Maatschappelijk
jaarverslag 2021

Een uitdagend jaar om zuinig te blijven.

ZEEMAN

Inhoudsopgave.

Voorwoord.

2021 in beeld.

Over Zeeman.

Duurzaam verankerd.

Verankering van MVO in onze cultuur.

Ons doel. Onze impact.

Sustainable Development Goals.

Waardecreatie in de keten.

Connectiviteitsmatrix.

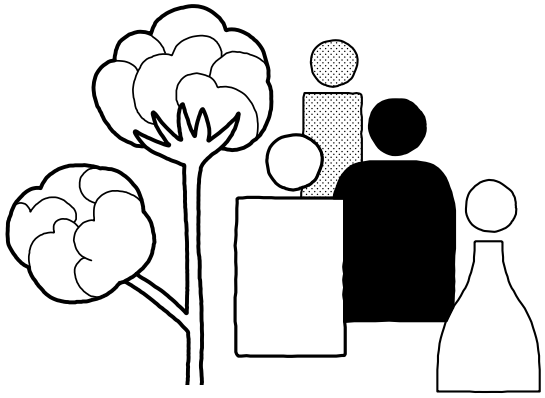
Ons speelveld.

Onze stakeholders.

Materiële thema's.

Transparantie en traceerbaarheid in de leveranciersketen.

Duurzaam groeien door zuinig te blijven.



Duurzaam verankerd.
Interview met Bert Roetert, Voorzitter Raad van Commissarissen.

Ons doel. Onze impact.
MVO prestaties en ambitie.

Ons speelveld.
Op weg naar een circulaire economie.

Veilige en gezonde arbeidsomstandigheden.

Kinder- en gedwongen arbeid.

Duurzame inkooppraktijken.

Leefbaar loon.

Milieuvervuiling fabrieken.

Duurzame grondstoffen en materialen.

Circulaire economie & Verpakkingsmateriaal en afval.

Een zuinige operatie.

Een goed product.

Samen groeien.

Save our Sisters project.

Bijlagen.

Voorwoord.

Ook in 2021 heeft de COVID-19 pandemie laten zien hoe afhankelijk we van elkaar zijn binnen de wereldwijde toeleveringsketen. De keten is kwetsbaar. Maar toch zijn we erin geslaagd om trouw te blijven aan onze principes en op een verantwoorde manier te ondernemen. Door zuinig te blijven.

2021 was weer een jaar vol uitdagingen. De winkelsluitingen in Europa hadden direct impact op onze bedrijfsvoering en op onze partners. De goederenstroom raakte verstoord, mede door een tekort aan containers. Ook werd het aanbod van grondstoffen schaars door de grote vraag. Ondanks corona hebben we de dialoog met onze stakeholders en leveranciers op een transparante manier gevoerd. We houden oog voor elkaar. En door onze gezonde financiële basis hebben we in 2021 opnieuw een goed resultaat behaald. Daarnaast bleven we investeren in de kwaliteit van onze winkels en hebben we de eerste winkels geopend in ons nieuwe format.

De nieuwe samenwerking met kringlooporganisatie Het Goed is één van de belangrijkste stappen die we in 2021 hebben gezet. We kopen **tweedehands kleding** van Het Goed en verkopen die in zes Zeeman filialen. Eind 2021 was het al in ongeveer 50 Zeeman filialen mogelijk gebruikte kleding in te leveren. Inmiddels zamelen we in elk Zeeman filiaal in Nederland gebruikte kleding in. Een andere mijlpaal is dat in 2021 de eerste Fair Wear Brand Performance Check is gehouden. **Onze score is een 'goed' geworden**: we zijn daar - voor nu - tevreden mee, het is een mooi vertrekpunt. We krijgen goed inzicht in de omstandigheden in de fabriek met het Fair Wear klachtenmechanisme en de trainingen en audits in fabrieken. In samenwerking met het Fair Wear team in Nederland en in het Verre Oosten geven we ons beleid op deze punten steeds meer vorm. Zeeman heeft er in september voor getekend het **Bangladesh Accord weer 2 jaar voort te zetten**. Hiermee laten we zien dat we ons blijven inzetten voor een veilige werkomgeving bij onze leveranciers in Bangladesh. We zijn er trots op dat we de **'Sustainable retailer of the year'** award hebben gewonnen! Deze blijk van waardering van de vakjury en de branchegenoten vertelt ons dat we op de goede weg zijn. Daarnaast is het ons gelukt om in 2021 onze kleding- en textielcollectie voor **39% uit duurzaam materiaal** te laten bestaan. Het meest voorkomende materiaal in onze collecties is katoen. Bij 59% van al het katoen in onze collectie kozen we voor een duurzamere optie.

Hoe we ook in de komende jaren zuinig blijven? Vooral door nog meer samen te werken. Want zuinig blijven op alles en iedereen in onze keten, doen we niet alleen. We worden geholpen door al onze zeer betrokken collega's, partners, Ngo's, critici en klanten. Onlangs organiseerden we weer een stakeholderdialoog. We hebben de thema's en dilemma's die ons bezighouden voorgelegd aan allerlei betrokkenen. De uitkomst liet zien dat we er inderdaad goed aan doen om ons op drie grote thema's te blijven richten de komende tijd: leefbaar loon, milieu impact productie en de circulaire economie..

Tijdens de klimaatconferentie COP26 is nog eens extra onderstreept dat we op volle kracht vooruit moeten met het thema van de circulaire economie. In 2022 gaan we ook in België tweedehandskleding verkopen. We hopen dat we de pilot samen met Het Goed verder kunnen uitrollen. We geloven dat de ontwikkeling naar een **circulaire bedrijfsvoering** belangrijk is voor de toekomst van ons allemaal. De eerste stappen zijn gezet, maar ons bedrijf is zo groot dat er nog flink wat uitdagingen liggen. We blijven met veel aandacht en energie werken aan een oplossing.

Ook voor het **leefbaar loon** willen we een doorbraak in de keten. In onze visie kunnen we dit probleem alleen structureel oplossen als de industrie samen optrekt. Wij zien onszelf als voortrekker op dit gebied en dat blijven we. In 2022 richten we hiervoor een expertgroep op. Ondertussen hebben we bepaald welke concrete stappen we - onafhankelijk van anderen - zelf al kunnen zetten. Dit wordt stap één: we maken in 2022 leefbaar loon mogelijk bij één leverancier per productieland voor ons aandeel in de productie.

Tot slot zagen we in de afgelopen maanden, mede door de recente situatie in Oekraïne, de inflatie toenemen. In alle sectoren zijn de prijzen gestegen. Klanten merkten dat al snel in hun portemonnee. We zien het als onze verantwoordelijkheid om goede en verantwoord geproduceerde kleding en textiel tegen de laagst mogelijke prijzen te blijven bieden. Ook in de komende jaren willen we er voor onze klanten zijn. Wij bedanken iedereen die ons helpt om zuinig te blijven op alles en iedereen in de keten.

Veel leesplezier gewenst.

Met hartelijke groet,

Erik-Jan Mares
CEO



2021 in beeld.

Pilot tweedehands kleding.
We zijn een Resale pilot gestart met de verkoop van tweedehandskleding en kledinginzameling. In samenwerking met kringlooporganisatie Het Goed.





59% duurzaam katoen.
In 2021 was 59% van het door ons gebruikte katoen duurzaam. In 2020 was dat 42%.
En 39% van onze totale collectie bestond uit duurzame materialen, zoals recycled polyester en duurzame viscose. In 2020: 29%.

Fashion Transparency Index.
Voor de zesde keer op rij brengt Fashion Revolution de Fashion Transparency Index uit. In dit onderzoek worden 250 internationale retailers en merken in de modewereld getoetst op transparantie. De inhoud van de beoordeling is breed. Zo wordt gekeken naar de aanpak op het gebied van sociale kwesties en het milieu. Maar ook naar onderwerpen als duurzame materialen en leefbaar loon. Uitgangspunt is de informatie die voor iedereen online beschikbaar is.
Zeeman behaalde dit jaar een score van 38% en daarmee staan we in de top 10 van de grootste stijgers.



Test nieuwe winkelformule.
Er zijn 4 winkels geopend in een nieuw format dat beter aansluit bij waar het merk voor staat. Dit moet Zeeman aantrekkelijker maken voor een bredere groep klanten.



+10,2%
Omzet 816 miljoen.

Sustainable retailer 2021-2022.
Tijdens de Retailer Of The Year verkiezingen zijn we uitgeroepen tot Sustainable retailer van het jaar 2021-2022. De andere twee finalisten waren Tony's Chocolonely en Auping.



Steeds transparanter.
In de tweejaarlijkse Transparantiebenchmark behaalde Zeeman in 2021 een score van 69%. Daarmee zijn we in de hele lijst gestegen van positie 92 in 2019 naar positie 40 in 2021. Samen met A.S. Watson horen we nu bij de meest transparante bedrijven in de retailsector. Elektronicaconcern Philips scoorde met 89,5% het best. Dit bedrijf heeft de bijbehorende kristallprijs gewonnen.

Veel reclameprijzen.
Zoals de Gouden Effie voor de Luchtcampagne en twee prijzen die bedoeld zijn voor onze langlopende campagne: de prestigieuze Consistent Accent van de Stichting Adverteerdersjury Nederland. Ook kregen we de zelden uitgereikte Grand Esprix.



Brand Performance Check:
Score: goed.

Impact COVID-19.

Verloop.
2021 was opnieuw een turbulent coronajaar. De tweede lockdown in Nederland liep tot ver in 2021 door en een derde lockdown startte half december. Ook in Duitsland waren winkels maanden dicht.

Meer online.
Mede door corona weten steeds meer klanten Zeeman online te vinden. Ze deden aankopen op de webshops in Nederland, België en sinds half 2021 ook in Frankrijk.

Intern contact via app.
Sinds de uitbraak van de coronacrisis gebruiken we een personeels-app. Zo blijven we makkelijker met elkaar in contact. We delen regelmatig filmpjes, positieve berichten en kleine successen. Maar ook dingen waar we het moeilijk mee hebben.

Leidende principes.
In deze moeilijke tijden moeten we als merk - met nog meer volharding - laten zien wat we waard zijn. Daarom volgen we sinds het begin van de coronacrisis de volgende drie leidende principes. En dat blijven we doen zo lang het nodig is:

- We waarborgen de gezondheid en veiligheid van alle Zeeman medewerkers. Daarvoor volgen we de richtlijnen van de lokale overheden en communiceren hierover.
- We garanderen de continuïteit van Zeeman als bedrijf zowel op korte als lange termijn.
- Voor de communicatie over en het uitvoeren van maatregelen hanteren we onze eigen aanpak. Zuinig zijn dus, op mens, milieu en maatschappij. Concreet betekent dit:
  We gaan uit van de menselijke maat naar onze stakeholders, binnen en buiten het bedrijf. We gaan de dialoog aan, doen dit op een nette manier en kondigen geen eenzijdige beslissingen af. We zijn transparant en duidelijk op alle vlakken en naar iedereen. We tonen onze betrokkenheid en ons familiegevoel binnen en buiten ons bedrijf.

Leveranciersmanagement.
Deze principes hanteren we ook in de contacten met onze agenten en leveranciers in het Verre Oosten. Hoe sterk we van elkaar afhankelijk zijn kwam tijdens de crisis duidelijk naar voren.

Bij onze leveranciers en de partners waarmee we in veel gevallen tientallen jaren zakendoen, hebben we gekozen voor een maatwerkaanpak. Met als doel continuïteit voor onze partners en voor Zeeman. Begin 2021 hebben we aan werknemers van onze leveranciers in India en Bangladesh een compensatie uitgekeerd voor het loon dat ze tijdens de lockdown in april 2020 zijn misgelopen. De lonen waren in Bangladesh met 35% en in India met 50% gekort. De compensatie is gedaan voor ons aandeel van minimaal 5% van de totale productie bij een leverancier.

Als Fair Wear-lid konden we ons scharen achter het standpunt van Fair Wear. Zij geven merken een grote rol bij het beïnvloeden van de lonen voor kledingarbeiders.



Over Zeeman.

Zeeman is een keten van textielwinkels met meer dan 1.300 winkels in zeven Europese landen en een webshop. Zeeman staat voor kwalitatieve basics en textiel.

Onze ontwerpen zijn eenvoudig. Zo kunnen we ze goedkoop en in grote hoeveelheden laten maken. En door alles slim te organiseren, hebben we de laagst mogelijke prijs. We hebben een breed aanbod in onze vier kerngroepen: baby- & kinderkleding, beenmode, huishoudtextiel, ondergoed & nachtkleding. Daarnaast hebben we dames- en herenmode en non-textiel, zoals food, woonaccessoires en schoonmaakproducten. Zeeman is een familiebedrijf: de aandelen zijn voor 100% in handen van de familie Zeeman.

Eén centraal servicekantoor en distributiecentrum.

De wortels van Zeeman liggen in Alphen aan den Rijn in Nederland. Jan Zeeman opende daar in 1967 de eerste winkel in huishoudtextiel en basiskleding. Nu bestaat onze onderneming uit de Zeeman Groep B.V. (houdstermaatschappij) en onze dochterondernemingen in Nederland en verschillende andere Europese landen en Hongkong. Het servicekantoor is nog steeds te vinden in Alphen aan den Rijn. Buiten Nederland hebben we alleen de verkooporganisatie. Inkoop, distributie en alle andere ondersteunende diensten regelen we centraal vanuit Zeeman textielSupers B.V. We bevoorraden alle winkels vanuit het centrale distributiecentrum in Alphen aan den Rijn.

	2017	2018	2019	2020	2021
Netto omzet in miljoenen €	585,1	609,0	639,1	616,6	678,5
Consumentenomzet in miljoenen €	703,3	732,3	768,6	740,6	816,2
Aantal verkochte artikelen in miljoenen	283,0	284,4	284,0	261,9	278,4
Gemiddeld aantal medewerkers in FTE	5.868	6.019	6.067	6.246	6.479

Profiel

+1.303 **Textielwinkels**

7 **Europese landen**
België, Duitsland, Frankrijk, Luxemburg, Nederland, Oostenrijk en Spanje.

3 **Online winkels**
Voor Nederland, België en Frankrijk.

4 **Kerngroepen**
Baby- & kinderkleding, beenmode, huishoudtextiel, ondergoed & nachtkleding.

1 **Centraal servicekantoor en distributiecentrum**
Alphen aan den Rijn, Nederland.

sinds 1967 **Familiebedrijf**
100% aandelen in handen van familie Zeeman.

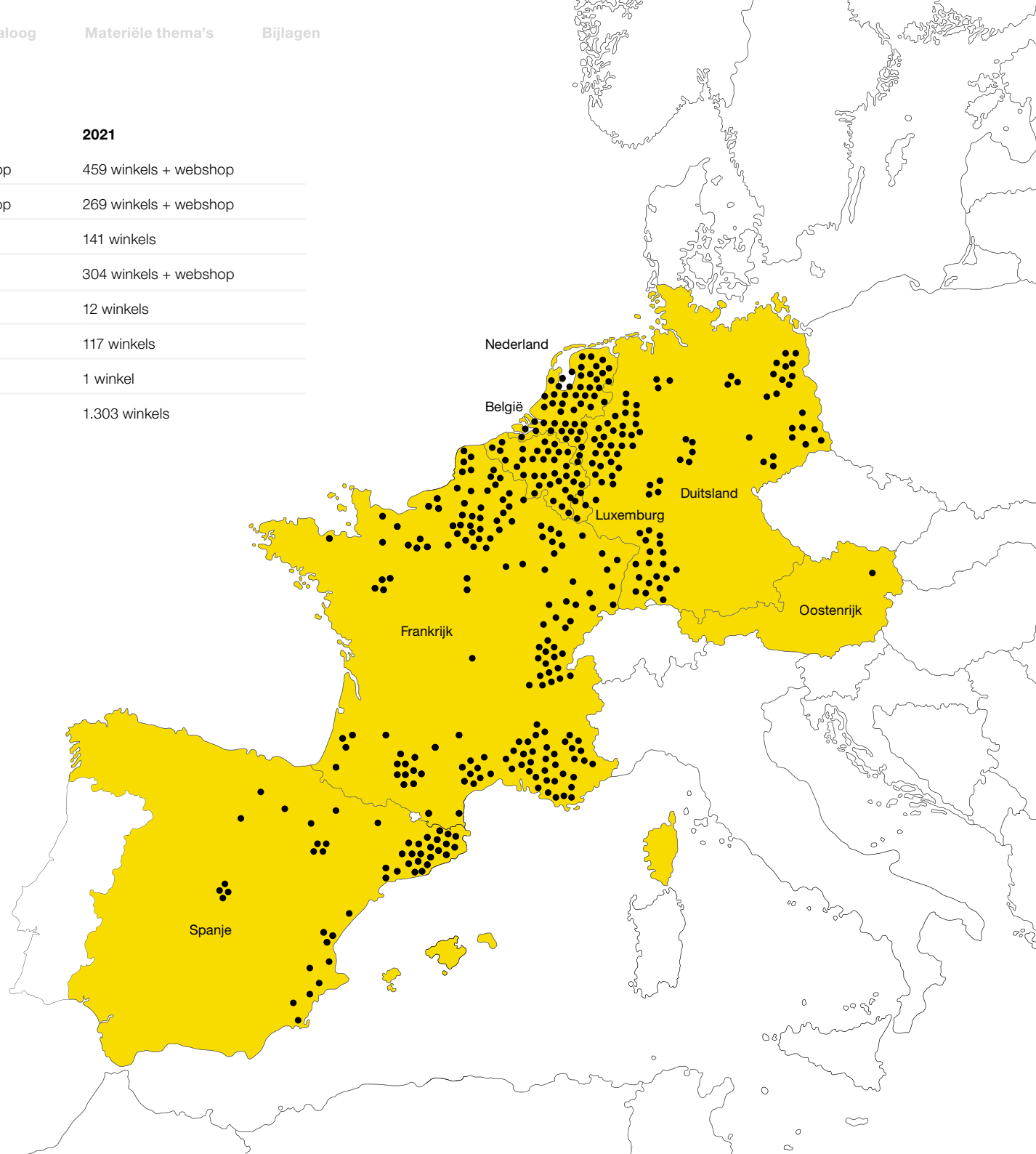
	2019	2020	2021
Nederland	490 winkels + webshop	468 winkels + webshop	459 winkels + webshop
België	270 winkels + webshop	268 winkels + webshop	269 winkels + webshop
Duitsland	155 winkels	149 winkels	141 winkels
Frankrijk	293 winkels	298 winkels	304 winkels + webshop
Luxemburg	12 winkels	12 winkels	12 winkels
Spanje	56 winkels	83 winkels	117 winkels
Oostenrijk	2 winkels	1 winkel	1 winkel
Totaal	1.278 winkels	1.279 winkels	1.303 winkels

Investeren in de kwaliteit van onze winkels.

In 2021 hebben we vooral geïnvesteerd in het verbeteren en uitbreiden van onze winkels. De kwaliteit van het winkelbestand werd verbeterd door renovaties en door sluitingen van minder goed presterende winkels. Eind 2021 waren er in totaal 1.303 Zeeman winkels.

Investeringen opgeschroefd.

In 2021 hebben we 71% meer geïnvesteerd dan in 2020. Dit is voor een deel gedaan om te groeien in met name Spanje en Frankrijk. Daarnaast is Zeeman in 2021 gestart met de modernisering van het distributiecentrum. Dit is noodzakelijk om de groeistrategie ook op lange termijn te kunnen ondersteunen.



Opmerkelijk eenvoudig.

Waardegedreven strategie.

Continuïteit.

Langetermijn relaties.

Gezonde financiële basis.

Verdedigen concurrentie-positie.

Streven naar marktleider-schap in kerngroepen.

Zuinig op mens, milieu en maatschappij.

Gericht op de lange termijn.

Zeeman is een familiebedrijf en voor honderd procent eigendom van de familie Zeeman. We hebben een gezonde financiële basis en zijn onafhankelijk. Dat koesteren we: Zeeman kiest voor continuïteit en langetermijnrelaties in plaats van winstmaximalisatie op de korte termijn.

Onze missie.

Bij Zeeman zien we veel complexiteit in de wereld. En vaak verbaast ons dat. Want wij geloven dat dingen beter worden als je ze eenvoudig maakt. En dat doen we graag, voor zoveel mogelijk mensen.

We kijken bij Zeeman met een eigen en nuchtere blik om ons heen. Naar producten, processen, trends, mode en gewoonten. Kan het niet eenvoudiger? Zelf blijven nadenken, dat is onze werkwijze.

Zuinig zit in onze strategie.

Samenwerking met andere ketenpartijen, transparantie over hoe we werken en interne betrokkenheid zijn belangrijke uitgangspunten om onze strategie gestalte te geven.

- We kiezen voor groei vanuit een gezonde financiële basis.
- We verdedigen onze concurrentiepositie: goed en goedkoop zijn ten opzichte van onze concurrenten.
- We streven naar marktleiderschap in onze vier kerngroepen, in ieder land waar we actief zijn.
- We zijn zuinig op mensen, milieu en maatschappij.

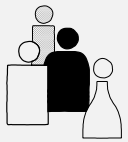
Onze MVO doelstellingen.



Mens.



Milieu.



Maatschappij.

Zuinig omgaan met onze medewerkers, zuinig op het milieu en zuinig op de maatschappij zijn de doelstellingen van het MVO-beleid van Zeeman.

Lees meer op pagina 14

Duurzaam verankerd.

Interview met Bert Roetert, Voorzitter Raad van Commissarissen.

Op welke manier bent u als voorzitter van de RvC betrokken bij Zeeman?
Ik ben als voorzitter van de RvC zeer betrokken bij het wel en wee van Zeeman en dus ook bij het MVO-beleid.

Wat is, vanuit uw perspectief als toezichthouder, de visie op het MVO-beleid van Zeeman?
Het gevoerde MVO-beleid van Zeeman was een belangrijke reden om ja te zeggen toen ik in 2018 werd gevraagd om voorzitter van de RvC van Zeeman te worden. Als toezichthouder op dit beleid kan ik na vier jaar niets anders zeggen dan dat dit MVO-beleid zich nog steeds verder ontwikkelt. En dat moet ook, want een goed MVO-beleid is proactief gericht en moet zeker niet reactief achteraf worden ingezet.

Hoe zien jullie erop toe dat MVO voldoende is geïntegreerd binnen Zeeman en dat doelstellingen worden behaald?
'Het gaat erom dat Zeeman verantwoordelijkheid neemt voor maatschappelijk verantwoord ondernemen in de hele keten. Zo veel mogelijk voor het gehele traject. Van de katoenplukker tot de consument en alles daartussenin. Dat is best moeilijk, omdat niet alle omstandigheden te beïnvloeden zijn. Maar waar wij zelf mee aan het stuur zitten, moeten we deze verantwoordelijkheid nemen. Dat betekent ook dat het management beoordeeld wordt op het uitvoeren van de doelstellingen uit het MVO-beleid. Het gaat in 2021 niet alleen om cijfers, maar ook om de continuïteit van de onderneming op maatschappelijk vlak. Alleen die bedrijven die in hun beleid factoren als duurzaamheid en algemeen welbevinden een belangrijke plaats geven, zullen uiteindelijk overleven, simpelweg omdat de gunfactor in de markt een steeds belangrijkere rol zal spelen.'

Wat vindt u zelf het meest relevante MVO-thema, en waarom?
'Volgens mij is het, met het oog op bovengenoemde kaders, niet goed om op één MVO-thema de focus te leggen. Wij moeten ieder jaar onze gestelde doelstellingen behalen en proactief nieuwe doelstellingen laten aansluiten op de trends en ontwikkelingen die wij in de samenleving zien. Sociaal en empathisch zakendoen is wat mij betreft het credo. Dat is geen nieuwe holistische visie, maar een noodzakelijke basis van een gezonde business strategie die gericht is op de toekomst.'



"Het gaat erom dat Zeeman verantwoordelijkheid neemt voor maatschappelijk verantwoord ondernemen in de hele keten."

Zie pagina 55 voor Raad van Commissarissen

Stuurgroep MVO

- **CEO** Erik-Jan Mares
- **Inkoop** Erica Roolvink
- **CFO t/m dec. 2021** Albert van Bolderen
- **Manager MVO & kwaliteit** Arnoud van Vliet
- **Supply Chain & Logistiek** Jan Willem van 't Hof
- **CFO v.a. jan. 2022** John Morssink
- **Verkoop** René de Lege
- **Officer MVO & Kwaliteit** Kelly Kristelijn
- **Marketing & e-Commerce** Caroline van Turennout
- **Controlling** Caro van Gorp
- **HR** Suzanne Terpstra

Verankering van MVO in onze cultuur.

Goede en verantwoord gemaakte kleding en textiel voor de laagst mogelijke prijs.
Bij Zeeman kan het, doordat we alles eenvoudig houden.

Wat ons drijft.

Alles eenvoudig houden, dat is wat ons drijft. Want wij geloven dat dingen beter worden als je ze eenvoudig maakt. Dat geldt ook voor de woorden die we gebruiken. Iedereen heeft het tegenwoordig over maatschappelijk verantwoord ondernemen en duurzaamheid. Wij noemen dat gewoon zuinig. Als familiebedrijf zijn we altijd zuinig geweest. Zuinig met de middelen die we nodig hebben. En zuinig op de mensen die voor ons werken, het milieu en onze maatschappij. Want als je overal zuinig op bent, gaan goed én goedkoop prima samen.



Hoe we het doen.

Onze drie waarden beschrijven onze bijzondere cultuur: betrokken, zuinig en eigenzinnig. Met een eigen en nuchtere blik pakken we de dingen aan. Zo blijven we op één lijn en vormen één Zeeman. Ondanks de fysieke afstand tussen de winkels en het servicekantoor.

Betrokken.
Bij Zeeman werken we als één team. Of je nu een maatpak, overhemd, T-shirt of overall aan hebt, overal zitten mouwen aan waar je je handen uit kunt steken. We geloven in een langdurige samenwerking met onze leveranciers en vinden het belangrijk om eerlijk en rechtvaardig zaken te doen.

Zuinig.
Dit typisch Nederlandse woord heeft twee betekenissen: zorgzaam en kostenbewust. We zijn kostenbewust, maar vinden het belangrijk om zorgvuldig om te gaan met mensen, middelen, milieu en maatschappij. We zoeken altijd naar de juiste balans en doen dat heel transparant. Iedereen die bij Zeeman werkt, denkt drie keer na voor iets uit te geven. Want als je ergens zuinig op bent, ga je er met respect mee om.

Eigenzinnig.
We zijn onafhankelijk en bepalen onze eigen koers. We hoeven geen verantwoording af te leggen aan externe aandeelhouders. We luisteren wel goed naar onze stakeholders. Zelf nadenken en met creatieve oplossingen komen: dat vind je overal in de organisatie terug. Als we ergens in geloven, proberen we het liever zelf uit. We besteden zaken pas uit als het écht niet anders kan. Dat heeft met kosten te maken, maar nog meer met wat ons logisch lijkt.

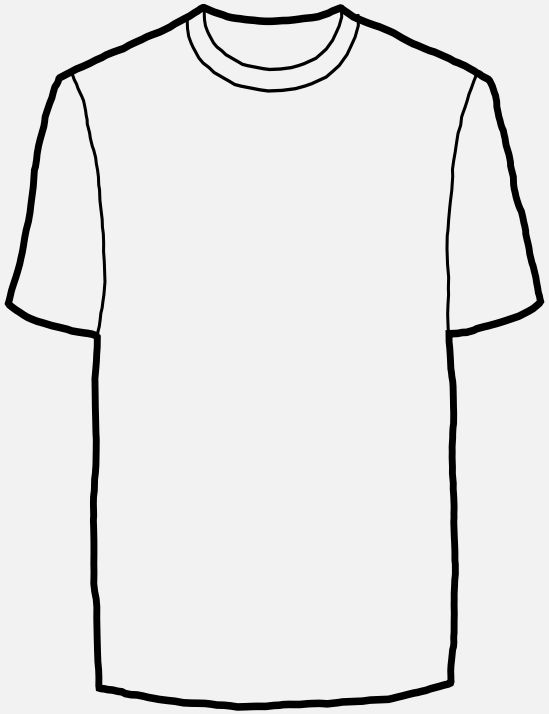
Wat de wereld er van merkt.

Mens.
We werken met respect voor elkaar, onze klanten, onze collega's en onze partners. We vinden de mening van onze collega's belangrijk, en betrekken elkaar bij alles wat we doen. Zo kunnen we samen onze doelen bereiken. We investeren ook in langdurige relaties met onze leveranciers, en gaan uit van win-win situaties.

Milieu.
Door zuinig te zijn op materialen besparen we bij Zeeman op kosten en zorgen we tegelijkertijd voor een lagere belasting van het milieu. Zo gaan goed en goedkoop bij ons prima samen.

Maatschappij.
Door zuinig te ondernemen is Zeeman al jarenlang een stabiele werkgever voor meer dan 8.400 mensen, een betrouwbare klant voor een groot aantal producerende en dienstverlenende bedrijven, en maakt Zeeman verantwoord gemaakte producten die bereikbaar zijn voor iedereen.

Hoe anderen het doen.



Merkshirt

24,95

Hoe wij het doen.

Onze slimme bedrijfsvoering zorgt voor de lage prijs.



Zeemanshirt

2,49

Ons doel. Onze impact.

En de inzet die van Zeeman verwacht wordt om de doelen te bereiken.

% gecorrigeerde grote verbeterpunten Zeeman social audit.

100%

Bereikt in 2021

Fabrieken in het Verre Oosten en in Turkije waar het verschil tussen minimum, daadwerkelijk en leefbaar loon inzichtelijk is gemaakt.

33%

Bereikt in 2021

% steekproeven gedaan in de rapportageperiode met een goed resultaat.

98%

Bereikt in 2021

ZEEMAN

Doelstellingen

Zuinig op de maatschappij inclusief de optimalisatie van arbeids-omstandigheden in de keten.

Zuinig omgaan met het milieu.

Zuinig op onze medewerkers.

De SDG's waaraan wij bijdragen.

1 3 6 8 12 13 17

% duurzaam katoen t.o.v. totale katoenconsumptie.

59%

Bereikt in 2021

% totaal duurzame materialen in kleding en textiel t.o.v. totale consumptie.

39%

Bereikt in 2021

Ziekteverzuim.

6,7%

Bereikt in 2021

Zie pagina 15 voor uitgebreide informatie.

Sustainable Development Goals.

De 17 Sustainable Development Goals (SDG) zijn ontwikkeld door de Verenigde Naties en maken deel uit van de agenda voor Duurzame Ontwikkeling. De bestrijding van honger en armoede zijn twee belangrijke doelstellingen. Maar ook gezondheid en welzijn, schone energie, aandacht voor het klimaat en economische doelen spelen een rol. In 2030 moeten alle doelen gerealiseerd zijn. Met onze activiteiten dragen we bij aan de realisatie van onderstaande SDG's.



Het eerste doel gaat over het beëindigen van armoede. Niemand mag in 2030 nog in extreme armoede leven. Wij vinden dat iedereen die aan Zeeman producten werkt een leefbaar loon zou moeten verdienen.
Lees meer op pagina 34.



Doel drie gaat over gezondheid en welzijn voor iedereen van jong tot oud. Bij Zeeman sturen we op duurzame inzetbaarheid en het terugdringen van ziekte-verzuim. Bovendien bieden we trainingen aan ter bevordering van de gezondheid van onze medewerkers.
Lees meer op pagina 50.



Sinds 2018 werken we actief aan het terugdringen van mogelijk negatieve milieu-impact van de productie van onze leveranciers. Een belangrijk speerpunt is dat in fabrieken waar voor ons geproduceerd wordt, gebruik moet worden gemaakt van een waterzuiveringssysteem, om waterverontreiniging tegen te gaan.
Lees meer op pagina 37.



Sinds jaar en dag zetten we ons in om de arbeidsomstandigheden in onze toeleveringsketen te verbeteren. Door samen te werken met onze stakeholders, sociale dialoog en lange termijn relaties met onze leveranciers hebben we de arbeidsomstandigheden structureel verbeterd. We blijven de samenwerking opzoeken en we willen het steeds een stapje beter doen.
Lees meer vanaf pagina 24.



We vinden het belangrijk om zuinig om te gaan met onze planeet. Daarom maken we steeds meer gebruik van duurzame materialen, zoals biologisch katoen. Daarbij zijn we zuinig met water en gebruiken we geen chemicaliën die schadelijk zijn voor het milieu. Daarnaast gaan we de komende jaren circulariteit steeds verder integreren in ons beleid.
Lees meer vanaf pagina 40.



Om ons steentje bij te dragen tegen klimaatverandering, kijken we ook dichterbij huis hoe we kunnen verduurzamen en onze footprint kunnen beperken. Zo vervoeren we zoveel mogelijk over water en sturen we op het verlagen van onze CO_2-uitstoot per rolcontainer.
Lees meer vanaf pagina 47.



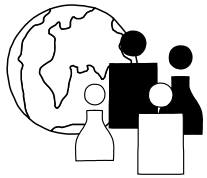
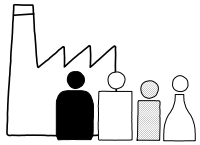
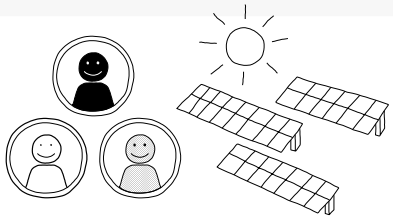
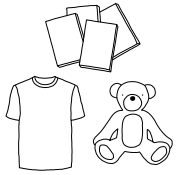
Om grote maatschappelijke thema's aan te pakken is samenwerking essentieel. Wij doen dit binnen het International Accord for Health and Safety in the Garment and Textile Industry, Fair Wear en het Textielconvenant en met brancheorganisaties en NGO's. Samen werken we onder andere aan veilige en eerlijke arbeidsomstandigheden en minder impact op het milieu.
Lees meer op pagina 27.

Waardecreatie in de keten.

Onze strategie en onze duurzaamheidsthema's bepalen samen waar we voor onze stakeholders waarde toevoegen. Vanuit verschillende invalshoeken werken we aan de verduurzaming van ons assortiment en onze bedrijfsvoering. Het begrip zuinig, dat verankerd is in onze strategie, komt naar voren in de acht actuele duurzaamheidsthema's waar leveranciers, klanten, medewerkers en andere betrokken stakeholders waarde aan hechten.

Het waardecreatiemodel laat zien waar en op welke wijze we waarde toevoegen. Aan de basis liggen de materialiteitsmatrix, onze strategie, duurzaamheidsthema's en Sustainable Development Goals. Investeringen maken het mogelijk om ons werk te doen. Denk aan winkels, producten, transport, medewerkers en voldoende financiën. We bieden werkgelegenheid aan Door zuinig te ondernemen is Zeeman al jarenlang een stabiele werkgever voor meer dan 8.400 medewerkers. Vanzelfsprekend is ook de continuïteit van de organisatie een belangrijk uitgangspunt.

Schakel in de keten.

Lokale bevolking productielanden.	Katoenboeren.	Lokale agenten. Leverancier & fabrieksmedewerkers.		Medewerkers.	Servicekantoor.	Klant.
						
Input. **€ 100.000** gedoneerd aan projecten in India en Bangladesh.	**Input.** **7.303.197 kg** duurzaam katoen gesourced.	**Input.** **32** Verre Oosten en Turkije leveranciers waarbij onafhankelijke leveranciersaudits zijn uitgevoerd.	**Input.** **4** trainingen t.a.v. lokale thema's in de toeleveringsketen.	**Input.** Beleid vitaliteit en duurzame inzetbaarheid.	**Input.** **8.654** zonnepanelen zorgen voor duurzame energie.	**Input.** **445** kwaliteitssteekproeven uit ons assortiment.
Resultaat. Opvang en training van meisjes na bevrijding uit prostitutie.	**Resultaat.** **59%** van alle katoenen kleding en textiel bestaat uit duurzaam katoen.	**Resultaat.** **11** grote verbeterpunten uit 2020 die inmiddels zijn gecorrigeerd in 2021.	**Resultaat.** Seminar deel 2 Gender Inclusiveness in Pakistan, violence & harrasment in Bangladesh, FWF WEP-basic in China, Turkije en India, Chemical management in India, Pakistan en Bangladesh.	**Resultaat.** **6,72%** ziekteverzuim.	**Resultaat.** **1,4** megawatt opbrengst.*	**Resultaat.** **98%** steekproeven gedaan in de rapportageperiode met een goed resultaat.
Impact. Weer veilig terug in de lokale samenleving.	**Impact.** Minder milieu-impact door duurzame katoenteelt.	**Impact.** Veilige arbeidsomstandigheden voor de fabrieksmedewerkers.	**Impact.** Verbeterde arbeidsomstandigheden door capacity building.	**Impact.** Vitale medewerkers.	**Impact.** Reductie CO_2-uitstoot.	**Impact.** Kwalitatief goed en veilig assortiment in onze winkels.

Gehele operatie:

Input. **€ 41,1 miljoen** Investeringen.

Resultaat. **816,2 miljoen** Omzet.

Impact. **Werkgelegenheid voor 8.473 mensen in 7 landen.**

*Dat is minder dan in 2020 doordat het dak van het distributiecentrum is verbouwd. Ook was het aantal zonuren in 2021 fors lager (2020 was uitzonderlijk zonnig).

Connectiviteitsmatrix.

Onderstaande matrix laat zien op welke manier onze doelstellingen, materiële thema's en KPI's aan elkaar gekoppeld zijn. De matrix kan gebruikt worden om te navigeren naar de bijbehorende informatie. Wij realiseren ons dat de impact van ons werk op stakeholders verder gaat dan de cijfers. Hier geven we bij onze materiële thema's meer toelichting op. Voor een aantal thema's doen we eerst een nulmeting om hier vervolgens concrete doelstellingen aan te verbinden.

Transparantie en traceerbaarheid in de leveranciersketen.

KPI
% Verre Oosten en Turkije leveranciers waarbij onafhankelijke leveranciersaudits zijn uitgevoerd.

Doelstelling 2021	**Behaald 2021**	Doelstelling 2022
100%	**98%**	100%

SDG 8 **SDG** 17

Veilige en gezonde arbeidsomstandigheden.

KPI
% gecorrigeerde grote verbeterpunten Zeeman social audit.

Doelstelling 2021	**Behaald 2021**	Doelstelling 2022
100%	**100%**	100%

Bedrijfsongevallenratio.

Behaald 2020	**Behaald 2021**
2,26	**2,55%**

SDG 8 **SDG** 17

Kinder- en gedwongen arbeid.

KPI
% katoen van onze totale katoenconsumptie waarvan de toeleveranciers bekend zijn (zodat de herkomst te herleiden is).

Doelstelling 2021	**Behaald 2021**	Doelstelling 2022
70%	**70%**	85%

SDG 8 **SDG** 17

Duurzame inkooppraktijken.

KPI
% van de inkoopwaarde bij de 50 grootste Verre Oosten en Turkije leveranciers.

Doelstelling 2021	**Behaald 2021**	Doelstelling 2022
75%	**72%**	75%

% van de 50 grootste Verre Oosten en Turkije leveranciers waarmee we 5 jaar of langer samenwerken.

Doelstelling 2021	**Behaald 2021**	Doelstelling 2022
95%	**84%**	92%

SDG 8 **SDG** 17

Leefbaar loon.

KPI
% fabrieken in het Verre Oosten en in Turkije waar het verschil tussen minimum, daadwerkelijk en leefbaar loon inzichtelijk is gemaakt.

Doelstelling 2021	**Behaald 2021**
60%	**33%**

Doelstelling 2022: We willen leefbaar loon mogelijk maken voor ons aandeel in productie bij minimaal één leverancier in elk productieland.

SDG 1 **SDG** 17

Milieuvervuiling fabrieken.

KPI
% leveranciers in het Verre Oosten en Turkije dat tenminste een wet processing unit gebruikt met een waterzuiveringssysteem (ETP, effluent treatment plant).

Doelstelling 2021	**Behaald 2021**	Doelstelling 2022
95%	**95%**	100%

SDG 3 6 **SDG** 17

Duurzame grondstoffen en materialen.

KPI
% duurzaam katoen t.o.v. totale katoenconsumptie.

Doelstelling 2021	**Behaald 2021**	Doelstelling 2022
50%	**59%**	70%

% van totaal duurzame materialen in kleding en textiel t.o.v. totale consumptie.

Doelstelling 2021	**Behaald 2021**	Doelstelling 2022
35%	**39%**	50%

% recycled materialen t.o.v. totale consumptie.

Doelstelling 2021	**Behaald 2021**	Doelstelling 2022
NB	**3,5%**	10%

SDG 12 **SDG** 17

Circulaire economie & Verpakkingsmateriaal en afval.

KPI
% gerecycled afval.

Doelstelling 2021	**Behaald 2021**	Doelstelling 2022
91%	**89%**	91%

Bedrijfsafval (kg).

Behaald 2021
628.422 kg

SDG 12 **SDG** 17

Ons speelveld.

Op weg naar een circulaire economie.

Zijn klanten nog steeds op zoek naar duurzaam?
'Ja, in 2021 zien we dat 47% van de consumenten vindt dat een duurzame wereld bij henzelf begint. Maar tegelijkertijd blijven klanten prijsbewust. Dat is een interessante ontwikkeling. Mensen willen weten dat het goed zit. De markt speelt ook steeds vaker op deze behoefte in.
In de kledingsector heeft de Autoriteit Consument en Markt (ACM) in 2021 ruim 70 bedrijven gevraagd hun duurzaamheidsclaims kritisch te bekijken. Daarna heeft de ACM zelf de duurzaamheidsclaims van tien grote kledingbedrijven gecontroleerd op de juistheid, duidelijkheid en controleerbaarheid van de informatie. Zo kwam de ACM misleidende claims tegen. Een kledingbedrijf bood een duurzame collectie aan, maar het was niet duidelijk wat er precies duurzaam aan was.
De ACM doet dit onderzoek, omdat consumenten die duurzaam willen kopen recht hebben op juiste, duidelijke en controleerbare informatie. Daarnaast worden bedrijven die het goed doen beschermd tegen concurrenten die misleiden. Zeeman heeft geen contact met de ACM gehad, en ook geen opmerkingen over de duurzaamheidsclaims ontvangen.

Is Zeeman circulair?
'Circulariteit krijgt een steeds prominentere plek binnen onze strategie. We zien dat grondstoffen schaars worden (en dus kostbaar) en we weten wat de milieueffecten zijn van onze productie van grondstof tot eindproduct. Duidelijk is dat de urgentie toeneemt.'

Hoe werken jullie aan een circulair assortiment?
'Bij Zeeman richten we ons op basis kleding en textiel van goede kwaliteit, dus geen fast fashion. We vinden het belangrijk dat onze klanten lang kunnen doen met hun kleding. Een ander voordeel is dat ons assortiment hierdoor niet trendgevoelig is. We hoeven dus niet elke 8 weken een ander winkelbeeld neer te zetten.'

Heeft Zeeman circulaire ambities?
'We willen de komende jaren sterk inzetten op circulariteit, dat begint al in de ontwerpfase. Daarnaast is het vanaf begin 2022 ook mogelijk voor klanten om gebruikte kleding bij alle Nederlandse Zeeman filialen in te leveren. Dit doen we omdat onderzoek aantoont dat nog altijd 55% van de gebruikte kleding bij het restafval belandt. De pilot met de verkoop van tweedehands kleding gaan we in 2022 nauwgezet volgen. Op basis daarvan bekijken we of en hoe we daar in de toekomst op grotere schaal mee aan de slag kunnen.'

Delen jullie je kennis ook met jongeren?
'We vinden het belangrijk om onze duurzame aanpak met de volgende generatie te delen. Duurzaamheid krijgt terecht steeds meer aandacht in het onderwijs. We geven regelmatig gastlezingen op de Wageningen University, het Amsterdam Fashion Institute en de TMO Fashion Business School. Zo inspireren we scholieren en studenten en leren we ze om zelf ook duurzame keuzes te maken.'



Arnoud van Vliet, MVO & Kwaliteit manager.

Hoe klanten duurzaamheid waarderen.

De Monitor Merk & Maatschappij (voortzetting van Dossier Duurzaam) is een samenwerking van B-open en Market-Response. Jaarlijks doen zij onder consumenten markt-onderzoek naar het belang van duurzaamheid. In 2021 let 58% van de consumenten bij de aanschaf van kleding op de maatschappelijke impact. In 2017 was dit nog 45%. De overheid en bedrijven zijn volgens consumenten in 2021 het meest verantwoordelijk voor een betere wereld. Consumenten letten op verschillende thema's, denk aan milieu, lokale productie en dierenwelzijn. 36% van de consumenten zegt door de coronacrisis bewuster en duurzamer te zijn gaan consumeren, in 2020 was dit nog 30%. Ook is de aandacht voor circulariteit dit jaar weer verder gestegen. Ruim een derde (35%) van de consumenten hoeft geen producten te bezitten, als ze deze maar kunnen gebruiken. Vorig jaar was dit nog 30% en in 2017 nog maar 24%. Zo'n 56% van de consumenten krijgt meer vertrouwen in een merk als er een positieve bijdrage geleverd wordt aan de maatschappij.

Klanttevredenheid.

Om de klanttevredenheid in 2021 te meten, zijn net als in de afgelopen jaren, bij de kassa kaartjes meegegeven met daarop een link naar een enquête. Zo konden klanten direct na hun bezoek invullen hoe ze onze winkel hebben ervaren. Op 31 december 2021 was het rapportcijfer in Nederland ten opzichte van 2020 licht gestegen van 8,46 naar 8,57 gemiddeld (gemeten vanaf 01-01-2021). De NPS score is in 2021 gestegen van 53,3 naar 59,0 en de NLS is gestegen van 64,7 naar 68,6.

Testpanel.

Het afgelopen jaar hebben we klanten uitgenodigd mee te doen aan een kwaliteitsonderzoek van onze helden. Dat zijn basic artikelen die altijd in de schappen bij Zeeman te vinden zijn. De klanten die hieraan meededen kregen zo'n kledingstuk thuis. Aan de hand van een maandelijkse vragenlijst ontvingen we veel informatie over het verloop van de kwaliteit van het artikel. Vervolgens zijn de inkopers aan de slag gegaan met de bevindingen. Waar nodig zijn producten verbeterd.

Geen Black Friday.

Bij Zeeman hebben we iedere dag de laagst mogelijke prijzen. Wij zijn in 2021 daarom ook niet meegegaan met grote kortingsacties tijdens de bekende, grote commerciële verkoopdagen als Black Friday. Wij hebben het moment juist aangegrepen om ons standpunt daarin duidelijk te maken, met de winkelposter die hiernaast is afgebeeld.

Altijd de laagste prijs.

Nog meer dan voorheen hebben we ons in 2021 gehouden aan de EDLP-propositie: every day low prices, dus weinig afprijzingen. Een opruiming is bij Zeeman geen truc om klanten binnen te krijgen. Het is een noodzaak om restanten te kunnen opruimen. We hebben dit aan de klant duidelijk gemaakt met speciale communicatie.



Onze stakeholders.

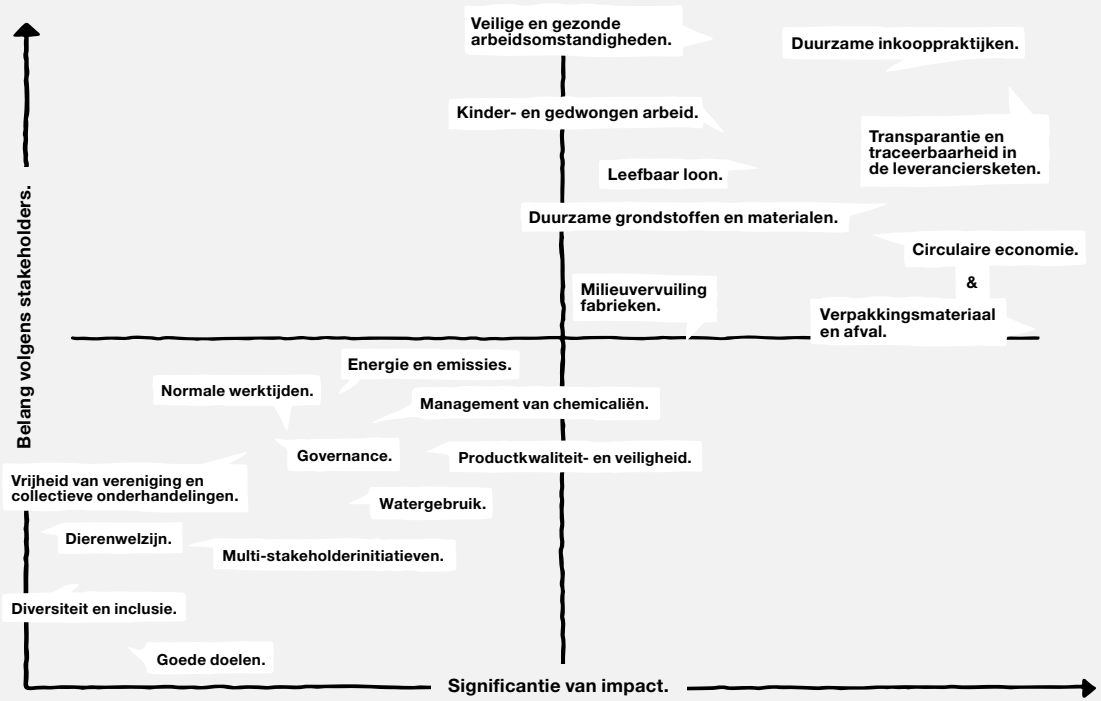
Stakeholdergroep.	Uitgangspunt.	Agendapunten.	Wijze van dialoog.	Frequentie.
Klanten.	Onze (potentiële) klanten zijn onze belangrijkste stakeholders. We willen goede- en verantwoord geproduceerde kleding en textiel voor zo veel mogelijk mensen toegankelijk maken.	Transparantie, Materiaalgebruik, Kwaliteit & product-veiligheid, Circulaire economie	Winkels, website, nieuwsbrieven, advertenties en folders, social media, MVO jaarverslag, klantenservice.	Dagelijks.
Leveranciers en agenten in productielanden.	We werken samen met onze leveranciers en agenten en sturen op lange termijn relaties. Om onze doelstellingen te realiseren is gezamenlijke toewijding belangrijk.	Transparantie en traceerbaarheid, Duurzame inkoop-praktijken, Veilige en gezonde arbeidsomstandigheden, Leefbaar loon, Kinder- en gedwongen arbeid, Vrijheid van vereniging, Milieuvervuiling fabrieken, Duurzame grondstoffen en materialen, Circulaire economie.	Digitale correspondentie, bezoek kantoren en fabrieken, leveranciersbijeenkomst, tenderprocedures, agent newsletter.	Dagelijks.
Medewerkers.	Onze eigen medewerkers zijn de kern van onze organisatie. Alleen met betrokken medewerkers kunnen we groei realiseren.	Transparantie, Duurzame inkooppraktijken, Duurzame inzetbaarheid en opleidingen, Persoonlijke groei en ontwikkeling, Diversiteit en inclusie, Welzijn op werk.	Ondernemingsraad, MVO stuurgroep vergadering, directie & RVC overleg, Sales & Service dagen, winkelstage, interne facebook pagina, MVO e-learning.	Dagelijks.
Overheidsinstanties.	Een betrokken overheid zal helpen om sectorbreed te verduurzamen. We vinden het belangrijk om transparante gesprekken te voeren met overheden en hen te betrekken bij onze doelstellingen en uitdagingen.	Transparantie, Wetgeving (bijvoorbeeld: producen-tenverantwoordelijkheid, due diligence, circulariteit, kinderarbeid, verpakkingsmateriaal en afval, kwaliteit en veiligheid), Multistakeholder initiatieven.	Digitale correspondentie, bijeenkomsten, controle bezoeken, multistakeholder initiatieven.	Maandelijks.
NGO's en brancheorganisaties.	We geloven dat transparantie loont. Daarom gaan we open gesprekken aan met NGO's en brancheorganisaties.	Transparantie en traceerbaarheid, Duurzame inkoop-praktijken, Veilige en gezonde arbeidsomstandigheden, Leefbaar loon, Kinder- en gedwongen arbeid, Vrijheid van vereniging, Milieuvervuiling fabrieken, Duurzame grondstoffen en materialen, Circulaire economie, Dieren-welzijn.	Werkgroepen, bijeenkomsten via multi-stakeholder initiatieven, MVO jaarverslag, stakeholderdialoog.	Wekelijks.
Familie Zeeman.	We zijn al sinds onze oprichting in 1967 een familiebe-drijf. De familie Zeeman is ruim 50 jaar later nog altijd betrokken bij de koers die we met elkaar varen.	Strategische beslissingen en doelstellingen.	Bijeenkomsten en vergaderingen.	Eens per kwartaal.
Raad van Commissarissen.	De RvC bestaat uit vier personen en is een toezicht-houdend orgaan. De RvC komt minimaal eens per kwartaal bijeen op ons servicekantoor.	Strategische beslissingen en doelstellingen.		Periodiek.
Peers.	We zoeken de samenwerking op met andere peers en leren graag van best practices. Ketensamenwerking is een belangrijk onderdeel binnen onze strategie.	Duurzame inkooppraktijken, Transparantie en traceer-baarheid, Veilige en gezonde arbeidsomstandigheden, Leefbaar loon, Kinder- en gedwongen arbeid, Vrijheid van vereniging, Milieuvervuiling fabrieken, Duurzame grondstoffen en materialen, Circulaire economie.	Via stakeholderdialoog en bijeenkomsten van het Bangladesh Accord, Textiel-convenant, Fair Wear Foundation en andere (multistakeholder) Initiatieven.	Regelmatig.
Media.	We leggen graag uit hoe goedkoop en verantwoord bij ons goed samen gaan. We willen daarbij transparant zijn over wat we goed doen en waar nog ruimte is om te verbeteren.	Transparantie (bijvoorbeeld m.b.t. product, milieu impact en arbeidsomstandigheden), Kwaliteit & productveilig-heid.	Telefonische of fysieke interviews, MVO jaarverslag, stakeholderdialoog.	Regelmatig.

Materiële thema's.

In één oogopslag zie je het belang van de verschillende MVO-thema's die we met onze stakeholders hebben benoemd. Rechtsboven staan de thema's met de grootste 'materialiteit'. Ze zijn voor zowel Zeeman als onze stakeholders van groot belang. De matrix kan worden gebruikt om makkelijk te navigeren naar de achterliggende content.

Voor de meeste materiële thema's uit deze matrix is een risicoanalyse uitgevoerd. Hierbij is bekeken hoe waarschijnlijk het is dat het risico zich voordoet en wat de ernst is van het risico. Wat kunnen mogelijke gevolgen zijn en zijn deze gevolgen omkeerbaar? Daarbij is ook bekeken in hoeverre Zeeman bij het mogelijke risico betrokken is.

Materialiteitsmatrix.



Transparantie en traceerbaarheid in de leveranciersketen.

Een toeleveringsketen waarbij alle schakels van het productieproces inzichtelijk zijn waardoor de herkomst van een product te herleiden is.

Veilige en gezonde arbeidsomstandigheden.

Medewerkers moeten hun werk kunnen doen zonder dat ze daarmee het risico lopen om lichamelijke of geestelijke problemen op te lopen.

Kinder- en gedwongen arbeid.

Arbeid moet te allen tijde vrijwillig zijn en de geldende minimumleeftijd moet gerespecteerd worden.

Duurzame inkooppraktijken.

Bij duurzame inkooppraktijken wordt niet alleen gelet op prijs en kwaliteit, maar ook op de effecten ervan op mens en milieu.

Leefbaar loon.

Het is een mensenrecht dat eenieder, die arbeid verricht, recht heeft op een beloning die hem of haar en zijn of haar gezin een menswaardig bestaan verzekert. Dit houdt in dat het loon voldoende moet zijn om in de primaire levensbehoeften te voorzien.

Milieuvervuiling fabrieken.

Het effect van de productie op het klimaat en de lokale leefomgeving. Het verantwoord omgaan met chemicaliën en duurzaam energie- en waterverbruik.

Duurzame grondstoffen en materialen.

Duurzaam omgaan met, en inkoop van duurzame grondstoffen en keuzes maken voor duurzame materialen waarbij de milieu-impact laag is.

Circulaire economie & verpakkingsmateriaal en afval.

Zorgdragen dat materialen of producten aan het einde van hun levenscyclus niet vernietigd worden, maar gerecycled en hergebruikt, en het beperken van het materiaal waarin producten verpakt zitten.

groot risico | middelmatig risico | laag risico

thema 1

TRANSPARANTIE EN TRACEERBAARHEID IN DE LEVERANCIERSKETEN.



Duurzame dilemma's.

Dieper in de keten is het moeilijk om inzicht te krijgen in alle schakels: deze veranderen continu en er is geen directe link met de ververijen, wasserijen en spinnerijen. Daardoor is het lastig betrouwbare informatie te krijgen op basis waarvan we de juiste beslissingen kunnen nemen.

We vinden transparantie belangrijk, maar het kan ons ook kwetsbaar maken. Eventuele misstanden kunnen verschillend geïnterpreteerd worden.

Ontwikkelingen en resultaten.

Leveranciersgegevens openbaar op onze website.
Op onze website en op openapparel.org maken we de gegevens openbaar van onze directe leveranciers, onze indirecte leveranciers via importeurs en onze locatie waar geverfd, gewassen en geprint wordt, ook wel tier 2 genoemd.

Traceerbaarheid katoen.
Van 70% van alle katoenorders kunnen we de herkomst van de katoen herleiden. Ook die zijn openbaar gemaakt.

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Onze toeleveringsketen.

Onze artikelen worden doorgaans geproduceerd in het Verre Oosten en in Turkije. We hebben daar geen eigen fabrieken, maar werken samen met gespecialiseerde leveranciers waar we een jarenlange relatie mee hebben. Met sommige leveranciers werken we al ruim 20 tot 30 jaar samen. Er bestaan echter wel risico's aan het uitbesteden van productie aan het buitenland. Omdat het geen eigen fabrieken zijn, kunnen we minder invloed uitoefenen op de arbeidsomstandigheden dan wanneer dat wel het geval zou zijn. We gaan daarom niet met iedere leverancier in zee. Het afgelopen jaar hebben we een onboarding procedure ontwikkeld. Hiermee willen we ervoor zorgen dat het aanstellen van een nieuwe leverancier bewust gebeurt. Zo mag een leverancier pas voor ons produceren als de exacte productielocatie en de beschikbare auditrapporten met ons gedeeld zijn. Op die manier controleren we onder andere of de arbeidsomstandigheden goed en veilig zijn. Ook moet de leverancier kennis hebben genomen van onze gedragscode en deze hebben ondertekend. Dat staat ook vermeld in onze procedure voor het uitbesteden van orders. In de kleding- en textielindustrie komt het voor dat leveranciers orders laten uitbesteden. Dit wordt ook wel sub-contracting genoemd. Dit is een risico omdat we niet kunnen verifiëren dat de fabriek in overeenstemming met onze gedragscode opereert.

In de productielanden werken we met lokale agenten. Deze agenten spelen een belangrijke rol. Zij bezoeken onze leveranciers regelmatig en controleren de kwaliteit van onze artikelen tijdens de productie en voordat ze verscheept worden. Wanneer er uit fabriekscontroles blijkt dat er verbeterpunten zijn, zorgen zij voor tijdige opvolging.

We plaatsen ook orders bij Europese importeurs. Zij plaatsen onze orders op hun beurt vaak weer bij leveranciers in het Verre Oosten waar we geen directe relatie mee hebben. Om hier grip op te krijgen, vragen we alle beschikbare auditrapportages op. En dienen de leveranciers van onze importeurs de poster met informatie over het klachtenmechanisme van Fair Wear te verspreiden en de gedragscode te ondertekenen. Elk kwartaal willen we een rapportage met informatie over het materiaalgebruik en de locaties dieper in de keten. Denk aan de ververijen en wasserijen.

Transparency Pledge.

Onze toeleveringsketen bevat 200 directe leveranciers in 9 verschillende landen. Met in ieder land een andere cultuur en andere normen. Maar ook andere risico's en uitdagingen. Hoewel dit grote aantallen zijn, is ons aandeel in de wereldwijde industrie maar klein. Transparantie en traceerbaarheid zijn essentieel in onze strategie. We willen transparant zijn over waar en onder welke omstandigheden onze producten zijn gemaakt. Daarom hebben we in mei 2019 de Transparency Pledge (transparencypledge.org) ondertekend en de gegevens van onze leveranciers gepubliceerd op onze website. Daarnaast zijn onze leveranciers en toeleveranciers ook vindbaar op de website openapparel.org. Daar is ook een eventuele overlap met andere merken en retailers zichtbaar. Verder rapporteren we jaarlijks over de grote verbeterpunten die naar voren komen tijdens fabriekscontroles door Fair Wear en TÜV SÜD. Door open te zijn, stellen we onze stakeholders in staat om ons aan te spreken op mogelijke verbeterpunten. Onze openheid heeft ervoor gezorgd dat we meer inzicht hebben in de overlap die er is met andere retailers in gedeelde fabrieken. Door samen op te trekken, vergroten we onze invloed om duurzame verandering teweeg te brengen in onze wereldwijde toeleveringsketens.

Dieper in de keten.

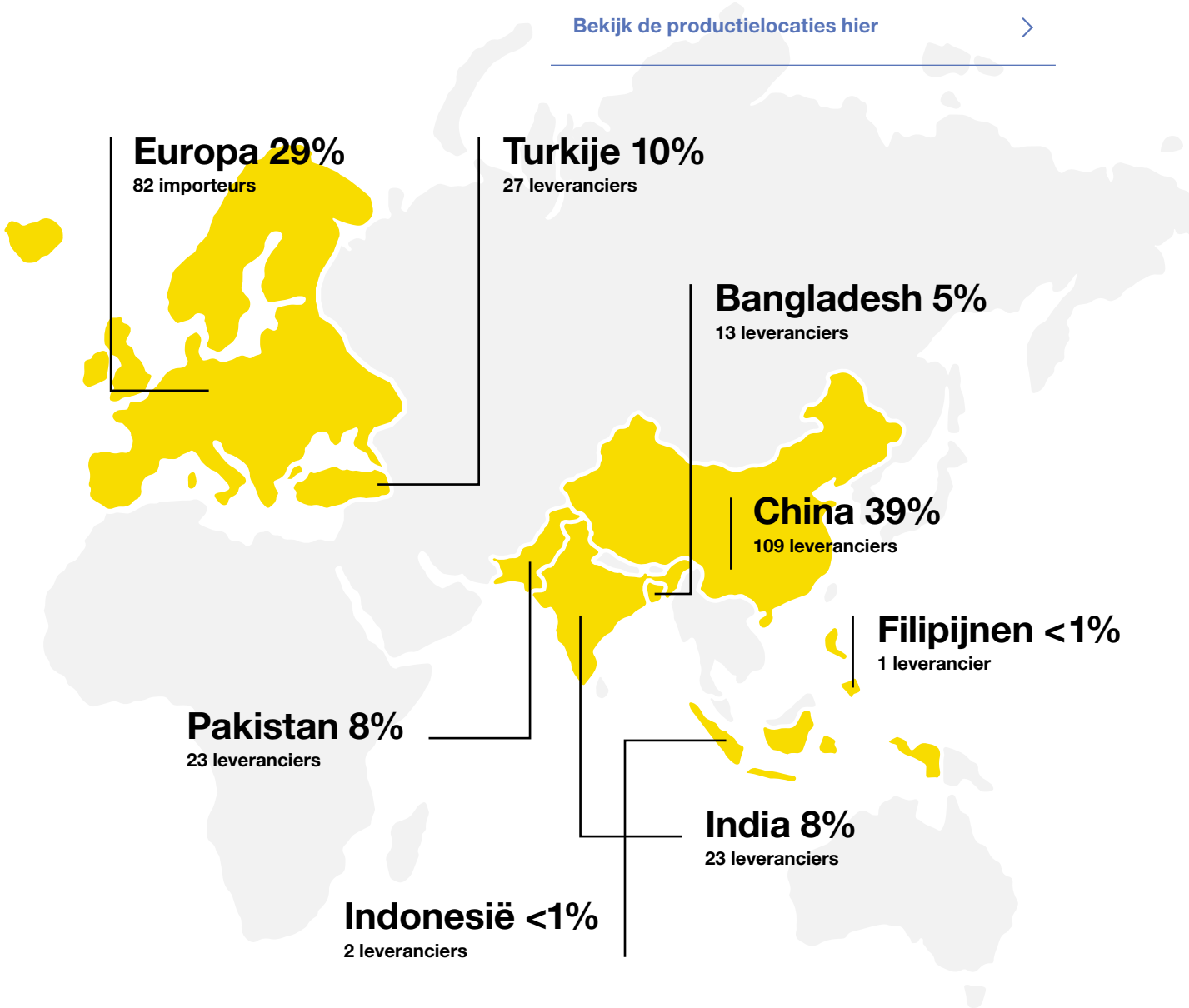
Er zitten nog veel meer schakels achter deze fabrieken. Een artikel heeft namelijk een lange weg afgelegd voordat het in onze winkels ligt. Op onze website maken we de gegevens openbaar van onze directe leveranciers, onze indirecte leveranciers via importeurs en onze locatie waar geverfd, gewassen en geprint wordt, ook wel tier 2 genoemd. De fabriek voert deze natte processen soms zelf uit, maar vaker worden ze aan andere fabrieken uitbesteed. Doordat we in het afgelopen jaar steeds meer data hebben verzameld, kunnen we deze gegevens publiekelijk delen op de website.

Voor de katoenproductie hebben we óók de stappen die hieraan vooraf gaan, inzichtelijk gemaakt. Want eerst is er een grondstof nodig, vervolgens moet er gesponnen worden en dan wordt er doek van gemaakt. Van 70% van alle katoenorders zijn de locaties met ons gedeeld waardoor we de herkomst van de katoen kunnen herleiden. Ook die zijn zichtbaar op openapparel.org.

We hebben geleerd dat sociale en milieurisico's zich met name dieper in onze keten voordoen. Bijvoorbeeld rond de sociale arbeidsomstandigheden in Tamil Nadu, Zuid-India. De spinnerijen in deze regio hebben we inzichtelijk kunnen maken: ze staan openbaar op zowel OAR als onze eigen website. We streven ernaar om steeds meer van deze schakels inzichtelijk te maken.

Op de wereldkaart hieronder geven we per land het percentage van de inkoopwaarde aan en het aantal leveranciers en importeurs waar we mee samenwerken.

Bekijk de productielocaties hier



Communicatie naar de consument.

Sinds 2019 communiceren we via onze artikelen ook waar ze geproduceerd zijn. In het carelabel vermelden we het productieland via een link naar een webpagina. Op deze pagina geven we achtergrondinformatie over het betreffende productieland.

Ons leveranciersbestand.

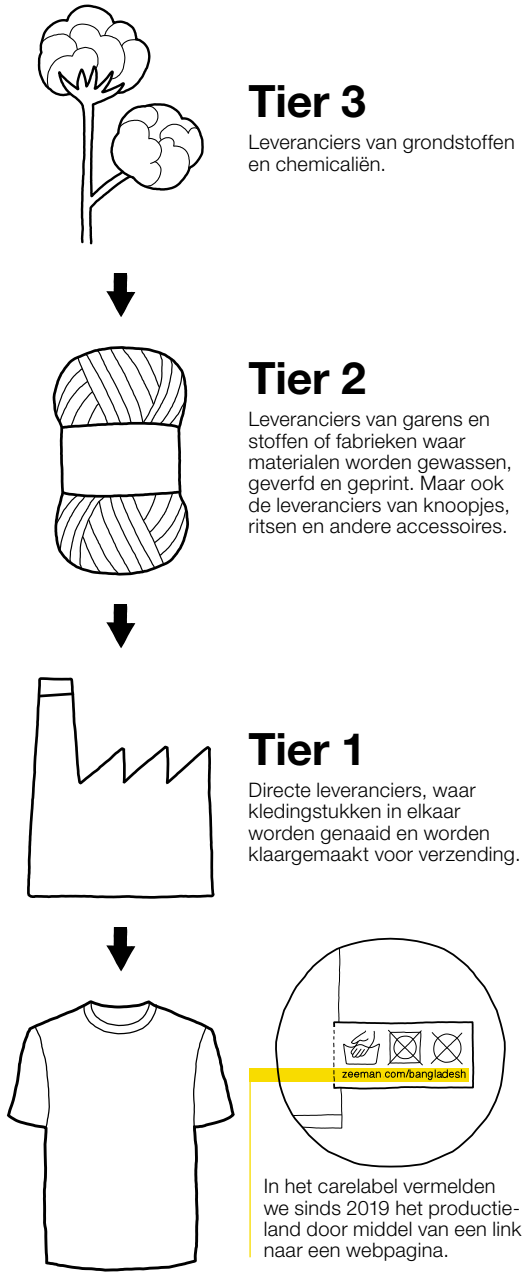
Bij Zeeman geloven we in langdurige samenwerkingen. We gebruiken onze relatie met leveranciers om positieve veranderingen in fabrieken te bewerkstelligen en arbeidsomstandigheden te verbeteren. Ons doel is om met een vast leveranciersbestand te werken. Hiermee creëer je een positieve invloed op de kwaliteit, de transparantie en de waarde van het product. En waarmee het risico op schendingen van arbeidsrechten kleiner wordt. In 2021 hebben onze 50 grootste leveranciers 72% van onze inkoopwaarde geproduceerd. In 2020 was dit 70%. En met 84% van deze leveranciers werken we al vijf jaar of langer samen. Op deze manier zorgen we voor continuïteit en creëren we een groter productieaandeel om waar nodig te blijven verbeteren.
We hebben daarnaast met onze inkopers en agenten ook gekeken naar de 'staart' van ons leveranciersbestand. Deze staart, ook wel tail-end genoemd, bevat leveranciers waar we weinig omzet mee hebben. Uit de gesprekken bleek dat een groot deel van deze leveranciers unieke producten maakt waardoor we niet zonder ze kunnen. Het gaat hierbij veelal om 'hardwaren' als woonaccessoires.

Verantwoorde exitstrategie.

Hoewel we niet zomaar een samenwerking beginnen en streven naar langetermijnrelaties, is het soms onvermijdelijk om een samenwerking met een leverancier te beëindigen. Dit kan bijvoorbeeld komen door constante kwaliteits- of leveringsproblemen, omdat een leverancier niet wil meewerken aan het verbeteren van arbeidsomstandigheden, een veranderende marktvraag, geopolitieke ontwikkelingen of andere commerciële en strategische redenen. Daarom is er een exitstrategie opgesteld. Belangrijk uitgangspunt hierbij is dat we een relatie op een verantwoorde manier en in overleg beëindigen. Daarbij houden we rekening met de impact van de beslissing op de leverancier.

Eind 2021 hebben we 9% minder directe leveranciers dan in 2020. Dit is een direct resultaat van ons gevoerde beleid, waarbij we enerzijds bewustere keuzes maken om te starten met nieuwe leveranciers en anderzijds bewuste keuze maken om samenwerking met leveranciers met een lage omzet te beëindigen.

Als we bijvoorbeeld een groot aandeel hebben in een fabriek en we willen met deze leverancier afbouwen, dan maken we in overleg met de leverancier een uitfaseringsplan. Op die manier heeft de leverancier voldoende tijd om andere orders aan te nemen en blijft de productieflow constant. Schending van arbeidsrechten is geen reden om een fabriek onmiddellijk te verlaten. We gebruiken onze invloed liever om de situatie te verbeteren. In die gevallen gaan we eerst de dialoog aan met de leverancier. Pas als blijkt dat een leverancier niet bereid is om mee te werken aan een oplossing, nemen we afscheid.



Thema 1. Transparantie en traceerbaarheid in de leverancierskeken.

thema 2

VEILIGE EN GEZONDE ARBEIDSOMSTANDIGHEDEN.



Duurzame dilemma's.

We hebben in sommige landen te maken met culturele verschillen en andere wetgeving. We zijn ons ervan bewust dat thema's als overwerken, vakbondsvrijheid en gedwongen arbeid daar moeilijk te beïnvloeden zijn. Terwijl ze wel beschreven staan in onze Code of Conduct.

Ontwikkelingen en resultaten.

Bangladesh Accord.
In augustus 2021 is het nieuwe International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry getekend. Dit moet niet alleen voor Bangladesh maar ook voor andere landen gaan gelden.

Nederlandse Convenant voor Duurzame kleding & textiel.
In dit laatste jaar van het Convenant zijn wij beoordeeld met een score van 82%.

Fair Wear Brand Perfomance Check.
In 2021 hebben we tijdens onze eerste Fair Wear Brand Perfomance Check de score 'Good' behaald.

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

We vinden dat iedereen in onze toeleveringsketen moet kunnen werken onder goede en veilige omstandigheden. Onze uitgangspunten staan beschreven in onze Code of Conduct.

Fair Wear.

Fair Wear is een multi-stakeholderinitiatief met zo'n 130 leden en een brede achterban, die bestaat uit partijen als onder meer InRetail, Modint, CNV Internationaal, Mondiaal FNV en Schone Kleren Campagne. Fair Wear zet zich als NGO al jarenlang in voor goede arbeidsomstandigheden in de kledingindustrie, in landen waar kleding wordt geproduceerd. De belangrijkste punten zijn: geen kinder- of gedwongen arbeid, normale werktijden en een veilige en hygiënische werkplek. Om de naleving hierop te controleren, voert een onafhankelijke partij al jaren controles voor ons uit. Dat is voor textielleveranciers Fair Wear. Leden van Fair Wear ondergaan jaarlijks de zogenaamde 'Brand Performance Check'. In 2021 waren er in totaal 36 Fair Wear leden met de score 'goed' waarvan Zeeman er een was. We behaalde een score van 65% (zie Zeeman's Brand Performance Check). Eén van de aanbevelingen vanuit Fair Wear was het opstellen van een leveranciersbeoordeling, met deze beoordeling maken we inzichtelijk voor bijvoorbeeld inkopers hoe een leverancier scoort ten aanzien van arbeidsomstandigheden, gebruik van duurzame materialen, kwaliteit en leveringsbetrouwbaarheid. Het resultaat van de check over 2021 wordt in het tweede kwartaal van 2022 gepubliceerd op onze website.

Auditing.

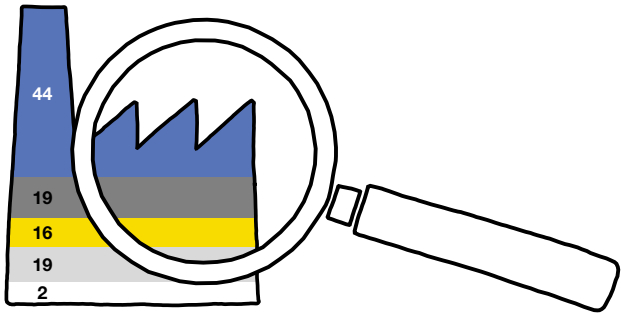
Dankzij onze aanpak zien we een structurele verbetering ten aanzien van veilige gebouwen en arbeidsomstandigheden. De afgelopen jaren zagen we het aantal grote verbeterpunten al dalen. In 2021 zijn 32 fabrieken geaudit door Fair Wear. Ondanks de COVID-19 pandemie hebben wij de geplande audits kunnen uitvoeren. Door de nieuwe audit methodologie van Fair Wear hebben we meer grote verbeterpunten gevonden dan in 2019 en 2020. We spreken over een 'groot verbeterpunt' wanneer het een urgent karakter heeft. Bijvoorbeeld als een nooduitgang geblokkeerd is of als loon- en presentielijsten niet kunnen worden geverifieerd tijdens een audit.

De auditmethodiek van Fair Wear is op het gebied van arbeidsomstandigheden heel volledig. Zo worden er meer interviews gehouden met fabrieksmedewerkers en vinden deze interviews plaats buiten de muren van de fabriek, zodat er een veilig klimaat is om de vragen te beantwoorden. Daarnaast gaat de Fair Wear-auditmethodiek een laag dieper als het gaat om het onderzoeken van onderliggende oorzaken van niet-naleving. Zo wordt bijvoorbeeld ook onderzocht of onze inkooppraktijken mogelijk een negatief effect hebben op de arbeidsomstandigheden in de fabriek. Bovendien heeft Fair Wear lokale kantoren in de productielanden waardoor ze onze leveranciers actief begeleiden bij het implementeren van verbeteringen en zijn er trainingen georganiseerd in de fabriek op specifieke thema's.

Fabrieken worden tijdens een audit gecontroleerd op diverse aspecten. Die zijn terug te vinden in de Fair Wear Code of Labour Practices. Thema's die naar voren komen zijn bijvoorbeeld kinderarbeid, leefbaar loon en discriminatie. Aan de hand van de audits in 2020 zijn 11 grote verbeterpunten geconstateerd. Deze hebben we in 2021 gecorrigeerd. In meerdere gevallen konden loon- en werktijden niet worden vastgesteld doordat de administratie niet goed aan te sluiten was. Ook kwam het voor dat lonen te laat betaald werden. De audits zijn opgevolgd met een Fair Wear training aan het management en een groep werknemers.
In 2022 willen we ongeveer 20 leveranciers laten auditen door Fair Wear. Een belangrijk selectiecriterium is ons omzetaandeel bij de leverancier. Eind 2022 verwachten we dat de 50 grootste textielleveranciers een audit en training door Fair Wear hebben ondergaan.

Bij fabrieken die niet door Fair Wear geaudit zijn vragen we audit rapportages van derden op zoals BSCI, Sedex en SA8000, We vragen leveranciers ook naar de voortgang van de verbeterpunten.
In 2021 hebben we 65 nieuwe audit rapporten ontvangen. In totaal is er bij 98% van onze leveranciers een recente audit uitgevoerd door partijen als Fair Wear en BSCI. Dit betekent dat de audit is uitgevoerd in de afgelopen 3 jaar. Van een aantal leveranciers was wel een audit rapport voorhanden maar ouder dan 3 jaar, waardoor dit geen goed beeld geeft van de situatie in de fabriek.

Verdeling tussen de audit partijen in procenten.



Klachtenmechanisme.

In de fabrieken waar onze kleding en textiel wordt gemaakt hangt een informatieposter met de Code of Labour Practices van Fair Wear in de lokale taal met een telefoonnummer. Wanneer er klachten zijn, kunnen fabrieksmedewerkers anoniem de Fair Wear hulplijn bellen. Wanneer er melding wordt gemaakt van een klacht, onderzoekt Fair Wear eerst of deze valide is. Vervolgens wordt deze met ons gedeeld. Wij gaan dan de dialoog aan met de leverancier om tot een passende oplossing te komen. We zien het als een positief signaal dat er gebruik wordt gemaakt van het mechanisme, omdat we het belangrijk vinden dat fabrieksarbeiders hun rechten kennen en hun stem laten horen.



In 2021 hebben we de informatie die op de informatieposter staat in de fabriek ook uitgedeeld aan alle werknemers in de fabriek. We hebben kaartjes laten drukken in een handzaam formaat en op stevig papier, in de lokale taal. Zo kan de werknemer buiten de fabriek de informatie doornemen en - als dat nodig is - het telefoonnummer bereiken.



In 2021 zijn vier klachten gemeld via het klachtenmechanisme van Fair Wear. Drie uit Bangladesh en één uit Turkije. Bij een klacht trekken wij samen op met het lokale Fair Wear team, andere Fair Wear-leden, lokale NGO's, onze agent en de betreffende leverancier.
Twee klachten in Bangladesh gingen over dezelfde fabriek. Eén klacht kwam van een werknemer die zei geen eerlijk loon te hebben ontvangen in een periode waarin zij door familieproblemen niet kon werken. Toen zij dit aangaf aan het managementteam werd zij gedwongen de kamer uitgezet. De andere werknemer gaf aan dat ze door een enkele fout in productie uit de fabriek zou zijn gezet. Haar handtekening is daarbij misbruikt. Na een gesprek met de betrokken partijen zijn in beide gevallen de werknemers gecompenseerd. Ze kregen het volledige bedrag waar recht op was. Wel was de werkrelatie dusdanig verstoord waardoor ze allebei niet meer bij deze fabriek aan de slag zijn gegaan. In samenspraak met bovengenoemde partijen en onze inkopers, die om commerciële redenen al wilden afbouwen, heeft Zeeman besloten om afscheid te nemen van de leverancier.
De derde melding ging over het gebruik van verbaal geweld van het managementteam tegen de werknemers. Vooral vrouwelijke werknemers voelden zich geïntimideerd. Door verzet van de werknemers ontstond er een groot protest waarbij de productie werd stilgelegd. De werknemers werden gedwongen terug aan het werk te gaan. Als ze dat niet deden, zouden ze geen salaris meer krijgen. Er is intensief opgetrokken met de betrokken partijen, inclusief een lokale organisatie. Daardoor is ervoor gezorgd dat alle werknemers hun eerlijke loon hebben ontvangen. Daarnaast is een anti-harrasment training uitgevoerd en werkt de fabriek nog aan verdere verbeteringen.
In Turkije werd gemeld dat er niet genoeg zitplekken waren in de bus waarin de werknemers naar de betreffende fabriek werden gebracht. Wij hebben dit direct opgepakt en aan de hand van de notulen van de werknemersvergaderingen in de fabriek is gebleken dat dit is opgelost.
Alle klachten die zijn gemeld via de hulplijn van Fair Wear worden online gepubliceerd.

Beyond auditing.

Hoewel een audit een goed beeld kan geven van de omstandigheden in een fabriek, blijft het een momentopname. Daarnaast zijn audits gericht op het beoordelen van conformiteit en is er minder focus op het onderzoeken van de onderliggende oorzaken. Audits hebben ons de laatste jaren geholpen om zichtbare verbeterpunten te corrigeren. Maar om echt duurzame verandering te realiseren, zetten we in op capacity building. Dat houdt in dat we ons steeds meer zijn gaan richten op de oorzaken van het niet-naleven van verbeterpunten. Daarom volgde na elke audit die door Fair Wear is uitgevoerd een Workplace Education Program (WEP). Deze WEP-training is bedoeld voor zowel fabrieksmanagement als medewerkers. Ze krijgen de tools die nodig zijn om via een open dialoog de arbeidsomstandigheden op de werkvloer te verbeteren. Daarnaast is het een belangrijk doel van de training om fabrieksmedewerkers bewuster te maken van hun rechten en ze te trainen op het gebruik van het klachtenmechanisme.

Een risico dat in de kleding- en textielindustrie voorkomt, is discriminatie op basis van gender. Dat komt onder andere doordat vrouwen ondervertegenwoordigd zijn in vakbonden. We hebben daarom voor onze Pakistaanse leveranciers, in samenwerking met NGO IDH Trade, een training met als thema gendergelijkheid georganiseerd. In 2021 hebben we onze Pakistaanse leveranciers drie doelstellingen meegegeven om mee aan de slag te gaan. Hieronder de huidige status, in 2022 gaan we dit verder verbeteren.

1) Ten minste 50% van de vertegenwoordigers in worker committees is vrouw. Eind 2021 is dit het geval bij 3 van de 19 actieve leveranciers;
2) Ten minste 10% van de managementposities wordt bekleed door een vrouw in 2021. Eind 2021 is dit behaald door 8 van de 19 actieve leveranciers;
3) Training organiseren om de sociale dialoog op de werkplek te bevorderen. 12 van de 19 actieve leveranciers hebben intern een gendergelijkheid training georganiseerd.

Vrijheid van vereniging.

Via het project Amplify geven de vakbonden Mondiaal FNV en CNV Internationaal ondersteuning aan Nederlandse kledingbedrijven. Dat doen ze om te zorgen voor meer vrijheid van vereniging en meer sociale dialoog tussen leveranciers en de werknemers op de productielocaties. Dit is belangrijk omdat de sociale dialoog tussen management en medewerkers vaak nog ontbreekt. Daarnaast is er weinig tot geen bescherming tegen schendingen door lokale overheden en zijn vrouwen ondervertegenwoordigd in vakbonden. Het plan was om dit project in 2021 concreet uit te voeren maar de start van het project heeft vertraging opgelopen.
In samenwerking met andere lokale experts en Fair Wear krijgen leveranciers support bij het organiseren en verder uitrollen van een eerlijke verkiezing. Ook wordt het programma ingezet om de werknemers te coachen in hun rol binnen de vakbond. Het doel daarvan is dat werknemers in de fabrieken van die leveranciers de kans krijgen zich te verenigen. Ook support dit project het opstarten van collectieve onderhandelingen.

Duurzame ketensamenwerking.

Om constructieve verbeteringen te kunnen realiseren is samenwerking met andere retailers en bedrijven, lokale NGO's en overheden van belang. Naast Fair Wear, werken we binnen onderstaande multi-stakeholder initiatieven samen om de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

Internationaal Accord.

Het Bangladesh Accord, gestart in 2013. Het is een uniek samenwerkingsverband tussen verschillende stakeholders. In augustus 2021 heeft Zeeman het nieuwe International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry getekend voor een periode van 26 maanden. Het nieuwe akkoord moet niet alleen voor Bangladesh maar ook voor andere landen gaan gelden. Hierbij denken we onder andere aan Pakistan.

We blijven ons inzetten voor het verbeteren van de arbeidsomstandigheden in de textielsector in Bangladesh. De fabrieken hebben er veel aan gedaan om de punten, die uit de veiligheidsinspecties van het Bangladesh Accord naar voren zijn gekomen, te verbeteren. Bij alle Bengaalse fabrieken zijn drie inspecties gedaan door het Accord op: brandveiligheid, constructie van het gebouw en elektriciteit. Daarnaast zijn fabrieksmedewerkers getraind om onveilige situaties te melden bij de leidinggevenden. Ook is er een klachtenmechanisme, waarbij fabrieksmedewerkers aan veiligheid gerelateerde klachten kunnen melden. Bij de fabrieken waar Zeeman actief is, was eind 2021 97% van de oorspronkelijke verbeterpunten doorgevoerd (2020: 95%). Het Accord-gemiddelde van alle fabrieken was eind 2021 92%. Samen met onze leveranciers willen we dat in 2022 100% van de verbeterpunten is doorgevoerd.

Nederlandse Convenant voor duurzame Kleding & Textiel.

In de afgelopen 5 jaar kregen bedrijven die het Convenant steunen advies, instrumenten en trainingen om hun beleid op te zetten en uit te voeren. Dit met als doel om de risico's voor mens, dier en milieu in de keten in kaart te brengen en misstanden aan te pakken.
In dit laatste jaar van het Convenant is Zeeman beoordeeld met een score van 82%. Hiermee is voldaan aan de minimale score van 80%. Dit was het laatste jaar van het Convenant. Het liep af op 31 december 2021. Op dit moment wordt er inhoudelijk gewerkt aan een mogelijke voortzetting van het Convenant in het Next generation Agreement (NGA). Wanneer het nieuwe Convenant ingaat is op dit moment nog niet bekend.

Wil je meer weten over deze vormen van duurzame ketensamenwerking?

Lees dan verder via onderstaande links.

- **RMG Sustainability Council Bangladesh Accord** ›
- **Convenant voor Duurzame Kleding en Textiel** ›
- **Fair Wear** ›

thema 3

KINDER- EN GEDWONGEN ARBEID.



Duurzame dilemma's.

Bekend is dat het risico op kinder- en gedwongen arbeid zich met name dieper in de keten voordoet maar omdat dit geen directe relaties zijn en de complexiteit van de keten groot is, hebben we hier minder invloed op.

Ontwikkelingen en resultaten.

GoodWeave.
In de regio Panipat in Noord-India doen we met 4 van onze directe leveranciers mee aan het 'GoodWeave' project om de toeleveringsketen volledig in beeld te krijgen.

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Kinder- en gedwongen arbeid zijn onacceptabel en mogen niet voorkomen in onze productieketen. Onze leveranciers tekenen hiervoor onze gedragscode. Om de naleving hierop te controleren, worden de fabrieken die voor ons produceren, gecontroleerd door onder andere Fair Wear.

Tijdens de audits wordt gecontroleerd of de uitgebreide Fair Wear procedure voor leeftijdsverificatie wordt nageleefd en of er geen sprake is van dwangarbeid. Daarnaast helpt het klachtenmechanisme van Fair Wear fabrieksarbeiders om misstanden als kinder- of dwangarbeid anoniem te melden. In 2022 willen we een Child labour policy opstellen op basis van input van Unicef en Fair Wear. Deze moet als leidraad dienen voor Zeeman en onze leveranciers. Zo kunnen we de risico's beter herkennen en beleid maken om misstanden te voorkomen.

De afgelopen jaren nam kinderarbeid op mondiaal niveau af, maar er is gebleken dat het risico op kinder- en gedwongen arbeid als gevolg van de coronacrisis weer toeneemt. De armoede is verergerd en de vraag naar goedkope arbeid is groot. Daarnaast zijn er aanwijzingen dat het risico zich nog altijd dieper in productieketens voordoet.
Vorig jaar speelde al het volgende risico:

- Katoen uit de regio Xinjiang, China waar een etnische minderheid onder erbarmelijke omstandigheden verplicht aan het werk wordt gezet op katoenvelden en in spinnerijen.
- Spinnerijen in Tamil Nadu, Zuid-India, waar is gebleken dat dwangarbeid voorkomt.

In 2021 zijn uit onderzoek de volgende risico's geïdentificeerd, namelijk:

- Gedwongen arbeid door minderheden uit regio Xinjiang in andere delen van China;

Onderzoek Arisa & SOMO.

In 2021 zijn we geconfronteerd met het onderzoek 'Spinning around workers' rights van NGO's Arisa en SOMO in Tamil Nadu Zuid-India. Op basis van ruim 725 interviews gehouden onder de werknemers van 29 spinnerijen, zijn de arbeidsomstandigheden onderzocht. Er is specifiek bekeken of er sprake was van gedwongen arbeid. Een Indiase Zeeman leverancier bleek via een tussenpersoon in het verleden katoen ingekocht te hebben bij 1 van de 29 spinnerijen. We hebben vervolgens direct geprobeerd om samen met de spinnerij, de Zeeman leverancier, Fair Wear en andere NGO's het gesprek aan te gaan. Maar zonder succes. De spinnerij was niet bereid om openheid van zaken te geven. Op basis hiervan is toen besloten om de samenwerking stop te zetten.

Vervolgens zijn we via het textielconvenant gewezen op een factory supportprogramma van SAVE in deze regio. Dit heeft als doel om de kennis van zowel management als werknemers over arbeidswetten en arbeidsrechten te verbeteren. Dit is een collectief project waarbij trainingsprogramma's opgezet worden in fabrieken en spinning mills. Vervolgens worden er arbeiderscomités opgericht. Dit project is al gestart en zodra de capaciteit het toelaat zullen wij ons aansluiten, naar verwachting begin 2022.

Herkomst van katoen.

Omdat de kans op risico's dieper in de keten groter is, is het belangrijk om inzicht te krijgen in de schakels in onze toeleveringsketen: van grondstof tot eindproduct. Dit is een uitdaging. De industrie is complex en er zijn veel schakels nodig om tot een eindproduct te komen. We hebben ons tot doel gesteld om meer inzicht te krijgen in de herkomst van katoen. Daar hoort ook informatie bij over de locatie van 'spinning' en 'ginning'. Op deze manier willen we kunnen uitsluiten dat katoen uit risicogebieden afkomstig is. In 2021 is dit het gelukt voor 70% van het gebruikte katoen. Hiermee hebben we onze doelstelling gehaald en dit willen we verhogen naar 85% in 2022.
Ook hebben we de groei in gecertificeerd katoen door kunnen zetten. In 2021 bestaat onze katoenconsumptie voor 59% uit duurzaam katoen afkomstig van Better Cotton of duurzame certificeringen zoals GOTS (Global Organic Textile Standard). Hier wordt bij de katoenproductie niet alleen gewerkt aan milieustandaarden, maar ook aan betere arbeidsomstandigheden.

Onderzoek dieper in de keten.

Een anoniem onderzoek heeft aangetoond dat bij acht Chinese leveranciers links gevonden zijn dat er mogelijk overheidsarmoedebestrijdingprogramma's actief waren waarbij minderheden in China betrokken zijn. In samenspraak met Fair Wear hebben we gekeken of het mogelijk was om de arbeidsomstandigheden in de fabrieken te verbeteren. Aangezien dit niet het geval was hebben we besloten dat, in lijn met de exit strategie van Fair Wear, er niets anders op zit dan de samenwerking te beëindigen met deze leveranciers.

Project kinderrechten Turkije.

Met ondertekenaars van het textielconvenant en Unicef werken we aan een project gericht op het verbeteren van kinderrechten in en rondom textielfabrieken in Turkije. In Bangladesh was dit al een succes gebleken. In 2021 is ook een lokale partij aangesloten voor het implementatiewerk: Fair Labour Association (FLA). In gezamenlijke vergaderingen met Unicef en FLA is de volledige keten in kaart gebracht van de twee leveranciers die direct bij dit project zijn aangesloten. Ook zijn zowel Unicef als FLA langs geweest bij onze twee leveranciers. De bezoeken bij de eerste onderaannemers zijn uitgevoerd in het eerste kwartaal in 2022. In 2022 wordt het project verder uitgerold waarbij de situatie rondom kinderrechten verder wordt geanalyseerd. Daarna wordt een actieplan ontwikkeld.

Nelleke Jacobs - Unicef.
Project Kinderrechten Turkije.
Een aanzienlijk deel van de Turkse kinderen en Syrische vluchtelingen die in Turkije wonen, leeft in armoede. Deze gemeenschappen zoeken vaak hun toevlucht tot overlevingsmechanismen. Scholing en opleiding zijn vervangen door arbeid, vaak onder slechte omstandigheden. Ook in de Turkse kleding- en textielketen lopen kwetsbare Turkse kinderen en vluchtelingenkinderen het risico dat hun rechten geschonden worden.
UNICEF heeft als actieve stakeholder in het Turkse Nationale Programma voor de Eliminatie van Kinderarbeid een programma gericht op het bestrijden van kinderarbeid. Als onderdeel van dit programma zijn wij in 2021 samen met Zeeman en twee andere Nederlandse kledingmerken een project gestart om de kinderrechten te verbeteren in de Turkse toeleveringsketens. Het project begint met het in kaart brengen van de toeleveringsketens. Op basis hiervan brengen we de risico's op kinderrechtenschendingen in de verschillende schakels van de keten in kaart. Ook bepalen we wat de meest urgente risico's zijn. Dit gaat in het komende jaar de basis vormen voor verbeterplannen.
Meer informatie op unicef.nl.

GoodWeave.

In de regio Panipat in Noord-India doen we mee aan een programma om de toeleveringsketen volledig in beeld te krijgen. Vier van onze directe leveranciers zijn aangesloten bij dit programma. Samen met GoodWeave worden ook de toeleveranciers inzichtelijk gemaakt en beoordeeld. Het doel is om te zorgen voor transparantie. Er is dan met meer zekerheid te stellen dat kinder- en gedwongen arbeid niet voorkomen. Waar dat wél voorkomt zorgt het programma voor scholing binnen de gemeenschap waar het kind woont.

Silvia Mara.
Project GoodWeave India.
Zeeman werkt samen met de non-profit organisatie GoodWeave International die zich focust op het uitbannen van kinderarbeid in de keten. Zo brengen ze onder andere een aantal toeleveringsketens in kaart van tapijt, kleding en huistextiel in India. Ook voeren ze analyses uit. Het doel is om kinder- en gedwongen arbeid te identificeren, verhelpen en voorkomen.
GoodWeave werkt momenteel met vier Zeeman exporteurs in de regio's Panipat en Jaipur aan een project ondersteund door het Fonds Bestrijding Kinderarbeid (FBK). In 2021 heeft GoodWeave de subcontractors die gelinkt waren aan deze exporteurs in kaart gebracht en daar audits afgenomen en inspecties gedaan, zowel op afstand als persoonlijk (geheel in lijn met de COVID-19 veiligheidsprocedures). Dit gebeurde om te beoordelen of de GoodWeave standaard werd nageleefd: deze is gebaseerd op de grondbeginselen van de International Labour Organisation (ILO) standaard.
Ook heeft GoodWeave in een arbeidersgemeenschap in Panipat educatieve programma's opgezet die kinderen ondersteunde met e-learnings toen de scholen dicht waren. En met inschrijvingen toen de scholen weer opengingen.

Bovendien heeft GoodWeave COVID-19 gerelateerde hulp aangeboden, door mensen bewust te maken van veiligheid en vaccinatie, en door mondkapjes uit te delen in de gemeenschap.
In 2022 zal Zeeman in samenwerking met GoodWeave dit soort belangrijk werk blijven doen. We blijven ons inzetten voor de rechten van werkers en hun kinderen en voor transparantie in de toeleveringsketen.

thema 4

DUURZAME INKOOPPRAKTIJKEN.



Duurzame dilemma's.

We willen werken op basis van gelijkwaardigheid, maar beseffen dat we niet altijd inzicht hebben in de impact van de (commerciële) afwegingen die inkopers maken.

Leveranciers nemen regelmatig meer orders aan dan waar ze capaciteit voor hebben. Dat doen ze om eventuele gaten in de productieplanning te voorkomen en zoveel mogelijk omzet te behalen. Het risico op het maken van overuren door werknemers neemt hierdoor echter toe.

Ontwikkelingen en resultaten.

2-way Code of Conduct.
Op basis van de resultaten van het onderzoek naar onze inkooppraktijken hebben we de belangrijkste punten vastgelegd in de 2-way Code of Conduct.

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Het verduurzamen van inkooppraktijken raakt het hart van ons bedrijf. Zeeman is inkoopgestuurd. Dat betekent dat zowel de collectie, de inkoopprijs, maar ook de verkoopprijs, kwaliteit, voorraden en marges onder de verantwoordelijkheid vallen van de afdeling Inkoop.

Om te kunnen verduurzamen, behalen we het beste resultaat door in ieder facet van het inkoopproces rekening te houden met de effecten op mens en milieu. Het is niet voor niets dat in dit verslag alle duurzame thema's direct onze inkooppraktijken raken. Om de integratie tussen MVO en inkoop te vergroten, is er binnen deze inkoopafdeling regelmatig overleg tussen MVO & Kwaliteit en Inkoop. Onze inkooppraktijken zijn vastgelegd in een schriftelijk document. Dit gaf houvast bij alle uitdagingen die we in 2021 in de keten hadden.

Afspraken maken.

Samen met onze inkopers hebben we richtlijnen opgesteld. Belangrijke speerpunten zijn dat onze inkopers altijd op de hoogte zijn van de exacte productielocatie en ook zo veel mogelijk duurzame keuzes maken als het gaat om materiaalgebruik. Ook moet de prijs van een artikel zo zijn dat een leverancier aan zijn verplichtingen kan voldoen. Om het risico op overwerken te verkleinen, willen we onze orders op tijd afgeven. Leveranciers kunnen de productie dan goed inplannen. In de praktijk blijkt echter dat het nog altijd vaak voorkomt dat mensen veel overuren maken doordat er meer orders worden geaccepteerd dan er capaciteit is. We kijken ook hoe groot ons aandeel is van de totale productiecapaciteit. Zo zorgen we ervoor dat leveranciers niet te afhankelijk zijn van Zeeman en andersom.

Dit is allemaal in lijn met de in 2021 aangescherpte supplier onboarding procedure. Met deze procedure willen we ervoor zorgen een bewuste keuze te maken voordat we starten met een nieuwe leverancier. We willen ons leveranciersbestand verder concentreren en ons aandeel bij bestaande leveranciers vergroten mits de wederzijdse afhankelijkheid dus niet te groot wordt. Een bewuste keuze houdt ook in dat er uitvoerig wordt gekeken naar documentatie, zoals een audit rapportage en andere certificaten. Daarnaast vragen we de nieuwe leverancier om het klachtenmechanisme van Fair Wear te communiceren in de fabriek. De inkopers hebben een belangrijke rol in het onboarding proces. We communiceren vanaf het begin helder over de afspraken en verwachtingen van de inkopers, maar ook van de leverancier.

Zeeman onder de loep.

Leveranciers zijn eraan gewend dat ze beoordeeld worden. Op de veiligheid van hun fabrieken, op de impact op het milieu, maar ook op prijs en kwaliteit en op de tijdige verscheping van onze orders. We hebben dit omgedraaid in de 360 graden evaluatie. We vroegen onze fabrieken in 2020 om ons aan de hand van 56 vragen te beoordelen op onze inkooppraktijken. Dit kon anoniem zodat er voldoende vrijheid was om eerlijke antwoorden te geven. 171 leveranciers in het Verre Oosten en Turkije hebben onze vragenlijst ingevuld. De waardevolle uitkomsten van dit onderzoek hebben we in 2021 geanalyseerd. Die zijn vervolgens gedeeld met het inkoopteam. Hieronder enkele punten om extra op te letten tijdens het inkoopproces. Deze punten zijn vastgelegd in de 2-way Code of Conduct. 2-way omdat zowel de verantwoordelijkheden van de fabrikant als die van de inkopende partij zijn vastgelegd.

- Leveranciers accepteren in sommige gevallen orders waarvan de levertijd te kort is. Dit kan negatieve impact hebben op bijvoorbeeld overuren, inhuur van personeel en kan dus leiden tot hogere productiekosten en slechtere arbeidsomstandigheden.
- Zeeman plaatst orders in basistextiel ver vooruit, voor een half jaar of soms wel voor een jaar. Binnen deze contracten wordt regelmatig geschoven met aantallen wat bij sommige leveranciers voor problemen zorgt.
- Een kwart van de leveranciers heeft aangegeven dat ze orders geaccepteerd hebben waarvan de inkoopprijs lager was dan de kostprijs. Ons uitgangspunt is dat alle partijen in de toeleveringsketen moeten kunnen profiteren. Maar soms accepteert een leverancier lagere prijzen, omdat hij anders te weinig orders heeft of omdat hij niet wil dat orders naar de concurrent gaan. Ook maakt een leverancier wel eens een fout in de calculatie of zijn de materiaalprijzen gestegen tussen het accepteren van de order en het boeken van het materiaal.

Leveranciersbeoordeling.

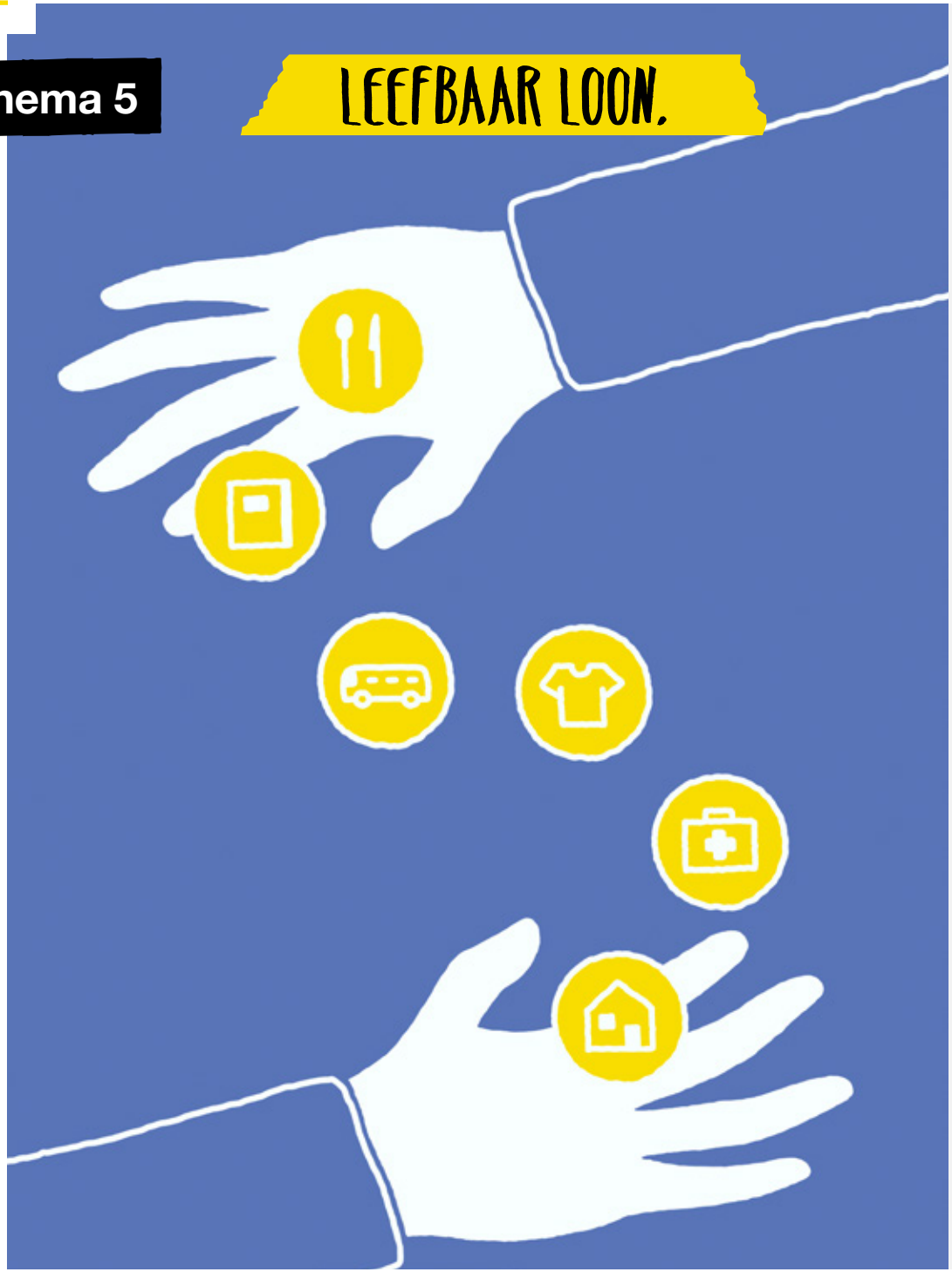
Het afgelopen jaar hebben we een leveranciersbeoordeling ontwikkeld om de inkopers te ondersteunen. In het inkoopproces kan deze beoordeling helpen om keuzes te maken bij het plaatsen van een order. De totale score hangt onder andere af van de audit resultaten, eventuele kwaliteitsproblemen en of er trainingen worden gevolgd.

Prijsonderhandelingen.

Het is ons bestaansrecht om artikelen te verkopen voor de laagst mogelijke prijs. Dat doen we al 55 jaar. Maar welke prijs precies mogelijk is, wordt ook door onze leveranciers bepaald. Daarom vragen we steeds vaker hoe de kostprijs is opgebouwd. Het is ons doel om dat komend jaar voor alle basic orders inzichtelijk te hebben. We willen niet onderhandelen over een inkoopprijs die onder de kostprijs van de productie ligt en waar de fabriek niets aan kan verdienen. Dit kan namelijk een negatieve invloed hebben op de arbeidsomstandigheden van fabrieksmedewerkers. Fair Wear heeft het afgelopen jaar de Fair Price app ontwikkeld waarmee een leverancier op een gemakkelijke manier de kostprijs van een artikel in beeld kan brengen. Dit is relevant voor de stappen die wij willen nemen op leefbaar loon (zie volgend thema).
Voor twee leveranciers in China die een van onze belangrijkste basic items produceren, is de kostprijs inzichtelijk gemaakt via de app. Een Fair Wear werknemer heeft de fabrieken persoonlijk getraind in het gebruiken van de app. Omdat de prijzen in grondstoffen en transport oplopen, worden de prijsonderhandelingen scherper. Dat betekent ook dat de verkoopprijzen waar nodig zijn opgehoogd.

thema 5

LEEFBAAR LOON.



Duurzame dilemma's.

Het op fabrieksniveau invoeren van een leefbaar loon is moeilijk op te schalen vanwege de complexiteit.

Enerzijds is samenwerking noodzakelijk met andere afnemers (retailers), anderzijds vertraagt het ook.

Ontwikkelingen en resultaten.

Nieuwe roadmap leefbaar loon 2022-2025.
We hebben een nieuwe roadmap opgesteld voor een gefaseerde implementatie van leefbaar loon voor de komende jaren.

1 NO POVERTY

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

We willen dat de werknemers van onze leveranciers een leefbaar loon verdienen. Daar tekenen onze leveranciers voor in onze Code of Conduct. Dat wil zeggen, een loon dat voldoende is om in alle basisbehoeften, zoals huisvesting, transport, voedsel en zorg te kunnen voorzien. De door de overheid bepaalde wettelijke minimumlonen in landen als India, Pakistan en Bangladesh, zijn vaak niet voldoende om in deze levensbehoeften te voorzien.

Aan de hand van onze roadmap 2018-2021 hebben we concreet invulling willen geven aan dit thema. Dat is deels gelukt, zo hebben we meer inzicht gekregen in wat er daadwerkelijk betaald wordt, wat het wettelijk minimumloon is en wat voor die regio een leefbaar loon is. Deze data hebben we verzameld bij 33% van onze leveranciers in het Verre Oosten en Turkije.

We geloven dat het verdienen van een leefbaar loon als een katalysator werkt, waardoor andere risico's in onze toeleveringsketen, zoals excessief overwerk en kinderarbeid, voorkomen kunnen worden. In 2019 zijn we gestart met een pilot samen met werkkleding producent Schijvens, met wie we een fabriek in Pakistan delen. Schijvens is net als Zeeman een familiebedrijf, convenant ondertekenaar en Fair Wear-lid. In 2021 liep deze pilot door. Met Schijvens gebruiken we 75% van de totale capaciteit van deze fabriek.
Voor de periode 2022-2025 hebben we onszelf nieuwe ambities opgelegd die in de roadmap staan op de volgende pagina. We willen twee sporen gaan bewandelen, enerzijds de dialoog zoeken met werkgeversorganisaties, overheid, vakbonden, peers, NGO's als Solidaridad en Fair Wear om te werken aan een breed gedragen en structurele oplossing voor de langere termijn. Anderzijds willen we samen met onze leveranciers zoeken naar een methodiek om leefbaar loon gefaseerd in te voeren bij leveranciers.

Samenwerking.
Om leefbaar loon mogelijk te maken is het van groot belang dat de leverancier hiervoor openstaat en zien dat de voordelen zwaarder wegen dan de eventuele nadelen. Daarnaast is onze partner Fair Wear belangrijk. Ze begeleiden ons bij het maken van de berekeningen in de Fair Price app en met de invoering van leefbaar loon. Ook leren we veel van de leden van Fair Wear die hiermee al verder zijn. Ze zijn een belangrijke bron voor best practices.

Uitgangspunten.
Wij plaatsen bijna driekwart van onze inkoopwaarde bij slechts vijftig leveranciers. Bij deze leveranciers is ons productie-aandeel dan ook aanzienlijk. Dit is een belangrijk punt als we ervoor willen zorgen dat werknemers in de fabriek ook daadwerkelijk hun inkomen zien stijgen als wij - voor ons aandeel in de fabriek - leefbaar loon mogelijk maken. Om dit effect te versterken gaan we ook na of er andere merken/retailers zijn waarmee we samen kunnen optrekken. Het beoogde resultaat: hogere lonen. Bij het bepalen van de loonkloof gaan we uit van het verschil tussen het laagstbetaalde loon en het leefbaar loon.

Roadmap 2022 - 2025

2022

We willen leefbaar loon mogelijk maken voor ons aandeel in productie bij één leverancier in elk van de volgende productielanden: China, Bangladesh, India en Turkije.

We willen een leefbaar loon expert groep oprichten met externe stakeholders die met ons meedenkt op welke manier we leefbaar loon mogelijk kunnen maken. Deze expert group vertegenwoordigt:

- (Lokale) werkgeversorganisaties
- Solidaridad
- Schone Kleren Campagne
- (Lokale) vakbonden
- Fair Wear
- Peers
- Leveranciers

2023

We willen leefbaar loon mogelijk maken voor ons aandeel in productie bij in totaal twee leveranciers in elk van de volgende productielanden: Pakistan, China, Bangladesh, India en Turkije.

2024

We willen leefbaar loon mogelijk maken voor ons aandeel in productie bij in totaal drie leveranciers in elk van de volgende productielanden: Pakistan, China, Bangladesh, India en Turkije.

2025

We willen leefbaar loon mogelijk maken voor ons aandeel in productie bij in totaal vier leveranciers in elk van de volgende productielanden: Pakistan, China, Bangladesh, India en Turkije.

thema 6



Duurzame dilemma's.

De indirecte partners waar geverfd, gewassen of geprint wordt (natte processen), veranderen regelmatig. Daardoor is het lastig om aan structurele verbeteringen te werken.

Ontwikkelingen en resultaten.

Eisen stellen aan ververijen en wasserijen.
We hebben een document opgesteld waarin wij diverse eisen stellen aan ververijen en wasserijen om zo de milieu-impact tijdens productie terug te dringen.

Milieu roadmap uitgebreid.
We hebben onze roadmap gericht op milieu impact productie uitgebreid met doelen tot en met 2026.

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING
6 CLEAN WATER AND SANITATION
17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Bij verantwoord ondernemen gaat het vaak over het gebruik van duurzame materialen of het terugdringen van plastic verpakkingen. Een minstens zo belangrijk thema is de impact die de productie van artikelen heeft op het milieu. Deze impact is onzichtbaar voor onze klanten, maar heeft aanzienlijk effect op het milieu en de leefomgeving van lokale fabrieksarbeiders. We willen voorkomen dat de productie van onze artikelen nadelige gevolgen heeft voor mens of milieu.

De grootste milieu-impact van onze productie ligt dieper in onze toeleveringsketen. Namelijk daar waar onze artikelen gewassen, geverfd en geprint worden. We noemen dit ook wel de natte processen. Deze processen vinden soms plaats in de fabriek waar onze artikelen in elkaar worden genaaid. Maar regelmatig worden deze processen uitbesteed aan fabrieken waar wij geen directe relatie mee hebben. Dat zorgt ervoor dat onze invloed op de omstandigheden beperkter is. Het afgelopen jaar hebben wij een document opgesteld waarin wij diverse eisen stellen aan deze ververijen en wasserijen. Allereerst dienen ze een waterzuiveringssysteem te hebben. Op dit moment is dat het geval bij 95% van de locaties. Daarmee hebben we onze doelstelling van 95% exact gehaald. In 2022 willen we ons doel van 100% behalen. We moeten dan ook de stap nemen om de samenwerking met toeleveranciers af te bouwen zonder waterzuiveringssysteem of concreet plan. Daarnaast stellen we nog andere eisen zoals een verplichte training op chemical & safety management, het ondertekenen van de MRSL (Manufacturing Restricted Substances List), het aanleveren van diverse testrapportages om de kwaliteit van het gezuiverde water te beoordelen en certificaten die aantonen dat het afval op een verantwoorde wijze verwerkt is. De verplichtingen zijn gebaseerd op het Wet Processing Guidebook ontwikkeld door Solidaridad. Op deze manier willen we het niveau van de wasserijen en ververijen in kaart brengen. Partijen die niet aan de eisen voldoen zullen op korte termijn verbetering moeten laten zien. Lukt dit niet dan zullen wij afscheid van ze nemen.

Verantwoordelijk werken met chemicaliën.

Voor de productie van onze artikelen zijn chemicaliën nodig. Ze worden gebruikt om grondstoffen, zoals katoen, te verbouwen, maar ook om machines te reinigen tijdens productieprocessen als printen en verven. We willen dat alle stoffen die gebruikt worden om onze producten te maken, veilig zijn voor mens en milieu. Daarom hebben we sinds 2011 een Restricted Substances List (RSL). Deze lijst bevat de limieten voor chemicaliën in eindproducten. Deze lijst blijven we constant updaten aan de hand van de nieuwe ontwikkelingen.
Modint heeft eerder onze leveranciers uit China getraind op het verantwoordelijk gebruiken van chemicaliën. Het afgelopen jaar hebben we deze training gehouden voor leveranciers in India, Pakistan en Bangladesh. Daarbij gaat het over de aanschaf van en het sourcen naar betere en veiligere alternatieven voor chemicaliën, het dragen van beschermende kleding tijdens het gebruik tot het tegengaan van het vrijkomen van chemicaliën in het milieu.

Better Mill project.

Het afgelopen jaar is er een nieuw project in Bangladesh van start gegaan. Bij 5 van de 13 leveranciers wordt de milieu-impact van de productie in kaart gebracht. We starten daar begin 2022 mee. Andere partijen die deelnemen aan het project zijn Hunkemöller, America Today, Tricorp en Solidaridad. Via een assessment, workshops en technische support ter plekke wordt advies gegeven over het verder verduurzamen van de productie. Daarbij is aandacht voor water en energieverbruik, chemicaliën, arbeidsomstandigheden en afval.

Bewust ontwerpen.

De milieu-impact van een artikel is sterk afhankelijk van de gemaakte keuzes tijdens de eerste stap in het productieproces: het ontwerp. Om die reden hebben we in 2021 een vervolgtraining georganiseerd voor onze stylisten en inkopers. De focus lag op het maken van bewuste keuzes om duurzame productie en circulariteit te bevorderen. In 2022 willen we daarmee doorgaan door design-practices vast te leggen waarmee we de designers helpen bij het maken van duurzamere keuzes.

Roadmap 2022 - 2026

2022

Het beoordelen van faciliteiten op basis van de door ons vastgestelde parameters, zoals beschreven in het Zeeman environmental requirement document.

Selectie van een instrument waarmee we de milieueffecten op artikelniveau in kaart kunnen brengen.

Design-practices vastleggen voor duurzaam ontwerp.

2023

Van 20% van onze kleding en textiel willen we de milieueffecten inzichtelijk hebben en terugdringen.

Lessen uit het Better Mill programma in Bangladesh delen met alle faciliteiten.

2024

Van 40% van onze kleding en textiel willen we de milieueffecten inzichtelijk hebben en terugdringen.

2025

Van 60% van onze kleding en textiel willen we de milieueffecten inzichtelijk hebben en terugdringen.

2026

Van 80% van onze kleding en textiel willen we de milieueffecten inzichtelijk hebben en terugdringen.

thema 7

DUURZAME GRONDSTOFFEN EN MATERIALEN.



Duurzame dilemma's.

We merken dat grondstoffen schaars worden en dat de kosten hierdoor stijgen. In 2021 was dit onder andere het geval voor biologisch katoen.

Ontwikkelingen en resultaten.

Duurzame materialen consumptie.
In 2021 bestaat 39% van onze totale textielconsumptie uit duurzame materialen. Dit is een stijging van 10% t.o.v. 2020.

Duurzaam katoen gebruik.
Onze katoenconsumptie bestaat voor 59% uit duurzaam katoen in 2021. Dit is een stijging van 17% t.o.v. 2020.

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

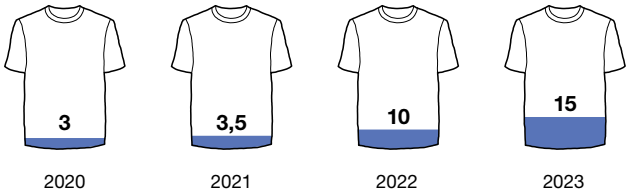
17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

De keuze voor een duurzaam materiaal heeft veel impact op de hele keten. We hebben grote stappen gezet in het transparanter communiceren over onze materialen. We hebben een tool ontwikkeld waarmee we maandelijks kunnen rapporteren op het materiaalgebruik, per land, per leverancier, per inkoper en per agent.

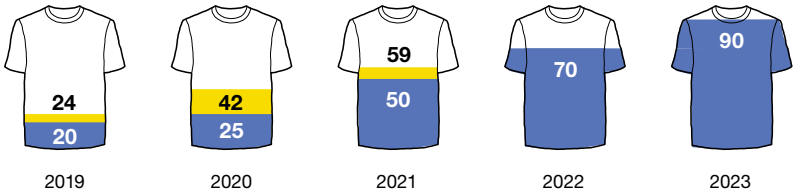
Op deze manier kunnen we de voortgang goed monitoren en bijsturen waar nodig. In 2020 stelden wij ons het doel om de totale textielcollectie in 2021 uit 35% duurzame materialen te laten bestaan. In 2021 zijn we dit doel voorbij, aan het eind van het jaar zijn we uitgekomen op 39% duurzame materialen van de totale textielcollectie. Wij willen deze groei doorzetten en streven naar 50% duurzame materialen van de totale textielcollectie in 2022.
Dat zal wel een uitdaging zijn, gezien het dilemma van de toenemende grondstofprijzen waar momenteel niet alleen de textielindustrie mee te maken heeft. Er is intern veel aandacht voor dit thema.

Duurzamer katoen.

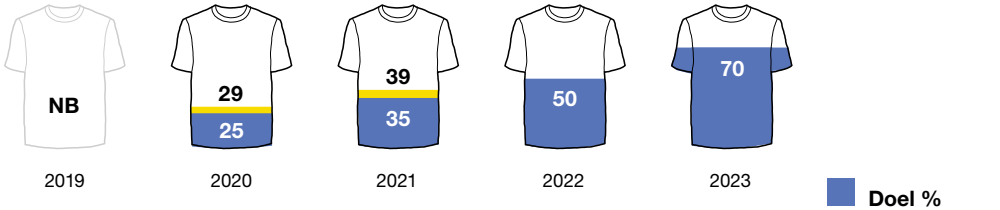
Katoen is onze belangrijkste grondstof. Ons textielassortiment bestaat namelijk voor 59% uit katoen. We maken ondergoed, sokken en rompers van katoen. Maar ook theedoeken en badlakens. De productie van katoen is milieubelastend omdat er veel water nodig is en er bestrijdingsmiddelen en kunstmest worden gebruikt. Daarom kiezen we steeds vaker voor biologisch katoen als grondstof. Hiervoor worden geen schadelijke chemicaliën en kunstmest gebruikt. Ook maken we gebruik van recycled katoen. Restmaterialen uit eerdere producties worden dan hergebruikt, zodat nieuwe, kostbare grondstoffen bespaard blijven. Onze katoenconsumptie bestaat nu voor 59% uit duurzame opties. In het jaar 2022 streven wij ernaar minimaal 70% van ons katoen uit duurzame bronnen te laten komen.



Aandeel gerecycled materiaal in onze totale textielconsumptie.



Aandeel duurzaam katoen in onze totale katoenconsumptie.



Aandeel duurzame materialen in onze totale textielconsumptie.

Better Cotton.

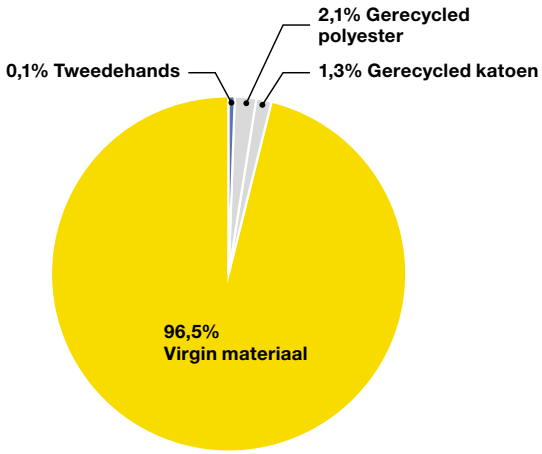
Om collectiebreed te kunnen verduurzamen en wereldwijd de milieu-impact van de katoenproductie te verminderen, werken we sinds 2015 samen met Better Cotton. Better Cotton is een organisatie die zich wereldwijd inzet voor betere omstandigheden in de katoensector. De focus ligt op sociale omstandigheden en de milieu-impact. In 2021 was 53% van ons katoen verzameld via Better Cotton. Dankzij ons lidmaatschap hebben Better Cotton boeren 1,4 miljoen euro meer winst gemaakt en is er 3,2 miljard liter water bespaard. In 2020 was dat nog 2,3 miljard liter water.

Pre-consumer recycled materialen.

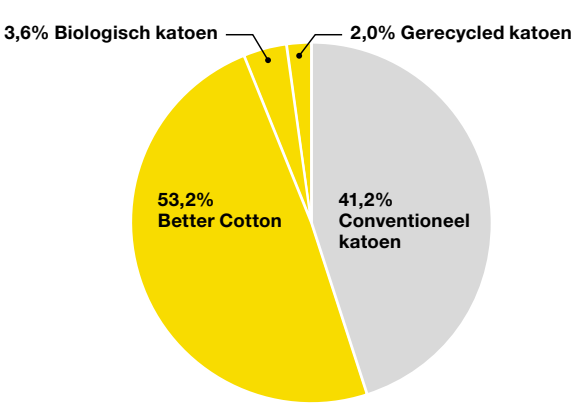
Om onze groei verder voort te zetten in duurzame materialen willen wij ons meer richten op het gebruik van recycled materialen. In dit geval richten wij ons op pre-consumer afval. Dat houdt in dat afval tijdens het productieproces gebruikt wordt voor een nieuw garen. Dit kan ingezet worden voor zowel synthetische garens, als polyester en natuurlijke garens van onder andere katoen.

Na katoen is polyester het meest gebruikte materiaal in onze collecties. Olie is de voornaamste grondstof van polyester. Om in 2022 onze doelstelling te behalen, zullen we de focus moeten leggen op het gebruik van recycled polyester. In 2020 bestond het aandeel polyester voor 6% uit recycled garen. Het afgelopen jaar is dit gestegen tot 8%.

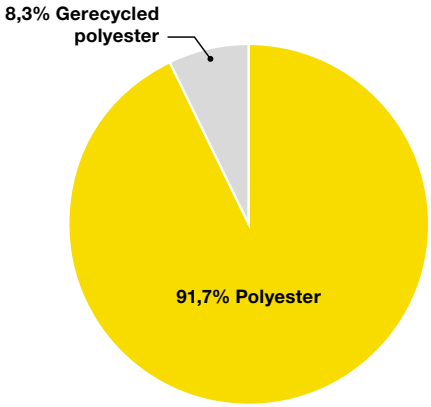
Van de totale collectie in 2021 bestaat 3,5% uit gerecyclede materialen. Dit betreft recycled katoen en recycled polyester. Hierin is ook de tweedehands collectie genaamd Resale meegenomen. Dit laatste gaat om post-consumer afval: van goederen die al gedragen zijn en een tweede leven krijgen (zie ook in het volgende thema op pagina 44). Ons streven is om in 2022 te groeien tot 10% recycled materialen van de totale textielcollectie.



Gerecycled materiaal.



Katoenconsumptie.



Polyesterconsumptie.

Met de data die we verzamelen krijgen we ook een goed overzicht van de duurzame materialen per land. In alle landen is het aandeel duurzaam materiaal toegenomen. Bij de Europese leveranciers is dit helaas gekrompen: daaronder vallen onze importeurs die in Europa werken. Via deze tussenpersoon worden orders geplaatst. De toenemende grondstofprijzen en schaarste in duurzame materialen komt hier duidelijk naar voren. Daarnaast is China ons grootste productieland en we zien dat daar het duurzame materiaal-gebruik achterblijft ten opzichte van andere landen.

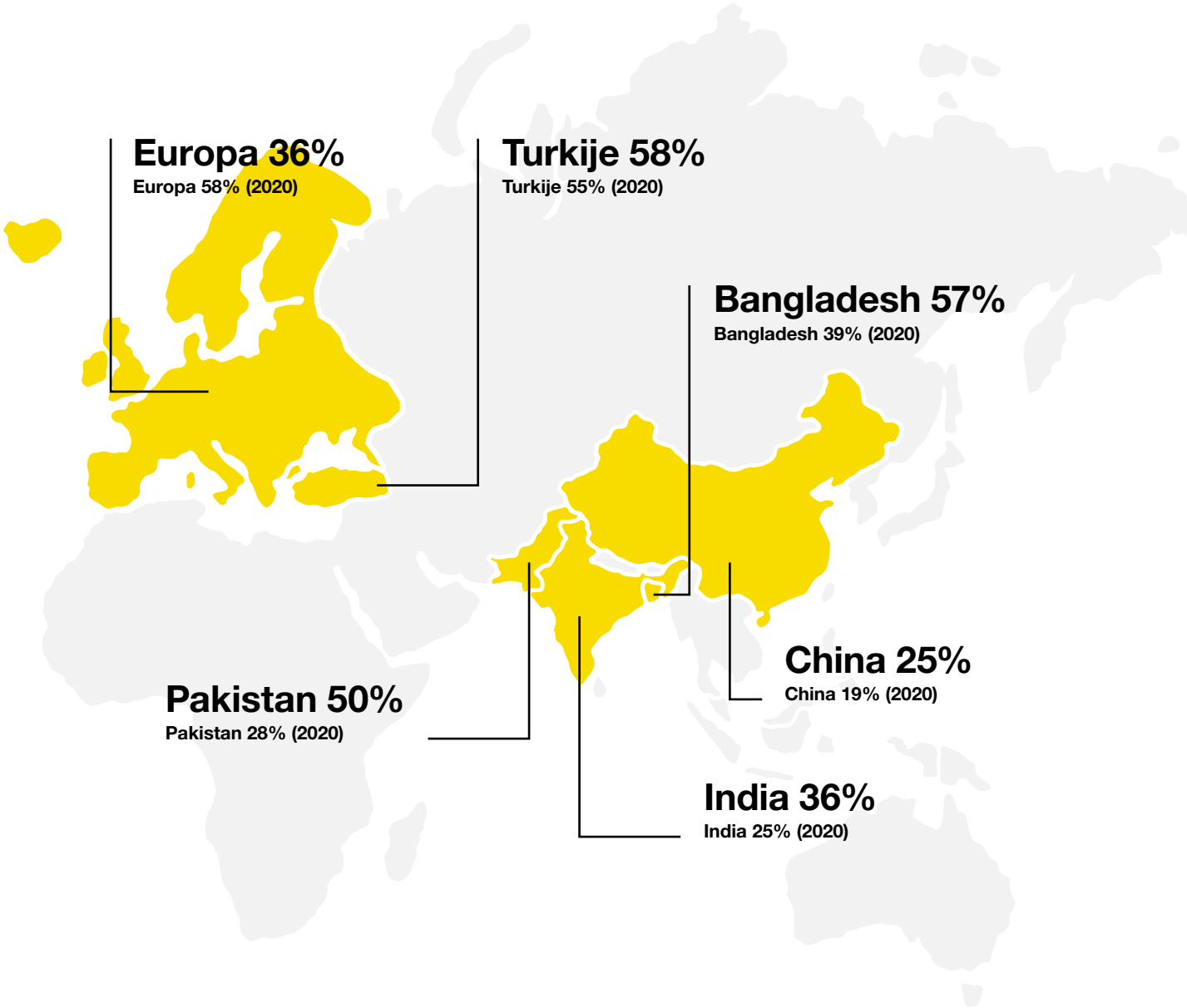
Recycled statiegeldtas.

Al in 2014 introduceerden we onze statiegeldtas die volledig bestaat uit recycled polyester. Als klanten een tasje nodig hebben om hun aankopen in mee te nemen, dan is er de mogelijkheid om een statiegeldtas te kopen. Als deze tas later weer ingeleverd wordt, krijgen klanten hun statiegeld altijd terug. Alle teruggenomen statiegeldtassen die niet meer bruikbaar zijn sturen we naar ons distributiecentrum. Daarna laten wij ze vernietigen door een externe partij. Zo weten we zeker dat ze niet gaan rondslingeren in het milieu.

Recycling overige producten.

Naast textiel heeft Zeeman ook een ruim assortiment aan producten als speelgoed, woonaccessoires en elektronica. Binnen deze groepen wordt ook ingezet op duurzamere opties zoals recycled glas en plastic.

Weergave percentage ingekochte duurzame materialen per land.



thema 8

CIRCULAIRE ECONOMIE & VERPAKKINGSMATERIAAL EN AFVAL.



Duurzame dilemma's.

We weten dat een overgang van een lineair naar een circulair businessmodel noodzakelijk is en dat dit meer tijd kost dan we zouden willen.

Een aantal producten wordt nog verpakt aangeboden om beschadigingen te voorkomen. We zoeken nog naar duurzame oplossingen.

Ontwikkelingen en resultaten.

Verkoop tweedehands kleding.
In samenwerking met Het Goed verkopen we sinds juni 2021 in 6 filialen tweedehands kleding.

Inzameling gebruikt textiel.
In samenwerking met Het Goed zamelen we eind 2021 in bijna 50 winkels tweedehands kleding in.

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Lineaire economie.

Het huidige businessmodel in de retail is vooral lineair en onvoldoende toekomstbestendig. Hierbij worden eerst grondstoffen gebruikt om artikelen te produceren; deze worden aangeboden en na gebruik door de consument verdwijnen ze vaak bij het restafval. Bij circulariteit draait het om het efficiënt gebruiken van grondstoffen en om deze grondstoffen zoveel mogelijk te behouden om te voorkomen dat deze uitgeput raken.

Circulair design.

Als bij de ontwikkeling van collecties al duurzame afwegingen worden gemaakt, dan werkt dat positief door in de gehele lifecycle van een artikel. Tijdens de workshop responsible buying & design, waar in 2021 een vervolg aan is gegeven, hebben we hier met elkaar uitvoerig bij stilgestaan. Door deze workshop kregen de designers input die hen ondersteunt bij het maken van keuzes. In 2022 zullen wij een design practice-document opstellen waarin deze input wordt meegenomen: een checklist voor de designers.

Lokale, circulaire productie.

Met een coalitie van partners werken we aan de productie van een circulair artikel. Het idee is dat er in Nederland van 100% post-consumer textielafval, een nieuw artikel wordt geproduceerd. Het is een innovatief proces waarin het afgelopen jaar de kwaliteit van de vezels van post-consumer afval is getest. De volgende partners vormen de recyclingketen waarmee we het uiteindelijke artikel gaan ontwikkelen: Cirkelwaarde, Frankenhuis, Wieland Textiles en Enschede Textielstad. Daarom willen we dit jaar de mogelijkheden onderzoeken om een product op de markt te brengen waarin het percentage lager dan 100 is, maar waar we wel mee kunnen bijdragen aan het hergebruiken van post-consumer afval. Het onderzoek naar een product van 100% post-consumer textielafval loopt wel door.

Resale.

In samenwerking met Het Goed verkopen we sinds juni 2021 tweedehands kleding in 6 filialen onder de naam Resale. Daarnaast bieden we onze klanten de mogelijkheid om gebruikte kleding bij ons in te leveren. Eind 2021 deden we dit in bijna 50 winkels. De bedoeling is dat dit in februari 2022 in alle Nederlandse filialen kan. Met dit vernieuwende concept willen wij gebruikte kleding een tweede leven geven. Door kleding- inzameling actief onder de aandacht te brengen, hopen we klanten bewust te maken van het feit dat kleding gescheiden ingezameld moet worden en niet bij het restafval, zoals in 55% van de gevallen nog gebeurt. Het Goed heeft eigen sorteercentra die gespecialiseerd zijn in het uitsorteren van ingezamelde kleding. Honderden mensen krijgen hierdoor dagelijks de kans om op een laagdrempelige manier werkervaring op te doen. Daarom heeft deze samenwerking ook een sterke sociale component. Alles wat we inzamelen doneren we aan Het Goed. Kleding van goede kwaliteit die nog prima een ronde mee kan, geven we een tweede kans in onder andere de kringloopwarenhuizen van Het Goed of in ons Resale-assortiment in een van de zes filialen. En wat niet meer goed of mooi genoeg is, wordt zoveel mogelijk gebruikt om te recyclen. Daar wordt dan weer iets anders van gemaakt.

In 2022 willen we ook in een aantal Belgische filialen een start maken met Resale. De verkoopresultaten in de Nederlandse filialen waren de eerste maanden boven verwachting. Helaas lieten de cijfers in de rest van het jaar een dalende trend zien. We onderzoeken continu hoe we het Resale-aanbod in de winkels kunnen optimaliseren. Aan de hand van feedback van verkoopcollega's en klanten zoeken we naar de juiste afstemming. Denk hierbij aan het op kleur presenteren van het aanbod, omdat het er anders rommelig kan uitzien.



Thema 8. Circulaire economie & Verpakkingsmateriaal en afval.

Upcycling.

Circulair design.
Bij circulariteit draait het om het efficiënt gebruiken van grondstoffen en om deze zoveel mogelijk te behouden. Het is daarom ook erg interessant om te kijken wat er gemaakt kan worden van een bestaand item. Zeker als dit nog iets mooiers kan worden. Tijdens de Dutch Design Week in Eindhoven heeft Zeeman meegewerkt aan een project van New Order of Fashion (NOoF). De designtalenten van NOoF zijn aan de slag gegaan met Zeeman artikelen die niet meer geschikt waren voor de verkoop. Denk aan incomplete samples en de afgeschreven Resale-collectie. Hiervan werden hoogstaande designs gemaakt die wij later bij een winactie over upcycling onder de consumenten hebben uitgedeeld.

Gescheiden afvalstromen.
Van de afvalstromen binnen onze operatie hebben we in 2021 89% kunnen recyclen. In 2020 was dit ook 90%. Dit is onder andere het plastic en papier dat gescheiden uit onze winkels terugkomt, maar het zijn ook materialen uit andere afvalstromen waarvoor we samen met onze afvalverwerkingspartner RCN de juiste afvalverwerkingsmethode bepalen. Daarnaast rapporteren we al jaren over het totaalgewicht van ons afval en sinds drie jaar ook afzonderlijk over gevaarlijke stoffen. Ons doel is om ieder jaar meer materialen te recyclen en het totaal van de afvalstromen te verminderen. Dit doen we onder andere door zo min mogelijk verpakkingsmateriaal te gebruiken voor onze artikelen.







Een zuinige operatie.

COVID-19 heeft internationaal veel invloed gehad op de verschillende onderdelen in onze toeleveringsketen. Ook in 2021 was er weer een onbalans in de zeevrachtstromen. Het grootste knelpunt was het capaciteitstekort voor de verscheping van zeecontainers vanuit het Verre Oosten.

Het gevolg was dat de planning van leveringen minder zeker werd. Dit zien we ook terug in de gemiddelde beladingsgraad van een zeecontainer en het deel dat via binnenvaart vanuit de haven naar het DC van Zeeman werd vervoerd. Bij het containervervoer zijn er twee indicatoren om op te letten:

Beladingsgraad.

De gemiddelde beladingsgraad van een zeecontainer is uitgekomen op 79%, de doelstelling was 79%. Dit ondanks de moeilijke situatie waarin de zeevaart zich nog altijd bevindt. Zeeman heeft voor 85% van het totale volume aan goederen kunnen verschepen met het grootste type container. Voor 2022 ligt de doelstelling voor de beladingsgraad op 80%. Door deze hoge beladingsgraad beperken we het aantal te verschepen zeecontainers. Ook de uitstoot wordt zo minder. We willen die hogere beladingsgraad bereiken door onze logistieke planning en de agenten en leveranciers nog intensiever samen te laten werken via het Supply Chain Portal.

Binnenvaart.

Voor vervoer vanuit de haven naar ons distributiecentrum in Alphen aan den Rijn maken we zoveel mogelijk gebruik van binnenvaart. Zo verminderen we het aantal vervoersbewegingen op de weg en de uitstoot. We gebruiken de 'groene corridor' waarin verschillende bedrijven de vervoersstromen via binnenvaart bundelen. De schepen die we inzetten varen op LNG. In 2021 is 73% van de zeecontainers aangevoerd via binnenvaart, onze doelstelling was 80%. Dit kwam doordat de planning van de verschepingen minder betrouwbaar was door de situatie op de markt voor internationale zeevracht. Voor 2022 is 80% aanvoer via binnenvaart weer de doelstelling. Dit aandeel willen we bereiken door onze logistieke planning verder te verbeteren en het internationale containervervoer te normaliseren.

Distributiecentrum opnieuw ingericht.

In 2021 zijn we gestart met het opnieuw inrichten van het distributiecentrum en het aanleggen van een nieuw gemechaniseerd opslag- en sorteersysteem. In 2022 zal het grootste deel van dit project gerealiseerd zijn. Het resultaat: een nieuwe indeling van het distributiecentrum, een nieuw Warehouse Management Systeem en een Shuttle-systeem voor geautomatiseerde opslag en sortering. Het project is begin 2023 afgerond. Deze grote investering heeft niet alleen een commercieel belang vanwege het verhogen van de capaciteit voor het verdeelproces. We doen dit ook op basis van twee belangrijke MVO-pijlers: de werkomstandigheden verbeteren in het distributiecentrum en de benodigde transportbewegingen naar de winkels terugdringen. In de nieuwe situatie maken we gebruik van het 'goods-to-man'-principe, dat scheelt zware arbeid. Er hoeft minder gelopen en getild te worden. Met de slimme systemen in de aansturing, verhogen we de beladingsgraad van rolcontainers. Daardoor zijn voor hetzelfde volume aan goederen minder transportritten nodig. Met als gevolg een verlaging van de uitstoot.

Trucks.

In 2021 is de lijn doorgetrokken waaraan we in voorgaande jaren veel aandacht hebben besteed. Onze nieuwe trucks hebben een zo laag mogelijke CO_2-uitstoot. We realiseren dit vooral door een andere keuze te maken qua motorinhoud. Er is gekozen voor een motor met grotere inhoud. Een motor met meer pk's hoeft minder hard te werken om vermogen te leveren. Dit geeft een lagere uitstoot in fijnstof en CO_2. Dieselverbruik is licht verbeterd door meer gebruik te maken van de cruise control op een lager ingestelde snelheid. Dit zorgt voor een lager verbruik en dus minder uitstoot. Door het verder optimaliseren van de plan-applicatie verbeteren we de beladingsgraad binnen de wettelijke rijtijdenwetgeving en arbeidstijdenbesluit.

In december heeft transport een test gedaan met elektrisch rijden. Er zijn enkele ritten gereden met een volledig elektrische truck. Het comfort van deze truck was voor de chauffeur groter en de levering is emissieloos uitgevoerd. Dat is een groot voordeel voor de omgeving. De data zullen nog verder worden geanalyseerd.
Transport is bovendien in een vergevorderd stadium in het onderzoek naar de inzet van trucks op waterstof. De leverancier hoopt in 2022 de toezegging te kunnen doen of we aan deze pilot kunnen meedoen.
We blijven ook intermodaal naar Spanje gaan. En in 2022 willen we een derde 45 Ft container inpassen in het transportschema naar Spanje. Daarmee gaan we verder in 'road to rail'. In het huidige netwerk rijden we per trein naar Barcelona. We gaan onderzoek doen naar een extra intermodaal traject naar Madrid en Valencia.
In het wagenpark personenauto's is het aantal dieselauto's verder afgeschaald. Deze auto's zijn vervangen door een elektrische auto. In Spanje rijden de eerste collega's inmiddels ook in een elektrische auto.

De chauffeur centraal: Human Capital binnen Transport.

In de zeer krappe arbeidsmarkt zijn we in staat gebleken om het team van chauffeurs te blijven versterken. Daar hebben verschillende zaken aan bijgedragen: goed werkgeverschap (denk aan plannen binnen arbeidstijden-wetgeving en rijtijdenbesluit). Zorgen voor een veilige werkomgeving. En goed materieel. Transport is in 2021 gestart met een eigen opleiding voor startende chauffeurs. Een van onze chauffeurs doet mee in de tv-serie Meiden die rijden. Ze laat daarin trots zien hoe mooi het werk bij Zeeman is. In de verplichte bijscholing voor chauffeurs, de Code-95, besteden we veel aandacht aan het 'wel en wee' van onze chauffeurs. Leefstijl, veilig werken, omgaan met fysieke belasting: dit zijn terugkerende onderdelen in de jaarlijkse training. De chauffeurs waarderen dit zeer en maken volop gebruik van de informatie.
De uitstoot per rolcontainer valt fors lager uit dan vorig jaar namelijk 11,7 kg CO_2/rc (2020: 15,3 kg CO_2/rc). In 2021 zijn aanzienlijk meer rolcontainers verstuurd dan in 2020, de ritten waren daardoor beter gevuld en de uitstoot per rolcontainer was dus lager.

In onze winkels doen we niet aan overbodige luxe. Wél aan LED-verlichting. Eind 2021 waren er 910 filialen (van de 1.303) voorzien van LED. Dit is dus 70% (2020 66%).
LED-verlichting verbruikt minder dan een derde van de energie die nodig is voor traditionele TL-buizen. De 910 filialen met LED-verlichting zorgen hiermee voor een lagere energierekening. Goed voor het milieu en de portemonnee.
De voordelen:

- Een besparing van ongeveer 45% kWh per winkel ten opzichte van de TL-D-verlichting.
- LED-TL-buizen gaan ruim vier keer langer mee dan gewone buizen, onder andere omdat ze zijn gemaakt van duurzaam recyclebaar kunststof.

Uitstoot per rolcontainer.



2020 15,3 kg CO_2/rc

2021 11,7 kg CO_2/rc

Een goed product.

Duurzaam betekent ook dat we artikelen met een lange levensduur willen aanbieden. Daarom besteden we veel aandacht aan de kwaliteit van onze producten. Een duurzame relatie met een leverancier is van groot belang om de kwaliteit te kunnen borgen. Klanten kunnen op de kwaliteit van onze producten vertrouwen omdat onze leveranciers onze standaarden kennen.

Handboek voor leveranciers.

De kwaliteitsafdeling van Zeeman is verantwoordelijk voor de uitvoering en handhaving van het kwaliteitsbeleid. Alle eisen aan het product, labelling, logistiek en testen staan beschreven in het handboek voor onze leveranciers. Omdat Europese wetgeving kan wijzigen, krijgt het handboek regelmatig een update.

Product council.

In de ontwerpfase worden de kwaliteitsspecificaties vastgelegd. Alle ontwerpen worden voorgelegd aan een zogenaamde 'product council', die onderzoekt of er aan het ontwerp geen kwaliteitsrisico's verbonden zijn. Ook zien ze erop toe dat er geen inbreuk gemaakt wordt op intellectueel eigendom van derden. De product council bestaat uit vertegenwoordigers vanuit de Directie, MVO & Kwaliteit en Marketing & Communicatie.

Producttesten door TÜV Rheinland.

Om er zeker van te zijn dat de producten aan onze kwaliteitsnormen voldoen, laten we de artikelen overal ter wereld testen door TÜV Rheinland. Dit kennis- en innovatiecentrum voor de textielindustrie onderzoekt ook of de afspraken, die gemaakt zijn met leveranciers, ook daadwerkelijk zijn nagekomen. Als de testrapportages zijn goedgekeurd, mogen de artikelen verscheept worden naar Europa.

Waar we op testen:

- Op chemicaliën of andere schadelijke stoffen die op de restricted substances list (rsl) staan. Zo sluiten we uit dat er stoffen in artikelen zitten die schadelijk zijn voor de gezondheid en het milieu (denk aan azoverfstoffen en weekmakers in plastic).
- Op brandveiligheid van kindernachtkleding: we voldoen volledig aan de europese norm. Onze nachtkleding voldoet bovendien aan het convenant brandveiligheid nachtkleding.
- Op algemene productveiligheid, denk aan kleine onderdelen bij speelgoed of koordjes aan kinderkleding.
- Op kwaliteit: denk aan pasvorm, slijtvastheid en afwerking.

We stellen met name eisen aan speelgoed en producten die met etenswaren in contact komen.
Heeft een klant een klacht of opmerking over een artikel? Dan gaat de afdeling Klantenservice daar zorgvuldig mee om. Een klacht die gaat over veiligheid, schalen we op; de kwaliteitsafdeling maakt een risicobeoordeling. Bij andere klachten bepalen we eerst hoe groot het probleem is en zoeken we daarna een passende oplossing.

Mutlu Oerdek TÜV Rheinland.

'Zeeman textielSupers en TÜV Rheinland werken sinds 2013 intensief samen op internationaal niveau om Zeeman's hoge kwaliteitsniveau te waarborgen.
TÜV Rheinland houdt Zeeman op de hoogte van de laatste teststandaarden (Restricted Substance List (RSL)) en ondersteunt Zeeman bij het controleren van alle artikelen op naleving van de RSL en wettelijke Europese eisen.
Zeeman was een van de eerste Nederlandse klanten die een jaarlijks 'beveiliging test programma' hanteert. Voor dit programma selecteert TÜV Rheinland producten met een hoog risico uit de winkels of het distributiecentrum en test deze in het lab in Hong Kong.
Daarnaast organiseert TÜV Rheinland trainingen en webinars voor Zeeman medewerkers (o.a. inkoop en MVO) om de kennis van het team te vergroten.'

Extra steekproeven.

Met regelmaat neemt Zeeman zelf extra steekproeven. Daarbij worden (risico)artikelen uit de winkel geselecteerd en getest door het onafhankelijke testlaboratorium TÜV Rheinland. In 2021 zijn 445 steekproeven gehouden. 98% van de artikelen voldeed aan de strenge normen die Zeeman hanteert. In 2020 was dit 97%.

Samen groeien.

Voor onze continuïteit is groei noodzakelijk. Sinds 2019 werken we met een nieuwe visie op HR. Uitgangspunt is dat Zeeman een aantrekkelijke werkgever is waar we samen groeien. Die groei gaan we onder andere realiseren door uit te breiden en door ons online kanaal te vergroten. Maar om echt gezond te blijven, moeten we - naast het werken aan expansie - ook op een evenwichtige manier met onze bestaande winkels blijven groeien.

Een aantrekkelijke werkgever.

Het aantal beschikbare mensen op de arbeidsmarkt met de juiste kwalificaties is afgenomen door de aangetrokken economie, de vergrijzing en voortdurende technologische ontwikkeling. We moeten zorgen dat we als werkgever de aantrekkingskracht hebben om ook in de toekomst voldoende kwalitatief personeel aan ons te binden. Om dat te bereiken hebben we de afgelopen jaren de medewerker centraal gesteld in hun reis bij Zeeman. Zo proberen we een omgeving te creëren waarin onze medewerkers zich energiek, betrokken en trots voelen.

Een nieuwe generatie.

Nieuwe generaties, die nu de arbeidsmarkt betreden, hebben andere verwachtingen van hun werkgever. Ze letten op purpose en transparantie. En ze willen de beschikking hebben over eigentijdse tools en middelen om hun werk goed te kunnen doen. Door het verwachte verloop van werknemers en de geplande toename in het aantal winkels, willen we de komende jaren in Europa zo'n 5.000 medewerkers per jaar werven om deze groei mogelijk te maken. De bewegingen die Zeeman wil maken, zorgen er ook voor dat onze medewerkers zich moeten blijven ontwikkelen om met ons mee te kunnen groeien.

Medewerker centraal.

We doen er alles aan om ervoor te zorgen dat onze medewerkers energiek, trots en betrokken zijn. De medewerker staat dan ook centraal in zijn reis bij Zeeman. In de afgelopen jaren hebben we de reis van de medewerker op diverse punten verbeterd.

Onboarding.

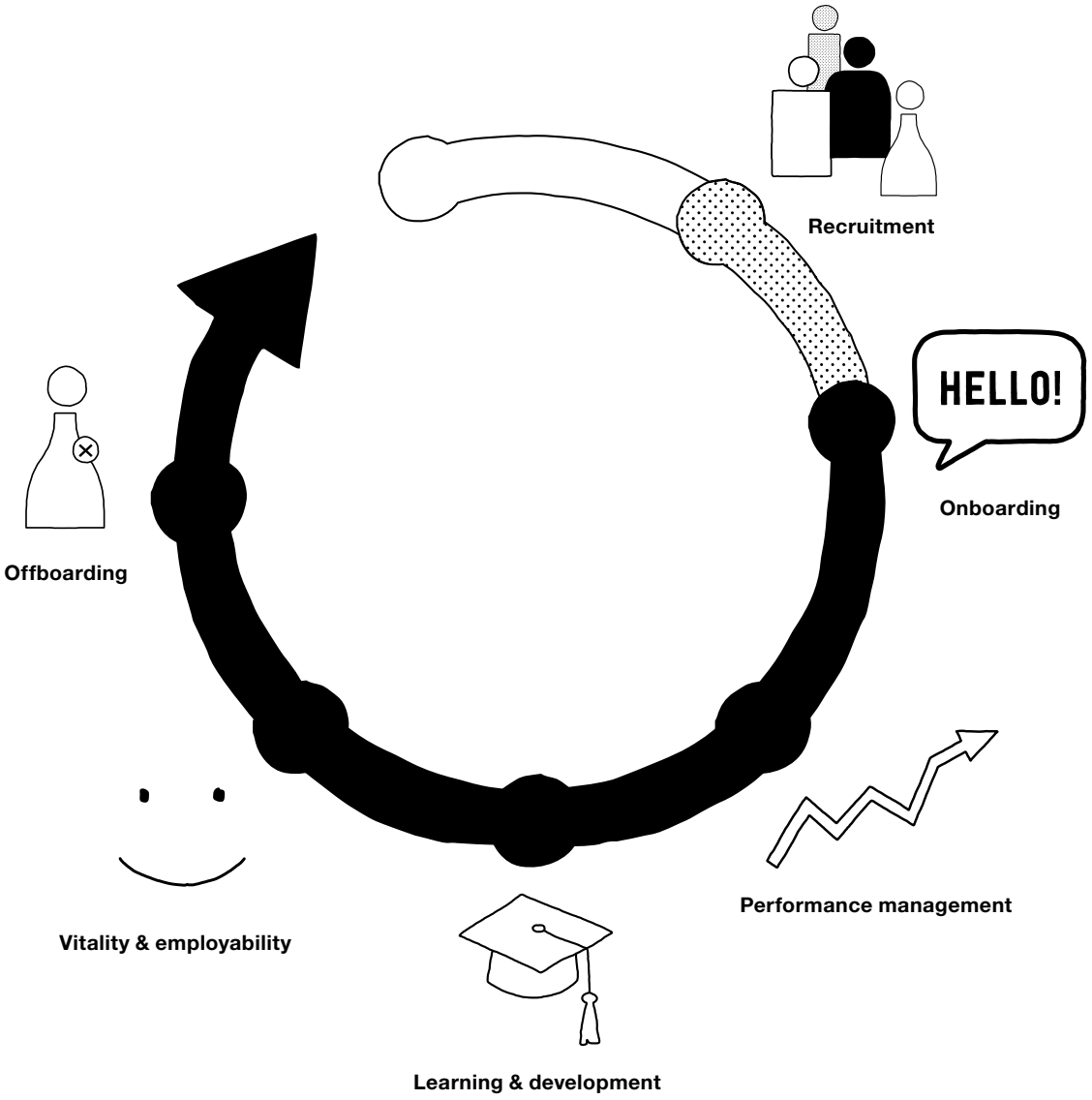
Iedere nieuwe verkoopmedewerker die in een van onze winkels start bieden we via de app Learn@Zeeman een eigentijds onboarding traject (een mix van e-learning, korte filmpjes en praktijkopdrachten). In mei 2021 is een onboardingprogramma beschikbaar gekomen voor nieuwe collega's op het Servicekantoor, in het distributiecentrum en bij Transport in Learn@Zeeman.



Learning & development.

We zijn zuinig op talent bij Zeeman. Daarom leiden we onze medewerkers op en creëren we samen kansen om te groeien. Al jaren geven we onze winkelmedewerkers via de Zeemanschool de mogelijkheid om een beroepsopleiding of een interne workshop te volgen. We stimuleren klantgericht ondernemerschap dat de klant centraal stelt.

In 2021 was klassikaal trainen door Covid-19 nog steeds niet mogelijk. Een aantal van onze opleidingsactiviteiten konden we gelukkig wel online door laten gaan, zoals de Nederlandse BBL opleidingen en BHV trainingen. Daarnaast zijn we in februari officieel van start gegaan met het virtuele leertraject Store Management 1 voor assistent filiaalbeheerders. Dit traject hebben we gedurende 2021 verder doorontwikkeld. Het virtuele leertraject Store Management 2 voor onze filiaalbeheerders is in september van start gegaan.



Online trainingen.

Naast een onboarding programma biedt Learn@Zeeman ook een groot aantal online trainingen. We vinden het belangrijk dat onze medewerkers zich persoonlijk ontwikkelen en met ons mee kunnen groeien.
Onze online leeromgeving Learn@Zeeman, die zowel via de app als via internet te bereiken is, is nog altijd in ontwikkeling en breidt zich nog steeds uit. 'Ons aanbod' - waar alle microlearnings, workshops en GoodHabitz trainingen te vinden zijn - breiden we regelmatig uit met nieuwe learnings, trainingen en relevante informatie voor het werken bij Zeeman. Daardoor hebben onze collega's de mogelijkheid om mee te groeien met de ontwikkelingen binnen Zeeman. Zo hebben we bijvoorbeeld gedurende het jaar 2021 nieuwe learnings ontwikkeld voor het gebruik van Power BI, het Store Performance Dashboard en Aan de slag met Social Media.

Medewerkersbetrokkenheids-onderzoek.

In 2019 hebben we medewerkers online om input gevraagd om de betrokkenheid (bevlogenheid) van onze medewerkers te meten. We zijn trots dat Zeeman als werkgever een 8,6 scoorde (op een schaal van 1 tot 10). Maar uit het onderzoek kwam ook een belangrijk aandachtspunt naar voren, namelijk de rol van de leidinggevende. Een mensgerichte aanpak zorgt voor een grotere betrokkenheid. In 2022 gaan we opnieuw input vragen aan onze medewerkers en de betrokkenheid van onze medewerkers meten.

Het belang van betrokkenheid.

Bij het onderzoek in 2019 is ook een data-analyse uitgevoerd. Er is een duidelijk verband aangetoond tussen lager ziekteverzuim en een hogere betrokkenheid. De 25% meest bevlogen medewerkers hebben 41% minder verzuimdagen dan de 25% minst bevlogen medewerkers. Ook is aangetoond dat leidinggevenden met een mensgerichte aanpak hoger scoren op betrokkenheid en dus een lager ziekteverzuim in hun teams hebben. We hebben onze visie op leiderschap uitgeschreven en uitgedragen met een filmpje. We leggen daarin uit dat we 'verbindend leiderschap' verwachten. Vanuit ons DNA zijn we resultaatgericht. Door dit te combineren met een mensgerichte aanpak, ontstaat verbindend leiderschap.

In 2021 is het verzuimpercentage afgenomen tot 6,72%, t.o.v. 6,97% in 2020. Daarmee is het verzuimpercentage ongeveer gelijk aan het verzuimpercentage in 2019 (6,8%). We zien vooral een daling in het percentage in de maanden maart en april 2021 t.o.v. 2020, de maanden waarin de corona-pandemie in 2020 een grote impact had op het verzuim. In Nederland en Duitsland was de daling in de beginmaanden van 2021 het grootst. In november en december van 2021 is het verzuimpercentage juist toegenomen ten opzichte van dezelfde maanden in 2020. Dit houdt vermoedelijk verband met winkelsluitingen door lockdowns in een aantal landen in 2020.

Diversiteit.

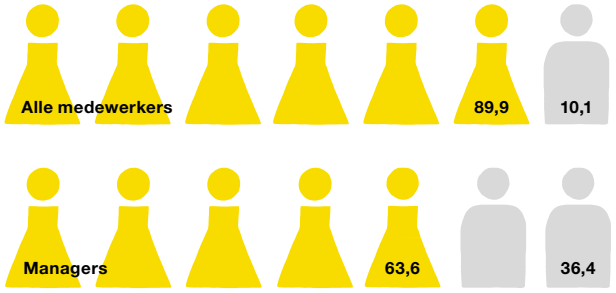
Zeeman vindt diversiteit belangrijk. 89,9% van onze medewerkers is vrouw en van onze managers is dat 63,6%. Ook in de directie van Zeeman zijn drie van de zes directieleden vrouw. Om de combinatie van werk en gezinsleven mogelijk te maken, bieden we veel parttime functies aan. 69,3% van onze medewerkers werkt in deeltijd. Daarnaast vinden we dat iedereen een eerlijke kans verdient op een baan. 2,7% van onze medewerkers heeft een afstand tot de arbeidsmarkt. In 2020 was dit 2,4%.

Vitaliteit en duurzame inzetbaarheid.

We hebben in 2019 een vitaliteitsbeleid uitgeschreven om onze medewerkers vitaal en duurzaam inzetbaar te houden en minder vaak ziek. Dit beleid heeft drie pijlers:

- voeding, bewegen en leefstijl
- work-life balance
- persoonlijke ontwikkeling

In 2021 hebben we een aantal vitaliteitscampagnes gehad rondom thema's als Dry January (een maand geen alcohol), een groente- en fruit challenge, week van de werkstress, vitaliteitsweken, Stoptober (stoppen met roken) en een beweegchallenge.



Percentage vrouwen en mannen bij Zeeman.

Save our Sisters project.

Zeeman sponsort sinds 2005 een aantal projecten in India en Bangladesh. In Mumbai in India zijn we destijds begonnen met het sponsoren van een school voor gehandicapte kinderen uit de grootste krottenwijk van Centraal Azië, Dharavi. Daar zijn later projecten aan toegevoegd om meisjes en jonge vrouwen te helpen die ongewild in de prostitutie beland zijn. Ook in Bangladesh steunt Zeeman een dergelijk project voor scholing en opvang.

India.

De Covid-pandemie heeft in India enorm huisgehouden. In heel India zijn naar schatting zo'n half miljoen mensen overleden aan Covid-19. Meer dan 100.000 van die mensen wonen in de provincie waar Mumbai ligt. We hebben onze bijdrage in 2021 met name bestemd voor meisjes en vrouwen die eerder in ons Save our Sisters programma geholpen zijn, maar nu door de pandemie weer in grote moeilijkheden gekomen zijn. Veel winkels moesten lange tijd gesloten blijven. Daardoor kon er niets meer verdiend worden. Maar er waren ook vrouwen die inmiddels een gezin hebben, bij wie de man door de pandemie is overleden en die dus geen inkomen meer hadden.
Daarnaast is in de stadswijken waar het Save our Sisters programma actief is ook veel gedaan om te voorkomen dat meisjes weer of voor het eerst in de prostitutie belanden. Dit wordt gedaan door voorlichting en bewustwording maar ook vaak door de grootste financiële nood te lenigen. In totaal zijn in 2021 bijna 2000 vrouwen, meisjes en hun families door dit programma geholpen.

Bangladesh.

In Bangladesh is onze steun met name gebruikt voor de opvang van meisjes en jonge vrouwen in ons opvanghuis in Faridpur. Meisjes die bevrijd zijn worden hier opgevangen, krijgen hier psychologische hulp maar ook een opleiding. Daarna worden ze geholpen om weer een plaats te vinden in de maatschappij. In 2021 zijn hier 28 meisjes opgevangen en begeleid. Ook is het voor acht meisjes gelukt om ze terug te brengen naar hun familie. Uiteraard wordt dit alleen gedaan als dat voor de meisjes veilig genoeg is.
In 2021 zijn ook samen met de overheid enkele bijeenkomsten georganiseerd in scholen en in wijken in de hoofdstad Dhaka waar veel prostitutie is. Het doel is om seksuele uitbuiting van met name minderjarige meisjes te voorkomen.



Koen Vliegenthart, CFO Zeeman 1999-2006.

"Sinds 2005 mag ik Zeeman vertegenwoordigen bij de projecten in Mumbai en nu ook Bangladesh. Met eigen ogen heb ik gezien hoeveel uitbuiting er in India en Bangladesh is van meisjes en jonge vrouwen. Met de steun van Zeeman zijn al veel meisjes gered en geholpen bij het opbouwen van een nieuw leven. Misschien nog wel belangrijker zijn de preventieprogramma's om meisjes en families voor te lichten en andere opties te vinden voor hun financiële nood. Het is heel mooi om te zien dat de winkels en het Zeeman personeel betrokken worden bij de projecten door de jaarlijkse acties. De meeste Zeeman medewerkers zitten in dezelfde leeftijdscategorie als deze slachtoffers van mensenhandel… maar wat een verschil!"

Bijlagen.

Economische aspecten. >

Bestuur. >

Organigram Raad van Commissarissen. >

Over dit verslag. >

Assurancerapport van de onafhankelijke accountant. >

GRI core tabel 2021. >

Indicatoren overzicht. >

Voetnoten. >

Begrippenlijst. >

Colofon. >

Economische aspecten.

Zeeman Groep B.V. en haar dochterondernemingen hebben een boekjaar gelijk aan het kalenderjaar. De geconsolideerde jaarrekeningen van Zeeman Groep B.V. zijn tot en met het boekjaar 2020 gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel.
Zeeman bestaat uit de volgende Vennootschappen:
ZEEMAN textielSupers B.V., Alphen aan den Rijn, Nederland (100%)
ZEEMAN textielSupers N.V., Merksem, België (100%)
ZEEMAN textielSupers GmbH, Kleef, Duitsland (100%) G+W Wahler der Modemarkt GmbH, Kleef, Duitsland (100%)
ZEEMAN textielSupers SARL Parijs, Frankrijk (100%)
ZEEMAN textielSupers SARL, Esch-sur-Alzette, Luxemburg (100%)
ZEEMAN textielSupers, SLU, Barcelona, Spanje (100%)
ZEEMAN textielSupers GmbH, Wenen, Oostenrijk (100%)
Profitex Import Export Company Ltd, Hongkong (100%)
Romanee Ltd, Hongkong (100%)

Bestuur.

Zeeman wordt bestuurd door het Management Team (acht personen). Erik-Jan Mares (CEO), Albert van Bolderen (CFO), René de Lege (Directeur a.i. Verkoop, Bouw & OG), Erica Roolvink (Directeur Inkoop), Suzanne Terpstra (Directeur HRM), Caroline van Turennout (Directeur Marketing & e-Commerce), Jan Willem van 't Hof (Supply Chain & Logistiek) en André Unkel (ICT).

In de Raad van Commissarissen zaten eind 2021 de heer B. Roetert, de heer P. Saman, mevrouw D. Burmanje, de heer I.J.S. Vliegen en mevrouw C. Scholman.

In de Raad van Commissarissen zijn twee commissies actief: de auditcommissie en de remuneratiecommissie.

Met deze invulling bestaat de directie van Zeeman uit 50% vrouwen. Het wettelijk streefrecht is 30% vrouwen in de zetelverdeling. In de Raad van Commissarissen is dit met 40% ook behaald.

Organigram Raad van Commissarissen.

	Dhr. Bert Roetert (65 jaar) Voorzitter	**Dhr. Pieter Saman** (44 jaar) Commissaris	**Mevr. Dorine Burmanje** (69 jaar) Commissaris	**Dhr. Ivo J.S. Vliegen** (58 jaar) Commissaris	**Mevr. Corrie Scholman** (53 jaar) Commissaris
Huidige functies	Lid auditcommissie, lid SBR Commissie Zeeman Groep.	CEO Gall & Gall, Ahold Delhaize.	Waarnemend burgemeester Ermelo.	Group CFO QSRP.	Director People Heineken Group.
1e aanstelling - aflooptermijn	31/5/2018 - 21/5/2022	1/9/2019 - 31/8/2023	27/5/2014 - 31/12/2021	27/5/2021 - 26/05/2025	16/12/2021 - 16/12/2025
Nevenfuncties	Voorzitter Centraal Bureau Levensmiddelen, voorzitter Afvalfonds, commissaris Alliander, commissaris Royal Smilde, commissaris Jan Linders Supermarkten.	N.v.t.	Co-Chair UN-GGIM, president-commissaris raad van commissarissen ANWB, lid raad van commissarissen ARN BV, lid RvT de Keukenhof.	N.v.t.	Lid Supervisory Council Hotel De L' Europe Amsterdam.
Relevante werkervaring	Directievoorzitter Friesland Foods West Europa, CEO Schuitema NV/1000 en diverse commissariaten in FMCG.	Strategisch consultant, mede-oprichter 3 startups, Marketing & Omnichannel directeur en later CEO bij Bever, BoD AS Adventure Group.	Voorzitter Share for Care Foundation, voorzitter Nederlandse Bach vereniging.	CFO HEMA BV, CFO Fast Retailing Europe, CFO Mexx	Directeur P&O UMC; voorzitter directeuren P & O 8 academische ziekenhuizen, RvT Zozijn, RvC academic transfer, RvC Partou.

Over dit verslag.

Over dit verslag.
Dit MVO verslag is een jaarlijkse uitgave en beschrijft de activiteiten van Zeeman Groep B.V. op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het verslag is opgesteld in overeenstemming met de wereldwijde Sustainability Reporting Standaarden van het Global Reporting Initiative (GRI Standaarden), de kernachtige optie. Het vorige MVO verslag is in mei 2021 gepubliceerd.

Informatieverzameling.
De informatie in het MVO verslag 2021 is verzameld door een team van mensen binnen Zeeman. Afhankelijk van het type informatie worden medewerkers van Inkoop, Verkoop, Supply Chain & Logistiek, HR en Marketing & e-Commerce betrokken bij de dataverzameling. De dataverzameling gebeurt veelal handmatig, op basis van bestaande operationele en financiële systemen. De stuurgroep MVO, in het bijzonder de Manager MVO & kwaliteit in samenwerking met Controlling, voert de informatieverzameling uit.
Waar nodig worden schattingen gemaakt. Ook wordt gebruik gemaakt van informatie van derden. Waar relevant voor de lezer hebben wij dit in het verslag toegelicht.

Transparant zijn.
De directie van Zeeman wil transparant zijn over het MVO beleid. We vinden het belangrijk dat klanten, aandeelhouders, consumenten, politiek, medewerkers en andere belanghebbenden duidelijk inzicht krijgen in het MVO-beleid dat we voeren. Door die openheid kunnen belanghebbenden onze MVO-prestaties volgen en op een onderbouwde manier beoordelen hoe we het doen als organisatie. Dat is ook de reden dat onze accountant PwC een assurance-opdracht uitvoert met een beperkte mate van zekerheid, zoals te lezen is in het assurance-rapport van de onafhankelijke accountant op pagina 58.

Reikwijdte.
Het MVO verslag gaat over de periode van 1 januari 2021 tot en met 31 december 2021, dit geldt ook voor de KPI's en datapunten, tenzij anders weergegeven. De reikwijdte van het verslag is Zeeman Groep B.V., gevestigd te Alphen aan den Rijn. We hanteren hierbij het principe van financial/operational control, alle winkels, ons kantoor en het distributiecentrum van Zeeman in heel Europa vallen dus binnen de reikwijdte, tenzij anders vermeld in dit verslag.
Voor indicatoren en datapunten wordt soms onderscheid gemaakt in het Verre Oosten (Azië) en Turkije. Hierbinnen vallen de landen Turkije, Pakistan, Bangladesh, China, India. Wij maken dit onderscheid omdat dit de landen zijn waar we direct mee samenwerken. Zo'n 20% van onze producten kopen wij via Europese leveranciers in. Waar KPI's specifiek over Verre Oosten en Turkije gaan wordt dit in onze verslaggeving vermeld. Europese leveranciers plaatsen onze orders op hun beurt vaak weer bij leveranciers in het Verre Oosten waar we geen directe relatie mee hebben. Daarom nemen we deze niet mee in de meeste indicatoren. We krijgen hier wel steeds meer grip op door te vragen naar informatie over auditrapportages van fabrikanten en de locaties dieper in de keten.

Definities van KPI's.
Op basis van onze materialiteitsanalyse hebben we de meest relevante doelstellingen en thema's bepaald om over te rapporteren. In overeenstemming met de GRI Standaarden hebben wij aan elk materieel thema een of meerdere key performance indicatoren (KPI's) gekoppeld. Voor de KPI's hebben wij hieronder de definities samengevat. Daarnaast geven wij ter informatie in de bijlage Indicatoren overzicht nog andere datapunten mee. Wijzigingen in definities worden waar relevant met voetnoten weergegeven.

% Verre Oosten en Turkije leveranciers waarbij onafhankelijke leveranciersaudits zijn uitgevoerd.
Het aantal leveranciers in het Verre Oosten en Turkije (waarbij Zeeman in het betreffende jaar producten heeft ingekocht), waarbij in de afgelopen 3 jaar een onafhankelijke leveranciersaudit is uitgevoerd.
Een onafhankelijke leveranciersaudit betreft een audit die is uitgevoerd door een instantie die onafhankelijk is van de leverancier en van Zeeman. Zeeman accepteert hiervoor de volgende auditors: BSCI, Sedex, SA8000, Fair Wear en TÜV SÜD. De audit moet zijn uitgevoerd per 31 december van het betreffende boekjaar en de twee jaren ervoor.

% gecorrigeerde grote verbeterpunten Zeeman social audit.
Het aantal grote verbeterpunten dat tijdens een Zeeman social audit is vastgesteld in het voorgaande kalenderjaar, en in het opeenvolgende kalenderjaar is gecorrigeerd, uitgedrukt in een percentage van geconstateerde verbeterpunten. Een groot verbeterpunt is een actiepunt in de categorie urgent of heel urgent (Fair Wear audit) en kritiek (TÜV SÜD audit). De correctie van het grote verbeterpunt wordt vastgesteld middels het verstrekken van onderbouwing (bijvoorbeeld foto's) aan Zeeman of een nieuw audit rapport vóór 31 december van het betreffende jaar.

% katoen van onze totale katoenconsumptie waarvan de toeleveranciers bekend zijn (zodat de herkomst te herleiden is).
% aantal kg katoen (duurzaam en conventioneel), waarvoor van 100% van het katoen de herkomst herleidbaar is. De herkomst is herleidbaar wanneer de katoenginner, de katoenspinner en de katoenplantage alle drie bekend zijn. De herkomst wordt vastgesteld middels een BCI certificering, GOTS certificering, of andere certificeringen. Meetdatum is 31 december van het betreffende boekjaar. De katoen-

order wordt meegenomen wanneer deze in het betreffende boekjaar geleverd is.

% van de inkoopwaarde bij de 50 grootste Verre Oosten en Turkije leveranciers.
% van de inkoopwaarde in Euro's van Zeeman bij de 50 grootste Verre Oosten en Turkije leveranciers afgezet tegen de totale inkoopwaarde van Zeeman in het betreffende kalenderjaar. De inkoopwaarde wordt gemeten wanneer de goederen geleverd zijn.

% van de 50 grootste Verre Oosten en Turkije leveranciers waarmee we 5 jaar of langer samenwerken.
% van het aantal 50 grootste leveranciers in het Verre Oosten en Turkije waarmee al 5 jaar of langer wordt samengewerkt. De grootte van leveranciers wordt gemeten in de inkoopwaarde in Euro's. We definiëren samenwerken als het ontvangen van producten in een kalenderjaar dat 5 of meer dan 5 jaar geleden is, en elk opeenvolgend kalenderjaar plaatsvindt.

% fabrieken in het Verre Oosten en in Turkije waar het verschil tussen minimum, daadwerkelijk en leefbaar loon inzichtelijk is gemaakt.
% van het aantal leveranciers in het Verre Oosten en Turkije waar Zeeman in het kalenderjaar mee samengewerkt heeft, waarbij door middel van onafhankelijke audits door TÜV SÜD en Fair Wear het wettelijk geldende minimum loon inzichtelijk is gemaakt als ook de daadwerkelijk betaalde lonen als ook het geldende leefbaar loon voor die regio. De lonen zijn inzichtelijk gemaakt wanneer dit in de auditrapportage vermeld staat. Een leefbaar loon is een loon waarvan een gemiddeld gezin in haar levensbehoefte kan voorzien. Voor het bepalen hiervan volgt Zeeman de aanbevelingen van Fair Wear. Voor de TÜV SÜD audits wordt gebruik gemaakt van de Anker methode. Het wettelijk minimum loon wordt bepaald per land. Het daadwerkelijk betaalde loon wordt bepaald per leverancier. Gemeten op 31 december van het betreffende boekjaar.

% leveranciers in het Verre Oosten en Turkije dat tenminste een wet processing unit gebruikt met een waterzuiveringssysteem (ETP, effluent treatment plant).
% van de inkoopwaarde in Euro's van Zeeman bij leveranciers in het Verre Oosten en Turkije die de natte processen voor Zeeman producten laat uitvoeren door tenminste één ververij, wasserij of printer met een waterzuiveringssysteem. De kwaliteit van het waterzuiveringssysteem moet voldoen aan de door Zeeman gestelde eisen. Gemeten op 31 december van het betreffende boekjaar.

% duurzaam katoen t.o.v. totale katoenconsumptie.
% duurzame katoenconsumptie in kg's van Zeeman gemeten op de totale katoenconsumptie van Zeeman door Verre Oosten, Turkije en Europese leveranciers. Onder duurzaam katoen wordt verstaan gecertificeerd recycled katoen uit restanten van productie (pre-consumer waste) en door BCI en GOTS gecertificeerd katoen. Meetdatum is 31 december van het betreffende boekjaar.

% van totaal duurzame materialen in kleding en textiel t.o.v. totale consumptie.
% duurzame materialen van Zeeman in kg's gemeten op het totaal van materialen gebruikt voor kleding en textiel voor Zeeman producten door Verre Oosten, Turkije en Europese leveranciers waarbij Zeeman in het betreffende jaar kleding en textiel orders heeft geplaatst.
Onder duurzame gecertificeerde materialen wordt verstaan: recycled katoen uit restanten van productie (pre-consumer waste), door BCI en GOTS gecertificeerd katoen, recycled polyester, viscose ecovero, viscose Liva Eco, viscose Lenzing, jute en, tweedehands kleding ingekocht door Zeeman bij Het Goed. Meetdatum is 31 december van het betreffende boekjaar.

% recyclede materialen t.o.v. totale consumptie.
% gerecyclede materialen in kg's gebruikt voor Zeeman kleding en textielproducten geproduceerd door het Verre Oosten, Turkije en Europese leveranciers. Onder gerecyclede materialen wordt verstaan: gecertificeerd recycled katoen uit restanten van productie (pre-consumer waste), recycled polyester wat aantoonbaar gecertificeerd is en door Zeeman hergebruikte kleding (tweedehands kleding ingekocht door Zeeman bij Het Goed). Meetdatum is 31 december van het betreffende boekjaar.

% gerecycled afval.
% afval in kg's dat gerecycled wordt ten opzichte van het totaal gewicht afval dat door Zeeman aangeboden is aan afvalverwerkers en recyclers door de Zeeman groep gedurende de rapportageperiode. Afval bestaat uit producten, verpakkingen, secundaire verpakkingen en restafval. Afval is gerecycled wanneer het door een afvalverwijderaar verwerkt wordt.

Afval voor afvalverwerking (kg).
Dit is het totaalgewicht aan afval exclusief primaire en secundaire verpakkingen dat aangeboden wordt aan afvalverwerkers en recyclers gedurende de rapportageperiode. Het betreft de som van restafval, metaal, chemisch afval, archief, elektrische apparaten en textiel. Meetdatum is 31 december van het betreffende boekjaar.

% bedrijfsongevallenratio.
Het percentage bedrijfsongevallen wordt berekend door het aantal geregistreerde bedrijfsongevallen af te zetten tegen het gemiddeld aantal FTE gedurende de rapportageperiode. Wat we onder een bedrijfsongeval verstaan wordt bepaald door de wet- en regelgeving van de verschillende landen waar Zeeman actief is. Meetdatum is 31 december van het betreffende boekjaar.

Assurancerapport van de onafhankelijke accountant.

Aan: de directie van Zeeman Groep B.V.

Assurancerapport bij het maatschappelijk jaarverslag 2021.

Onze conclusie

Op grond van onze beoordeling hebben wij geen reden om te veronderstellen dat het Maatschappelijk jaarverslag 2021 van Zeeman Groep B.V. geen, in alle van materieel belang zijnde aspecten, betrouwbare en toereikende weergave geeft van:

- het beleid en de bedrijfsvoering ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen; en
- de gebeurtenissen en de prestaties op dat gebied voor het jaar geëindigd op 31 december 2021, in overeenstemming met de Sustainability Reporting Standards van het Global Reporting Initiative (GRI) en de aanvullend gehanteerde rapportage criteria zoals toegelicht in de paragraaf 'rapportage criteria'.

Wat we hebben beoordeeld

Wij hebben het Maatschappelijk jaarverslag 2021 (hierna: "het maatschappelijk jaarverslag") van Zeeman Groep B.V. beoordeeld voor het jaar geëindigd op 31 december 2021. Deze beoordeling is gericht op het verkrijgen van een beperkte mate van zekerheid.

De basis voor onze conclusie

Wij hebben onze beoordeling verricht in overeenstemming met Nederlands recht, waaronder de Nederlandse Standaard 3810N 'Assuranceopdrachten inzake maatschappelijke verslagen'. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de paragraaf 'Onze verantwoordelijkheden voor de beoordeling van het maatschappelijk jaarverslag'.

Wij vinden dat de door ons verkregen assurance-informatie voldoende en geschikt is als basis voor onze conclusie.

Onafhankelijkheid en kwaliteitsbeheersing

Wij zijn onafhankelijk van Zeeman B.V. zoals vereist in de Verordening inzake de onafhankelijkheid van accountants bij assuranceopdrachten (ViO) en andere voor de opdracht relevante onafhankelijkheidsregels in Nederland. Verder hebben wij voldaan aan de Verordening gedrags- en beroepsregels accountants (VGBA).

Wij passen de Nadere voorschriften kwaliteitssystemen (NVKS) toe. Op grond daarvan beschikken wij over een samenhangend stelsel van kwaliteitsbeheersing inclusief vastgelegde richtlijnen en procedures inzake de naleving van ethische voorschriften, professionele standaarden en andere relevante wet- en regelgeving.

Rapportage criteria

Het maatschappelijk jaarverslag dient gelezen en begrepen te worden samen met de rapportage criteria. De gehanteerde rapportage criteria voor het opstellen van het maatschappelijk jaarverslag zijn de Sustainability Reporting Standards van Global Reporting Initiative (GRI) en de aanvullend gehanteerde rapportage criteria, zoals toegelicht in sectie 'Over dit verslag' van het maatschappelijk jaarverslag.

Het ontbreken van gevestigde praktijken ter beoordeling en meting van niet-financiële informatie biedt de mogelijkheid verscheidene, acceptabele meettechnieken toe te passen. Hierdoor kan de vergelijkbaarheid tussen entiteiten onderling en in de tijd beïnvloed worden.

Beperkingen in de reikwijdte van onze beoordeling

In het maatschappelijk jaarverslag is toekomstgerichte informatie opgenomen zoals verwachtingen ten aanzien van ambities, strategie, plannen en ramingen en risico-inschattingen. Inherent aan toekomstgerichte informatie is dat de werkelijke uitkomsten in de toekomst onzeker zijn, en waarschijnlijk zullen afwijken van deze verwachtingen. De hieruit voortvloeiende afwijkingen kunnen van materieel belang zijn. Wij geven geen zekerheid bij de veronderstellingen en de haalbaarheid van toekomstgerichte informatie.

In het maatschappelijk jaarverslag worden verwijzingen gemaakt naar externe bronnen of websites. De informatie in deze externe bronnen of websites maken geen onderdeel uit van het maatschappelijk jaarverslag dat door ons is beoordeeld. Wij verstrekken derhalve geen zekerheid over deze informatie.

Onze conclusie is niet aangepast als gevolg van deze aangelegenheden.

Verantwoordelijkheden voor het maatschappelijk jaarverslag en de beoordeling daarvan

Verantwoordelijkheden van de directie en de Raad van Commissarissen

De directie van Zeeman B.V. is verantwoordelijk voor het opstellen van betrouwbare en toereikende MVO-informatie in overeenstemming met de rapportage criteria zoals toegelicht in de paragraaf 'rapportage criteria', inclusief het selecteren van de rapportage criteria, het identificeren van belanghebbenden, het bepalen van materiële onderwerpen, en het vaststellen dat de toegepaste rapportage criteria passend zijn in de omstandigheden, rekening houdend met de van toepassing zijnde wet- en regelgeving met betrekking tot verslaggeving. De door de directie gemaakte keuzes ten aanzien van de reikwijdte van het maatschappelijk jaarverslag en het verslaggevingsbeleid zijn uiteengezet in de sectie 'Over dit verslag' van het maatschappelijk jaarverslag.

De directie is ook verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing die de directie noodzakelijk acht om het opstellen van het maatschappelijk jaarverslag mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fraude of fouten.

De Raad van Commissarissen is verantwoordelijk voor het uitoefenen van toezicht op het rapportageproces van de entiteit ten aanzien van het maatschappelijk jaarverslag.

Onze verantwoordelijkheden voor de beoordeling van het maatschappelijk jaarverslag

Onze verantwoordelijkheid is het zodanig plannen en uitvoeren van een beoordelingsopdracht dat wij daarmee voldoende en geschikte assurance-informatie verkrijgen als basis voor de door ons af te geven conclusie.

Onze opdracht is gericht op het verkrijgen van een beperkte mate van zekerheid om de plausibiliteit van het maatschappelijk jaarverslag vast te stellen. De werkzaamheden variëren in aard en timing, en zijn ook geringer in omvang, dan die bij een assurance opdracht gericht op het verkrijgen van een redelijke mate van zekerheid. De mate van zekerheid die wordt verkregen bij een beoordeling is daarom ook aanzienlijk lager dan de zekerheid die wordt verkregen bij een controle met betrekking tot zowel de werkzaamheden ten aanzien van de risico-inschatting, inclusief het verwerven van inzicht van de interne beheersing, als de werkzaamheden verricht ten aanzien van het inspelen op de geïdentificeerde risico's.

Uitgevoerde werkzaamheden

Wij hebben deze beoordeling professioneel-kritisch uitgevoerd en hebben waar relevant professionele oordeelsvorming toegepast in overeenstemming met de Nederlandse Standaard 3810N, ethische voorschriften en de onafhankelijkheidseisen. Onze werkzaamheden bestonden onder andere uit:

- Het uitvoeren van een analyse van de externe omgeving en het verkrijgen van inzicht in de relevante maatschappelijke thema's en kwesties en de kenmerken van de entiteit.
- Het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte rapportage criteria, de consistente toepassing hiervan en de toelichtingen die daarover in het maatschappelijk jaarverslag staan. Dit omvat het evalueren van de uitkomsten van de dialoog met belanghebbenden en het evalueren van de redelijkheid van schattingen door de directie.
- Het verkrijgen van inzicht in de rapporteringssprocessen die ten grondslag liggen aan het maatschappelijk jaarverslag, inclusief het op hoofdlijnen kennisnemen van de interne beheersmaatregelen, voor zover relevant is voor onze beoordeling.
- Het identificeren van gebieden in het maatschappelijk jaarverslag met een hoger risico op misleidende of onevenwichtige informatie of afwijkingen van materieel belang als gevolg van fraude of fouten. Het bepalen en uitvoeren van de verdere werkzaamheden is gericht op het vaststellen van de plausibiliteit van het maatschappelijk jaarverslag in reactie op onze risico inschatting. Deze verdere werkzaamheden bestonden onder meer uit:
  - Het afnemen van interviews met het management (en/of relevante medewerkers) op groepsniveau verantwoordelijk voor de (MVO)strategie en het -beleid en de -prestaties;
  - Het afnemen van interviews met relevante medewerkers verantwoordelijk voor het aanleveren van informatie voor, het uitvoeren van interne controles op, en de consolidatie van gegevens in het maatschappelijk jaarverslag;
  - Het verkrijgen van assurance-informatie dat het maatschappelijk jaarverslag aansluit op de onderliggende administraties van de entiteit;
  - Het op basis van beperkte deelwaarnemingen beoordelen van relevante interne en externe documentatie;
  - Het analytisch evalueren van data en trends aangeleverd voor consolidatie op groepsniveau;
- Het evalueren van de algehele presentatie, structuur en inhoud van het maatschappelijk jaarverslag;
- Het overwegen of het maatschappelijk jaarverslag als geheel, inclusief de daarin opgenomen toelichtingen het beeld weergeeft in relatie tot het doel van de gehanteerde rapportage criteria.

Rotterdam, 3 juni 2022
PricewaterhouseCoopers Accountants N.V.

mr. drs. J.A.M. Schrama RA

GRI core tabel 2021.

In 2021 is opvolging gegeven aan de materiële thema's die bepaald zijn tijdens de stakeholderdialoog. Op de negen meest materiële thema's is beleid uitgestippeld en zijn enkele relevante KPI's bepaald waarover we rapporteren.

General standard disclosures.

Indicator.		Pagina.
102-1	Naam van de organisatie.	6
102-2	Voornaamste merken, producten en/of diensten.	6
102-3	Locatie van het hoofdkantoor.	6
102-4	Het aantal landen waarin de organisatie actief is.	7
102-5	Eigendomsstructuur en rechtsvorm.	6
102-6	Afzetmarkten.	7
102-7	Omvang van de verslaggevende organisatie.	6
102-8	Medewerkers informatie.	14, 50-52
102-9	Toeleveringsketen.	21-26
102-10	Significante veranderingen tijdens de verslagperiode wat betreft omvang, structuur, eigendom of toeleveringsketen.	4, 16, 56
102-11	Toelichting over de toepassing van het voorzorgsprincipe door de verslaggevende organisatie.	6, 16
102-12	Extern ontwikkelde economische, milieu gerelateerde en sociale handvesten, principes of andere initiatieven die de organisatie onderschrijft of bekrachtigt.	27, 30, 38, 41
102-13	Lidmaatschap van verenigingen (zoals brancheverenigingen) en/of (inter)nationale belangenorganisaties.	18, 27
102-14	Verklaring van de hoogste beslissingsbevoegde van de organisatie.	3
102-16	Waarde, principes en normen rondom gedrag zoals een Code of Conduct.	10, 25
102-18	De bestuursstructuur van de organisatie, met inbegrip van commissies die vallen onder het hoogste bestuurslichaam (a). En de commissie die verantwoordelijk is voor besluitvorming over economische, milieu en sociale onderwerpen (b).	9
102-40	Lijst van groepen belanghebbenden die de organisatie heeft betrokken.	18
102-41	Percentage medewerkers dat onder een collectieve arbeidsovereenkomst valt.	61
102-42	Basis voor inventarisatie en selectie van belanghebbenden die moeten worden betrokken.	18
102-43	Benadering van het betrekken van stakeholders, waaronder de frequentie ervan per type en groep stakeholders.	18
102-44	De voornaamste onderwerpen en vraagstukken die naar voren zijn gekomen door de betrokkenheid van stakeholders en hoe de organisatie hierop heeft gereageerd, onder meer via haar verslaggeving.	4, 15, 18-19
102-45	Bedrijfsonderdelen opgenomen in de jaarrekening of gelijkwaardige documenten van de organisatie.	6, 55
102-46	Proces voor het bepalen van de inhoud van het verslag.	56
102-47	Lijst van alle materiële onderwerpen vastgesteld tijdens het bepalen van de inhoud van het verslag.	19
102-48	Het effect van eventuele actualisaties van in eerdere verslagen verstrekte informatie, en de redenen voor dergelijke actualisaties.	16
102-49	Vermeld eventuele specifieke beperkingen voor de reikwijdte of afbakening van de materiële onderwerpen.	56
102-50	Verslagperiode.	56
102-51	Datum van het meest recente voorgaande verslag.	56
102-52	Verslaggevingscyclus.	56
102-53	Contactpunt voor vragen over het verslag of de inhoud ervan.	67
102-54	Het gekozen applicatieniveau.	59
102-55	GRI-tabel.	59
102-56	Beleid en huidige praktijk met betrekking tot het verkrijgen van externe assurance voor het verslag.	56, 58

Specific standard disclosures.

Duurzame grondstoffen en materialen.

103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	19
103-2	Managementbenadering.	15, 40-43
103-3	Evaluatie managementbenadering.	19, 40-43
Zeeman indicator	% totaal duurzame materialen t.o.v. totale consumptie % duurzaam katoen ingekocht door Zeeman leveranciers t.o.v. totale katoenconsumptie.	63
301-2	% recycled materialen t.o.v. totale consumptie.	15

Indicator.		Pagina.
Verpakkingsmateriaal en afval.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	19
103-2	Managementbenadering.	19, 46
103-3	Evaluatie managementbenadering.	19, 46
306-5	Afval voor afvalverwerking	62
Milieuvervuiling fabrieken.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	19
103-2	Managementbenadering.	15, 37-38
103-3	Evaluatie managementbenadering.	19, 37-38
Zeeman indicator	KPI: Aantal fabrikanten in het Verre Oosten en Turkije dat tenminste een wet processing unit gebruikt met een water-zuiveringssysteem (ETP effluent treatment plant)	60
Duurzame inkooppraktijken.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	19
103-2	Managementbenadering.	15, 32
103-3	Evaluatie managementbenadering.	32
Zeeman indicator	KPI: % van de inkoopwaarde bij de 50 grootste Verre Oosten en Turkije leveranciers. % van de 50 grootste Verre Oosten en Turkije leveranciers waarmee we 5 jaar of langer samenwerken.	63
Veilige en gezonde arbeidsomstandigheden.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	19
103-2	Managementbenadering.	15
103-3	Evaluatie managementbenadering.	25-25
Gezond en veilig werken & Zeeman indicator	GRI 403-9: Werkgerelateerde ongevallen KPI: bedrijfsongevallenratio. % gecorrigeerde grote verbeterpunten Zeeman social audit.	61
Sociale evaluatie leveranciers	GRI 414-1 % nieuwe leveranciers getoetst aan sociale criteria	34

Omissie MVO jaarverslag 2021: de bedrijfsongevallenratio is uitgedrukt per aantal FTE van Zeeman werknemers. Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen 'high-consequence work-related injuries' en 'recordable work-related injuries omdat er geen beleid gevoerd wordt wat voldoet aan de GRI-richtlijn.

Omissie MVO jaarverslag 2021: eind 2021 is een onboarding procedure geintroduceerd waarmee we nieuwe leveranciers toetsen. Hierover zullen we in 2022 rapporteren.

Indicator.		Pagina.
Circulaire economie.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	19
103-2	Managementbenadering.	45
103-3	Evaluatie managementbenadering.	45
Zeeman indicator	KPI: % gerecycled afval.	62
Kinder- en gedwongen arbeid.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	19
103-2	Managementbenadering.	15, 29, 30
103-3	Evaluatie managementbenadering.	29, 30
Kinderarbeid	GRI 408-1 Activiteiten en leveranciers gekenmerkt met significant risico voor gevallen van illegale kinderarbeid	29, 30
Gedwongen arbeid	GRI 409-1 Activiteiten en leveranciers gekenmerkt met significant risico voor gevallen van gedwongen of onvrijwillige arbeid	29, 30
Zeeman indicator	KPI: % katoen van onze totale katoenconsumptie waarvan de toeleveranciers bekend zijn (zodat de herkomst te herleiden is).	15, 63
Transparantie en traceerbaarheid in de toeleveringsketen.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	19
103-2	Managementbenadering.	15, 21-23
103-3	Evaluatie managementbenadering.	21-23
Zeeman indicator	% Verre Oosten en Turkije leveranciers waarbij onafhankelijke leveranciers audits zijn uitgevoerd.	63
Leefbaar loon.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	19
103-2	Managementbenadering.	15, 40, 43
103-3	Evaluatie managementbenadering.	40, 43
Zeeman indicator	KPI: % Verre Oosten en Turkije leveranciers waar het verschil tussen minimum, daadwerkelijke en leefbaar loon inzichtelijk is gemaakt.	60

Indicatoren overzicht.

In 2021 is opvolging gegeven aan de materiële thema's die bepaald zijn tijdens de stakeholderdialoog eind 2018.
Op de acht meest materiële thema's zijn relevante KPI's bepaald waarover we rapporteren.

	2017	2018	2019	2020	2021
Onze medewerk(st)ers					
Totaal aantal medewerkers	7.593	7.927	7.968	8.317	8.473
Nederland	3.425	3.505	3.518	3.632	3.499
België	1.629	1.615	1.593	1.682	1.711
Duitsland	865	826	747	708	686
Frankrijk	1.456	1.680	1.636	1.671	1.716
Luxemburg	62	64	71	67	75
Spanje	142	217	390	550	780
Oostenrijk	14	20	13	7	6
Gemiddeld aantal FTE´s	5.868	6.019	6.067	6.247	6.479
Nederland	2.471	2.430	2.373	2.453	2.434
België	1.216	1.251	1.231	1.234	1.270
Duitsland	785	743	690	617	592
Frankrijk	1.223	1.368	1.435	1.459	1.531
Luxemburg	64	62	66	64	65
Spanje	97	151	260	412	582
Oostenrijk	12	14	12	8	6
Totaal aantal stagiaires	4.043	4.010	3.603	2.468	2.312
Nederland	1.512	1.307	1.149	850	765
België	630	759	831	668	853
Duitsland	1.128	1.192	1.052	724	509
Frankrijk	690	674	515	162	84
Luxemburg	32	31	14	8	5
Spanje	27	20	25	46	86
Oostenrijk	24	27	17	10	10

	2017	2018	2019	2020	2021
% fulltime	30,7	30,4	30,0	30,7	30,7
% parttime	69,3	69,6	70,0	69,3	69,3
% bepaald	39,7	39,6	38,9	38,5	37,4
% onbepaald	60,3	60,4	61,1	61,5	62,6
% medewerkers die vallen onder een cao	88,5	89,5	90,5	91,4	91,8
% medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt	3,2	2,7	2,5	2,4	2,7
% mannen in managementpositie (exclusief FB's) [1]	24,7	25,9	28,4	32,7	36,4
% vrouwen in managementpositie (exclusief FB's) [1]	75,3	74,1	71,6	67,3	63,6
Leeftijdsopbouw					
% 24 jaar en jonger	34,1	32,9	31,4	31,4	30,0
% 25-34	31,8	31,5	30,2	29,0	27,8
% 35-44	20,1	20,8	22,3	22,8	24,3
% 45-54	9,7	10,1	11,0	11,6	12,2
% 55 jaar en ouder	4,3	4,7	5,1	5,3	5,7
% ziekteverzuim	6,0	6,5	6,8	7,0	6,7
Nederland	5,0	5,7	6,2	7,3	5,7
België	6,0	5,9	6,1	6,0	7,0
Duitsland	7,6	7,2	8,6	7,3	7,2
Frankrijk	7,7	8,1	8,2	7,5	8,0
Luxemburg	6,3	5,8	5,9	7,5	7,6
Spanje	4,5	5,9	4,3	5,2	7,6
Oostenrijk	5,0	9,6	9,1	1,7	2,7
Bedrijfsongevallenratio	2,5	2,4	2,5	2,3	2,5
Aantal dodelijke ongevallen	0	0	0	0	0
Trainingsdagen/FTE	1,36	1,04	0,93	0,66	0,60

	2017	2018	2019	2020	2021
Transport [3]					
Brandstofverbruik (liters/100km)					
Vrachtauto's	26,37	26,04	25,00	21,90	22,64
Personenauto's	5,82	5,78	5,77	5,56	5,64
Beladingsgraad zeecontainer (m^3)	64	62	62	75	79
% gem. CO_2 uitstoot per rolcontainer eigen- en extern transport (outbound) [14]	NB	NB	11,5	15,3	11,7
Verpakkingen & Afval					
Bedrijfsafval (kg)	807.312	712.987	701.256	592.532	628.422
Waarvan gevaarlijke stoffen	NB	1,4%	0,2%	0,2%	0,5%
Secundaire verpakkingen (kg)	4.670.900	4.802.330	4.766.060	4.364.320	4.614.900
Totaal gewicht afval (kg)	5.478.212	5.515.004	5.467.316	4.956.852	5.243.322
% gerecyled	87	88	89	90	89
% verbranding afval met energie terug-winning	13	12	11	10	10
% verbranding afval	0	0	0	0	0
Primaire verpakkingen (kg) [12]	2.304.913	2.251.675	2.407.729	2.086.606	2.105.352
Energieverbruik [4]					
Gasverbruik (m^3/m^2)					
Nederland	14	14	12	11	11
België	15	13	11	10	13
Duitsland	22	21	20	17	17
Frankrijk [6]	15	25	NB	NB	9
Luxemburg	13	16	19	12	10
DC + servicekantoor	2	2	2	3	2
Elektriciteitsverbruik (kWh/m^2)					
Nederland	66	65	63	59	55
België	53	53	53	45	54
Duitsland	74	73	69	62	54
Frankrijk	98	100	72	68	73
Luxemburg	32	40	37	34	47
DC + servicekantoor	33	38	37	36	39
CO_2 footprint (tonnen) [4]					
Scope 1/m^2 [7]	**22**	**29**	**21**	**20**	**21**
Gas- winkels Nederland	26	27	23	21	20
Gas- winkels België	28	25	21	19	23
Gas- winkels Duitsland	41	39	37	32	31
Gas- winkels Frankrijk [6]	28	47	NB	NB	17
Gas- winkels Luxemburg	24	30	36	23	17
Gas- DC + servicekantoor	5	5	4	5	4
Scope 1/netto omzet [3, 7]	9	8	7	6	5
Transport - vrachtwagens	7	7	6	5	5
Transport - personenauto's	1	1	1	1	0
Scope 2/m^2 [8]	**22**	**21**	**20**	**15**	**16**
Elektriciteit- winkels Nederland	29	28	27	33	25
Elektriciteit- winkels België	15	15	13	9	11
Elektriciteit- winkels Duitsland	46	46	56	38	32
Elektriciteit- winkels Frankrijk	6	6	6	3	4
Elektriciteit- winkels Luxemburg	12	16	15	15	21
Elektriciteit- DC + servicekantoor	15	9	16	20	18
Scope 3/netto omzet [9]	**45,62**	**33,31**	**35,69**	**23,72**	**15,4**
Zeevracht [13]	26,43	11,90	15,52	8,53	4,01
Luchtvracht [10]	NB	0,79	0,35	0,93	0,61
Wegtransport derden [11]	0,57	3,40	1,97	0,38	0,27
Binnenvaart	0,56	0,45	0,38	0,46	0,43
Vliegreizen	0,63	0,47	1,56	0,11	0,02
Verpakkingsmaterialen	14,33	13,75	13,29	11,83	9,64
Papier	3,10	2,55	2,62	1,48	0,42

	2017	2018	2019	2020	2021
Inkoop					
% geaudite leveranciers verre oosten door een onafhankelijke partij.	84	94	100	100	98
% duurzaam katoen ingekocht door Zeeman leveranciers t.o.v totaal katoen-consumptie. [17, 5]	9	10	24	42	59
% van totaal duurzame materialen in kleding en textiel t.o.v. totale consumptie. [5]	NB	NB	NB	29	39
% recycled materialen t.o.v. totale consumptie. [16]	NB	NB	NB	NB	3,5
% katoen van onze totale katoenconsump-tie waarvan de toeleveranciers bekend zijn (zodat de herkomst te herleiden is). [18, 19]	NB	NB	NB	42	70
% leveranciers in het Verre Oosten en Turkije dat tenminste een wet processing unit gebruikt met een waterzuiverings-systeem (ETP, effluent treatment plant).	NB	NB	NB	80	95
% gecorrigeerde grote verbeterpunten Zeeman social audit.	NB	100	100	100	100
% fabrieken in Verre Oosten en Turkije waar het verschil tussen minimum, daadwerkelijk en leefbaar loon inzichtelijk is gemaakt door een onafhankelijke partij.	NB	NB	20	33	33
% van de inkoopwaarde van onze 50 grootste Verre Oosten en Turkije leveranciers.	NB	NB	72	70	72
% van de 50 grootste Verre Oosten en Turkije leveranciers waarmee we 5 jaar of langer samenwerken. [2]	NB	NB	86	86	84
% steekproeven gedaan in de rapportage-periode met een goed resultaat. [15]	96	96	96	97	98
Aantal artikelen uit de verkoop.	15	17	19	3	22

Voetnoten.

1. Methodiek voor bepalen managementpositie veranderd t.o.v. voorgaande jaren. Vanaf 2020 geldt dat wanneer men leiding geeft aan één of meer personen hij/zij als manager wordt geschouwd.
2. De waarde van 2020 is gecorrigeerd door toepassing juiste berekening.
3. De terreinwagens zijn niet meegenomen in de cijfers.
4. Conform voorgaande jaren zijn de gegevens van Spanje en Oostenrijk buiten beschouwing gelaten omdat er onvoldoende verbruiksdata zijn. Er is op dit moment nog niet bekend waneer deze beschikbaar zullen zijn.
5. Sinds 2020 hebben we een methodiek om de materialenconsumptie te berekenen om zo het duurzame materiaalgebruik inzichtelijk te maken. Over voorgaande jaren zijn geen cijfers bekend
6. De nieuwe leverancier van gas in Frankrijk heeft de verbruiksdata van 2019 en 2020 niet kunnen aanleveren waardoor de gegevens niet gerapporteerd konden worden. In 2021 is deze data wel weer beschikbaar.
7. Scope 1: deze bevat alle directe emissies die gegenereerd zijn door transportactiviteiten die de onder- neming zelf uitoefent, met bronnen in eigendom of controle van de onderneming, zoals bijvoorbeeld het transport naar de winkels. Sinds 2017 wordt bij de CO_2-berekening de conversiefactoren opgevraagd bij de leverancier en van www.co2emissiefactoren.nl voor transport (2017). De conversiefactor voor gas is voor alle landen gelijk.
8. Scope 2: deze bevat indirecte emissies door het gebruik van ingekochte energie om ondernemingsactiviteiten uit te kunnen oefenen zoals elektriciteit. Bij de CO_2-berekening sinds 2017 tot en met nu zijn de conversiefactoren opgevraagd bij de leverancier, elk land heeft zijn eigen conversiefactor.
9. Scope 3: deze bevat de overige indirecte emissies van derden zoals: zeevracht, luchtvracht, wegtransport, binnenvaart, papierverbruik, verpakkingsmaterialen en vliegreizen. De CO_2-berekening is gemaakt volgens de uitgangspunten van het GreenHouse Gas Protocol (2016).
10. Over 2018, 2019 2020 en 2021 is ook de emissie van luchtvracht meegenomen in de berekening. Er zijn geen cijfers bekend over 2017
11. Scope 3 wegtransport derden: sinds 2018 betreft dit cijfer niet alleen het wegtransport van de haven van Rotterdam naar Alphen aan den Rijn maar ook van de ritten tussen het distributiecentrum en de hubs in Frankrijk, Spanje, België en Oostenrijk door derden. De impact van de ritten tussen het distributiecentrum en de hubs is berekend op basis van data van een online routeplanner. De informatie over verdere distributie door derden, van de hubs naar de winkels is op basis van werkelijk gereden kilometers door de vervoerders
12. De primaire verpakkingen zijn die verpakkingen waar wij jaarlijks de verplichte afvalbeheersbijdragen over afdragen in de diverse landen. Verpakkingen van producten die ingekocht zijn op de Europese markt worden niet meegenomen.
13. Vanaf 2020 is er gerekend met een gewijzigde emissiefactor voor zeevracht waardoor een significante reductie te zien. De cijfers van voorgaande jaren zijn niet herzien.
14. Er zijn schattingen en aannames gedaan omtrent verbruik van vrachtwagens en CO_2-uitstoot per liter diesel (bron TTM.nl). Voor 2019 zijn in de berekening van de 'CO_2-uitstoot rolcontainer' niet alle gegevens meegenomen m.b.t. de externe exporteurs.
15. Onder 'goed' resultaat verstaan we dat er tijdens de steekproef geen gebreken zijn gebleken waardoor een (potentieel) veiligheids- en/of gezondheidsrisico kan ontstaan.
16. Sinds 2021 rapporteren we deze nieuwe KPI waarmee we het totaal aan recycled katoen, polyester, en hergebruikt textiel separaat inzichtelijk maken.
17. Sinds 2020 wordt in deze berekening naast het aandeel Better Cotton ook biologisch en gerecycled katoen meegenomen.
18. Het resultaat van deze KPI is voor 2020 gecorrigeerd door toepassing juiste berekening.
19. Sinds 2021 is de methodiek veranderd waardoor ook voor een deel van de conventionele katoen de ginner, spinner en raw material leverancier inzichtelijk is gemaakt. Een deel van de stijging in de KPI ten opzichte van voorgaand jaar wordt hierdoor verklaard.

Begrippenlijst.

Auditcommissie.
De auditcommissie ondersteunt de Raad van Commissarissen bij het toetsen van de betrouwbaarheid van de financiële verslaggeving.

Bangladesh Accord.
Het Bangladesh Accord is een uniek samenwerkingsverband tussen verschillende stakeholders. Het Accord bestaat om de arbeidsomstandigheden in de textielsector in Bangladesh te verbeteren. Fabrieken van aangesloten bedrijven worden onafhankelijk gekeurd en verbeterd ten aanzien van brandveiligheid, constructie van het gebouw en elektriciteit.

Better Cotton Initiative (BCI).
Het Better Cotton Initiative is een organisatie die zich wereldwijd inzet voor betere omstandigheden in de katoensector. BCI helpt boeren hun katoen op een betere manier te verbouwen. Dat moet aan de ene kant leiden tot meer katoenopbrengst en dus meer geld voor de boeren. En aan de andere kant tot een efficiëntere manier van werken met minder chemicaliën. Dat betekent: minder energie en minder water en minder schade aan het milieu.

Code of Conduct.
Een gedragscode die duidelijk de normen en waarden beschrijft voor de partners in de keten.

Code of Labour Practices.
Een gedragscode die aan de basis staat van de samenwerking tussen Fair Wear en een Fair Wear lid is de Code of Labor Practices. De kern van deze code bestaat uit acht arbeidsnormen die zijn gebaseerd op internationaal erkende normen.

Ethical Trading Initiative (ETI).
ETI is een organisatie die zich ten doel stelt om de werkomstandigheden te verbeteren in bepaalde sectoren, waaronder de kledingsector en voedingssector. Zij hebben een Base Code (gedragscode) ontwikkeld op basis van internationale standaarden.

Fair Wear (FW).
Fair Wear is een multi-stakeholderinitiatief met zo'n 130 leden en een brede achterban die bestaat uit partijen als onder meer InRetail, Modint, CNV Internationaal, Mondiaal FNV en Schone Kleren Campagne. Fair Wear zet zich als NGO jarenlang in voor goede arbeidsomstandigheden in de kledingindustrie, in landen waar kleding wordt geproduceerd.

Fair Wear Performance Check.
De Brand Performance Check van FW is een tool om de activiteiten van de aangesloten bedrijven van FW te evalueren en erover te rapporteren.

GOTS (Global Organic Textile Standard).
GOTS is een standaard voor biologische textiel die ketendiep wordt toegepast in de verwerking van biologische vezels.

IMVO textielconvenant.
Zeeman is medeondertekenaar van het convenant voor Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (IMVO) in de kleding- en textielindustrie. Bedrijven en organisaties die het convenant ondertekenen, spreken af om samen te werken aan het tegengaan van discriminatie, kinderarbeid en gedwongen arbeid. Ook stimuleren zij het recht op vrije onderhandelingen door onafhankelijke vakbonden, leefbaar loon en veilige en gezonde werkomstandigheden voor werknemers. Daarnaast streven zij naar de vermindering van negatieve milieu-impact.

LED.
Light-emitting diode is energiezuinige verlichting.

Remuneratiecommissie.
De Remuneratiecommissie adviseert de Raad van Commissarissen onder andere over de arbeidsvoorwaarden en de beloning van de directie en het (top-)management.

(Manufacturing) Restricted Substances List ((M)RSL).
Een lijst van chemicaliën die beperkt zijn in consumentenproducten, meestal vanwege een overheidsregelgeving of wet. Het doel van een RSL is het verminderen van het gebruik van gevaarlijke stoffen in consumptiegoederen en toeleveringsketens. Een MRSL bevat ook een lijst van chemicaliën die niet gebruikt mogen worden binnen een productiefaciliteit.

Social audits.
Proces om de bedrijfsvoering binnen een productielocatie te toetsen aan vooraf bepaalde criteria. Voor de criteria waaraan een fabrikant niet voldoet moet een verbeterplan opgesteld worden. Dit plan omschrijft welke correctieve en preventieve maatregelen nodig zijn om aan de criteria te voldoen. Dit wordt ook wel een 'corrective action plan' (CAP) genoemd.

Sustainable Development Goals, SDG's.
De zeventien Sustainable Development Goals, of Duurzame Ontwikkelingsdoelen, om de wereld tot 'een betere plek te maken in 2030', schrijven de Verenigde Naties in hun voorstel voor een nieuwe mondiale agenda. Het eerste en belangrijkste doel is het beëindigen van extreme armoede, volgens de VN 'de grootste uitdaging van deze tijd'. Verder zijn er doelen over gezondheid, onderwijs en schoon drinkwater, maar ook doelen over duurzame energie, minder ongelijkheid en het aanpakken van klimaatverandering.

Transparency Pledge.
De Transparency Pledge is een initiatief van onder meer de Schone Kleren Campagne (SKC) en arbeiders- en mensenrechtenorganisaties. Door je te committeren aan de Transparency Pledge beloof je transparant te zijn over de productie door productielocaties openbaar te maken, en daarbij relevante additionele informatie te delen.

TÜV SÜD Global Inspection Limited.
Is een internationaal geaccrediteerd instituut dat voor Zeeman wereldwijd de fabrieksaudits uitvoert.

Juni 2022
Zeeman textielSupers
De Schans 15 - 2405 XX
Postbus 301 - 2400 AH
Alphen aan den Rijn
Nederland
Telefoon: 0172 482 911
Fax: 0172 482 293
E-mail: csr@zeeman.com

Heeft u vragen over dit verslag? Neem dan contact op met Arnoud van Vliet, manager MVO & Kwaliteit.