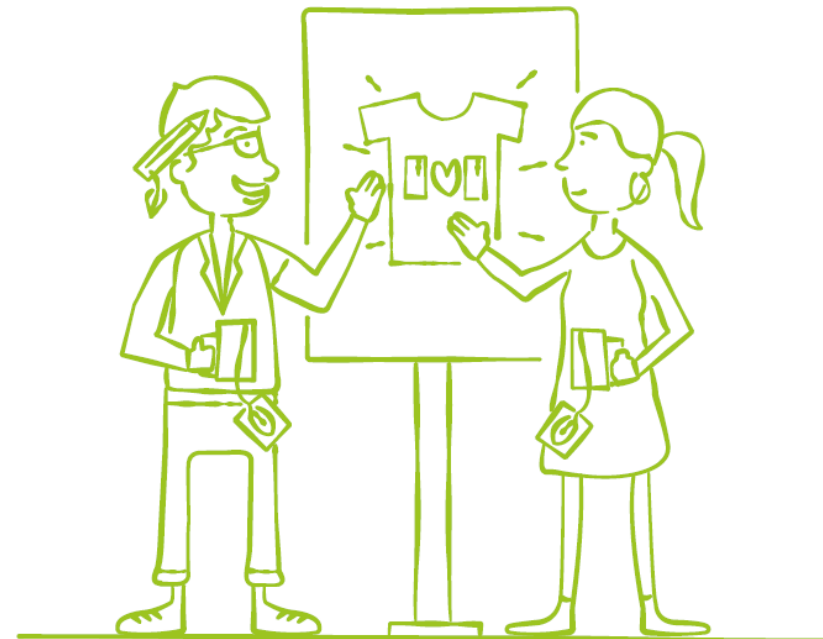
Unsere Kraft liegt in der Tatsache, dass HEMA für alle da ist, und Produkte mit einem typischen, einzigartigen Design entwickelt. Diese zwei Kräfte haben großes Potenzial, positiv zur Gesellschaft beizutragen, und daher knüpft die HEMA Foundation daran an.

Konkret bedeutet dies, dass die Foundation alle vier Jahre einen Impuls zu einem Thema gibt - das im Zusammenhang mit den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen steht – und zur Integration beiträgt. Bis 2022 setzt die Foundation sich für das Thema **Sprachfertigkeit** (funktionaler Analphabetismus) ein. Gut lesen und schreiben können hat einen großen positiven Einfluss auf das Alltagsleben. In den Niederlanden haben jedoch 2,5 Millionen Menschen große Probleme damit. In ganz Europa sind es 70 Millionen Menschen. Analphabetismus wird von Generation zu Generation weitergegeben. Die HEMA Foundation will diesen Teufelskreis durchbrechen, indem sie gemeinsam mit (Alphabetisierungs-)Organisationen und anderen Parteien einen effektiven Gemeinschaftsansatz entwickelt. Die Foundation will eine Open Source Plattform sein, um gemeinsam zu experimentieren, neue Konzepte zu entwickeln und Verbindungen herzustellen. Darüber hinaus wird HEMA Sensibilisierungskampagnen führen, um das Tabu des Analphabetismus zu durchbrechen, und Sprachaktivitäten für Jung und Alt organisieren und unterstützen.

Des Weiteren fördert die HEMA Foundation **Inclusive Design**. Die Entwicklung von Produkten, Dienstleistungen und Systemen, die Menschen die Hürden nehmen, sodass jeder aktiv an unserer Gesellschaft teilhaben kann. Die Foundation setzt sich dafür ein, dass inklusives Design eine der drei Kernsäulen in der Design Community wird. Das Ziel ist ein struktureller gesellschaftlicher Wandel. Dies wollen wir mit einer Open Source Plattform erreichen, in der die Community experimentiert und Best Practices austauscht. Die HEMA Foundation will ein Nährboden für Ideen werden und unerwartete Verbindungen zwischen Akteuren herstellen. Zudem bieten wir

aufstrebenden Designtalenten eine Plattform für ihre Produkte oder Ideen, die Integration fördern, und coachen sowie unterstützen sie dabei, sich weiterzuentwickeln.

HEMA Foundation



Begriffsverzeichnis

Audit

Prozess zur Prüfung der Betriebsführung am Produktionsstandort anhand von vorab festgelegten Kriterien.

Better Cotton

Baumwollprodukte, die wir als Better Cotton einkaufen, sind mit dem Responsible Cotton-Logo versehen. Die Better Cotton-Initiative ist eine gemeinnützige Organisation, die sich weltweit für bessere Baumwollstandards einsetzt.

FTE

FTE steht für Full-time equivalent (Vollzeitäquivalent). Hierbei handelt es sich um eine Recheneinheit, womit der Umfang einer Funktion oder Personalstärke ausgedrückt werden kann. Ein FTE steht für eine vollständige Arbeitswoche.

Produktionskette

Die aufeinanderfolgenden Prozessvorgänge, die benötigt werden, um ein Produkt - von Rohstoff bis Kunde - herzustellen.

Stakeholder

Stakeholder sind Personen und Organisationen, die direkt oder indirekt von Aktivitäten des Unternehmens beeinflusst werden oder die einen direkten oder indirekten Einfluss auf das Unternehmen haben.

IMVO-Vereinbarung über nachhaltige Kleidung und Textilien

HEMA ist Unterzeichner der niederländischen Vereinbarung für Internationale Sozialverantwortung der Unternehmen (Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, Abk. IMVO) in der Kleidung- und Textilindustrie. Die IMVO-Vereinbarung Textilien umfasst Vereinbarungen von Textilbetrieben mit gesellschaftlichen Organisationen, Gewerkschaften und der Regierung. Die Vereinbarungen sollen dafür sorgen, dass Betriebe in der Textilbranche auf faire, nachhaltige, sichere, umwelt- und tierfreundliche Weise handeln.



Über diesen Bericht

HEMA will die Zugänglichkeit und das Verständnis von Nachhaltigkeit verbessern. Wir hoffen, dass dieser Bericht in Ihrem Fall dazu beigetragen hat. Haben Sie eine Idee, einen Tipp, eine Frage oder Bemerkung, nehmen Sie bitte Kontakt mit uns auf. Schicken Sie bitte eine E-Mail an sustainability@hema.nl. Folgen Sie HEMA auf:

Weitere Informationen zur Nachhaltigkeit bei HEMA finden Sie unter: www.hemashop.com/de/nachhaltigkeit. Dieser Bericht wurde entsprechend den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt und steht im Einklang mit GRI Standards Niveau Core. Der Bericht bezieht sich auf den Zeitraum vom 1. Januar 2017 bis einschließlich 31. Dezember 2017. In diesem Zeitraum fanden keine signifikanten Übernahmen oder Veräußerungen statt. Sofern nicht anders angegeben beziehen die Resultate sich auf die (internationalen) Aktivitäten von HEMA, innerhalb des eigenen Unternehmens. Reichweite und Abgrenzung des Inhalts basieren auf den materiellen Themen und auf das Informationsbedürfnis von Stakeholder. HEMA erstattet jährlich Bericht über den Fortschritt der in diesem Bericht präsentierten materiellen Themen. Dieser Bericht wurde nicht extern geprüft. Für die Datenerfassung werden relevante Abteilungen zu Rate gezogen. Die Nachhaltigkeitsabteilung gewährleistet die Qualität. Die Resultate von 2017 sind nachzulesen im Nachhaltigkeitsbericht 2017, veröffentlicht am 9 Juli. Berechnungen oder Daten in diesem Bericht wurden nicht geändert.

copyright

Nichts aus dieser Ausgabe darf ohne vorherige Zustimmung von HEMA anhand von Fotokopie oder Mikrofilm oder auf andere Weise vervielfältigt und/oder veröffentlicht werden. HEMA haftet nicht für etwaige Fehler in diesem Bericht.

