Maatschappelijk
jaarverslag 2020

Zuinig blijven in een uitzonderlijk jaar.

ZEEMAN

Inhoudsopgave.

Voorwoord.

2020 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.

Veilige en gezonde arbeidsomstandigheden.

Kinderarbeid en gedwongen arbeid.

Duurzame inkooppraktijken.

Leefbaar loon.

Milieuvervuiling fabrieken.

Duurzame grondstoffen en materialen.

Circulaire economie & Verpakkingsmateriaal en afval.

Een zuinige operatie.

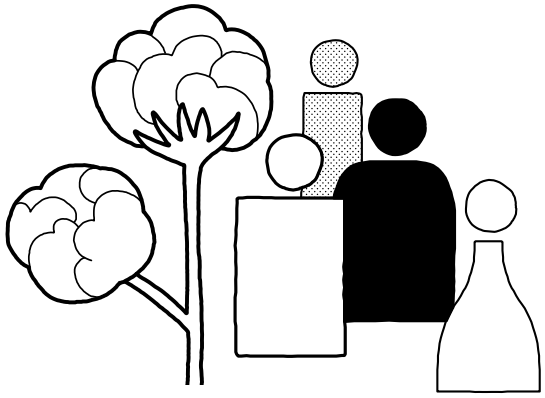
Een goed product.

Samen groeien.

Onze projecten voor een betere samenleving.

Bijlagen.

We blijven Zuinig. Met oog voor elkaar.



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

Ons doel. Onze impact.
MVO prestaties en ambitie.

Ons speelveld.
Middenin een steeds duurzamere samenleving.

Voorwoord.

Het overlijden van Jan Zeeman heeft ons in 2020 hard getroffen. Dinsdag 2 juni was een droevige dag voor ons allemaal. Het eigenzinnige ondernemerschap van Jan Zeeman heeft ons gebracht tot waar we nu staan. Hij gaf ons mee hoe belangrijk het is om zuinig te zijn op relaties en om oog te blijven houden voor de belangen van iedereen in de keten. We zijn hem dankbaar voor wat hij mogelijk heeft gemaakt en zijn gedachtegoed blijft in onze bedrijfsvoering voortleven.

Ook in dit uitzonderlijke coronajaar bleven we op een verantwoorde manier ondernemen. 2020 was in dit perspectief belangrijker dan ooit. We zijn trouw gebleven aan onze principes en hebben de dialoog met onze stakeholders en leveranciers op een transparante manier gevoerd. Met oog voor elkaar. De COVID-19 pandemie heeft ook laten zien hoe groot de wederzijdse afhankelijkheid is binnen de wereldwijde toeleveringsketen en ook hoe kwetsbaar de keten zelf is. Lockdowns in onze productielanden en in Europa hadden direct impact op onze partners en op onze bedrijfsvoering. We hebben daardoor kunnen zien welke gevolgen ons handelen dieper in de keten heeft en hebben hier onze verantwoordelijkheid genomen. Onder meer door onze afspraken na te komen op het gebied van betalingstermijnen en volume-afnames en door lonen van fabrieksarbeiders in Bangladesh en India voor ons aandeel te compenseren tijdens de lockdowns in die landen. Mede door onze gezonde financiële basis heeft Zeeman in 2020 uitstekende cijfers behaald en kijken we met vertrouwen uit naar de toekomst.

Eén van de belangrijkste dingen die we in 2020 gerealiseerd hebben, is de verdere samenwerking met Fair Wear, die meer vorm kreeg en ons nieuwe inzichten gaf. Met de hulp van Fair Wear is het makkelijker voor fabrieksmedewerkers om klachten en problemen via een lokaal telefoonnummer te melden. De lokale experts van Fair Wear komen dan in actie om de problemen zichtbaar en bespreekbaar te maken en veranderingen door te voeren. Met speciale trainingen in de fabrieken zorgt Fair Wear dat fabrieksmedewerkers beter op de hoogte zijn van hun rechten, één van de manieren om eventuele problemen in de toekomst te voorkomen. Ook geeft Fair Wear een nieuw perspectief op ons inkoopbeleid door leveranciers rechtstreeks naar hun mening te vragen.

Daarnaast is het ons gelukt om in 2020 onze kleding- en textielcollectie voor tenminste 25% met duurzaam katoen te maken. Inmiddels zijn we onze doel al ruim voorbij en bestaat zelfs 42% van onze totale katoenconsumptie uit duurzaam katoen. Daarmee komt het aandeel duurzame materialen in ons gehele assortiment op 29%.

Een derde belangrijke stap in 2020 betreft het in kaart brengen van een deel van de toeleveranciers van de fabrieken waar we mee werken, zoals de spinnerijen en ververijen. We vinden het belangrijk om ook de gegevens van deze indirecte schakels te publiceren. Dit stelt ons in staat om, wanneer zich ergens in de keten problemen voordoen, hierover in gesprek te gaan met de betrokken stakeholders en samen tot een oplossing te komen. We hebben als doel gesteld om in 2021 de herkomst van 70% van ons katoen te kennen, van katoenplantje tot eindproduct.

Voor 2021 staan we voor nieuwe uitdagingen. In samenwerking met kringloopwarenhuis Het Goed gaan we gebruikte kleding inzamelen en tweedehands kleding in een aantal van onze grotere winkels te koop aanbieden. En we willen dat 35% van onze kledingcollectie uit duurzaam materiaal bestaat en 50% van het door ons gebruikte katoen moet duurzaam zijn. Met de in 2020 verzamelde informatie op het gebied van leefbaar loon gaan we een concreet actieplan opstellen. Zo blijven we de lat steeds hoger leggen.

Iedereen die ons hier bij helpt, al onze zeer betrokken collega's, partners, ngo's, critici en klanten, wil ik hierbij van harte bedanken.

Veel leesplezier gewenst.

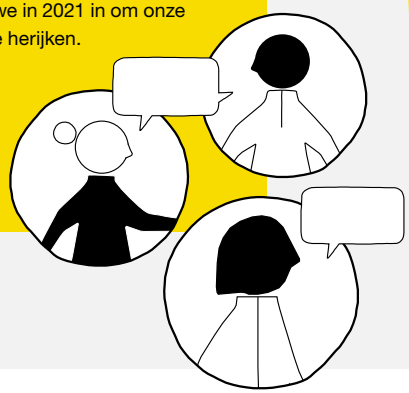
Met hartelijke groet,

Erik-Jan Mares
CEO

2020 in beeld.

Onze leveranciers konden anoniem oordelen over de samenwerking.

In 2020 hebben we onze leveranciers gevraagd om ons te beoordelen op de manier waarop we met hen samenwerken. Door middel van een anonieme vragenlijst hebben ze hun mening gegeven op onderdelen als sampling, prijsonderhandeling, forecasting en planning. De resultaten van deze enquête zetten we in 2021 in om onze inkooppraktijk te herijken.



Management-team van het jaar 2020.

Tijdens de Retailer Of The Year verkiezingen is het management-team van Zeeman uitgeroepen tot MT van het jaar.

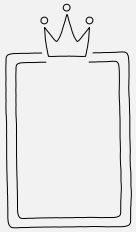
Omzet 740,6 miljoen.

Jan Zeeman overleden.

Onze oprichter Jan Zeeman is dit jaar op 78-jarige leeftijd overleden. Zijn eigenzinnige ondernemerschap heeft ons gebracht tot waar we nu staan.

Nominatie Sustainable Retailer 2020.

We zijn genomineerd als Sustainable Retailer van het jaar in de Retailer Of The Year verkiezingen. We zijn geeindigd bij de laatste drie, waarbij Mud Jeans de terechte winnaar was.



42% duurzaam katoen.

In 2020 was ons aandeel duurzaam katoen 42% ten opzichte van onze totale katoenconsumptie. Dat is bijna een verdubbeling ten opzichte van 2019. En 29% van onze totale collectie bestond uit duurzame materialen, zoals gerecycled polyester en duurzame viscose.

COVID-19 impact.

Het verloop.
2020 was een turbulent jaar. We kwamen voor het eerst met de effecten van de coronacrisis in aanraking toen een aantal van onze leveranciers hun fabriek moesten sluiten. Eerst in China en later ook in andere productielanden. De goederenstroom begon in februari te haperen. Toen het virus ook in Europa kwam, moesten wij eind maart al onze 784 winkels in Spanje, Frankrijk, Luxemburg, Oostenrijk, België en Duitsland sluiten. Alleen de winkels in Nederland bleven aanvankelijk bijna allemaal open, aangepast aan de speciale richtlijnen. Tijdens de tweede lockdown in december moesten de Nederlandse winkels alsnog de deuren sluiten.

Online.
Als gevolg van de winkelsluiting kregen onze webshops in Nederland en België te maken met een enorme toestroom aan bestellingen. Hier waren we onvoldoende op voorbereid. En dat bracht technische en logistieke uitdagingen met zich mee.

Intern contact houden.
Met een nieuwe app, die sinds de uitbraak van de corona-crisis binnen een week de lucht in ging, introduceerden we een nieuwe manier om onderling met elkaar in contact te blijven. Als collega's delen we regelmatig filmpjes, positieve berichten en kleine successen, maar ook dingen waar we het moeilijk mee hebben.

Leidende principes.
'In tijden van crisis komt het ware karakter van een merk naar boven' wordt wel eens gezegd. Zeeman volgt vanaf dag één de volgende drie leidende principes:

- 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. Onze wederzijdse afhankelijkheid kwam duidelijk naar voren.

Richting onze leveranciers en partners waarmee we in veel gevallen tientallen jaren zaken doen, hebben we gekozen voor een maatwerkaanpak met als doel continuïteit voor onze partners en voor Zeeman. De drie belangrijkste zaken in ons COVID-19-beleid naar onze leveranciers:

- Onze betalingstermijn van 14 dagen hebben we gedurende deze crisis gewoon gehandhaafd en niet verlengd. Dat hebben we ook aan onze leveranciers herbevestigd.
- Wij hebben individueel contact opgenomen met onze leveranciers over lopende orders:
  Voorjaarsorders zijn grotendeels verscheept volgens afspraak, enkele orders zijn in overleg later afgeroepen. Een klein deel is opgeslagen en zal dit jaar worden verscheept.
  Het grootste deel van ons assortiment bestaat uit basistextiel. Hier hebben we langlopende contracten voor afgesloten. Binnen deze termijn kunnen we schuiven met de aantallen, met de garantie dat we over de afgesproken periode 100% van de aantallen afnemen.
- We tonen ons commitment naar leveranciers voor toekomstige orders.

In april hebben onze leveranciers rechtstreeks een vragenlijst van ons ontvangen om over de gevolgen van de pandemie gedetailleerde informatie te kunnen geven. Vragen gingen over financiële continuïteit, maar vooral ook over het welzijn van werknemers. Uit de antwoorden bleek dat de overheid in Bangladesh, India en Pakistan werkgevers had toegestaan om de lonen tijdens de lockdown in april te korten. Verder bleek dat door onze leveranciers in Pakistan de lonen wel waren doorbetaald, maar dat fabrieksarbeiders in Bangladesh voor 35% en in India met 50% waren gekort. Op basis van deze gegevens hebben we besloten om het misgelopen loon te compenseren voor ons aandeel in de productie bij deze leveranciers. De compensatie is begin 2021 uitgekeerd aan de fabrieksarbeiders.

"We compenseren fabrieksarbeiders voor het misgelopen loon door de lockdown."

Als Fair Wear-lid konden we ons scharen achter het standpunt van Fair Wear die merken een grote rol toekent als het gaat om de lonen voor kledingarbeiders. Om onze aanpak kracht bij te zetten, onderschrijven we daarnaast de 'call to action' die is opgesteld door de ILO in samenwerking met verschillende internationale partijen in de kledingsector.

Post-corona perspectief.
Omdat Zeeman voordat de crisis begon er financieel goed voor stond, waren we bestand tegen de impact van de coronamaatregelen. Belangrijk uitgangspunt is dat we als familiebedrijf op de lange termijn zijn gericht en daarom onze groeistrategie niet op korte termijn hoeven te wijzigen. En we hebben gemerkt dat we in de crisistijd relevant zijn en blijven voor heel veel mensen. Mede daardoor zijn we 2020 geeindigd met een uitstekend winstresultaat.

Over Zeeman.

Zeeman is een keten van textielwinkels met bijna 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.

	2018	2019	2020
Netto omzet in miljoenen €	609,0	639,1	616,6
Consumentenomzet in miljoenen €	732,3	768,6	740,6
Aantal verkochte artikelen in miljoenen	284,4	284,0	261,9
Gemiddeld aantal medewerkers in FTE	6.019	6.067	6.246

Lagere omzet in 2020 vanwege tijdelijke winkelsluitingen door Covid-19 maatregelen.

Profiel

+1.279 **Textielwinkels**

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

2 **Online winkels**
Voor Nederland en België

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

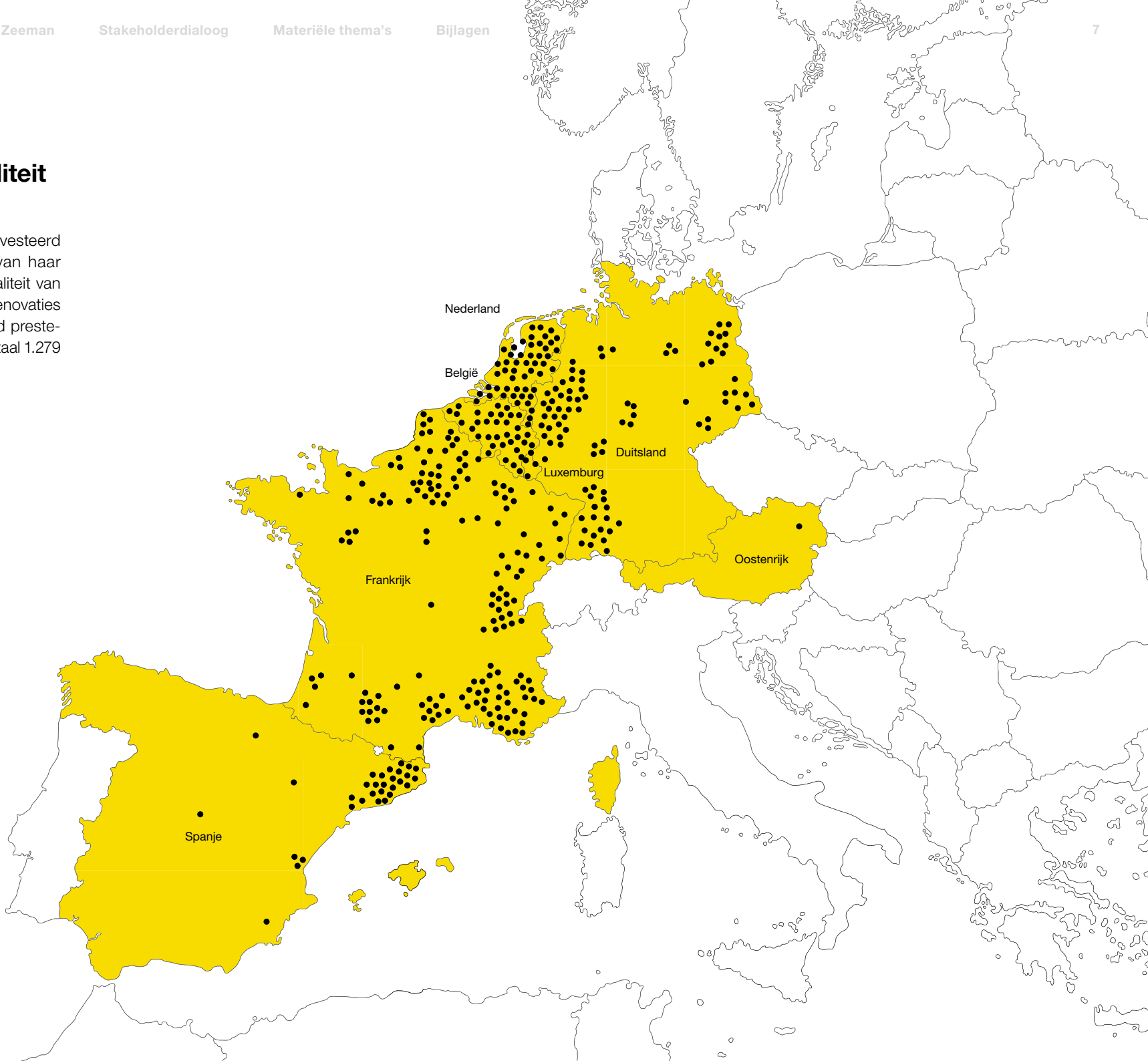
1 **Centraal servicekantoor en distributiecentrum**
Alphen aan den Rijn, Nederland

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

Investeren in de kwaliteit van onze winkels.

In 2020 heeft Zeeman vooral geïnvesteerd in het verbeteren en uitbreiden van haar winkels. In Nederland werd de kwaliteit van het winkelbestand verbeterd door renovaties en door sluitingen van minder goed presterende winkels. Eind 2020 waren er totaal 1.279 Zeeman winkels.

Nederland	468 winkels + webshop
België	268 winkels + webshop
Duitsland	149 winkels
Frankrijk	298 winkels
Luxemburg	12 winkels
Spanje	83 winkels
Oostenrijk	1 winkel



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 lange termijnrelaties 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.

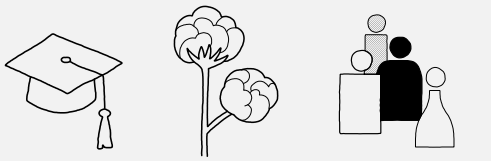
We kijken bij Zeeman met een eigen en nuchtere blik om ons heen. Naar producten, processen, trends, mode en gewoonten. Kan het niet eenvoudiger? Zelf blijven nadenken, dat is onze werkwijze.

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 15

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 drie 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 als 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, omdat simpelweg de gunfactor in de markt een steeds belangrijkere rol zal gaan 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 hierbij 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** Albert van Bolderen
- **Manager MVO & kwaliteit** Arnoud van Vliet
- **Supply Chain & Logistiek** Schelte Halma
- **Verkoop** Rene 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. 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, mantelpak 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.

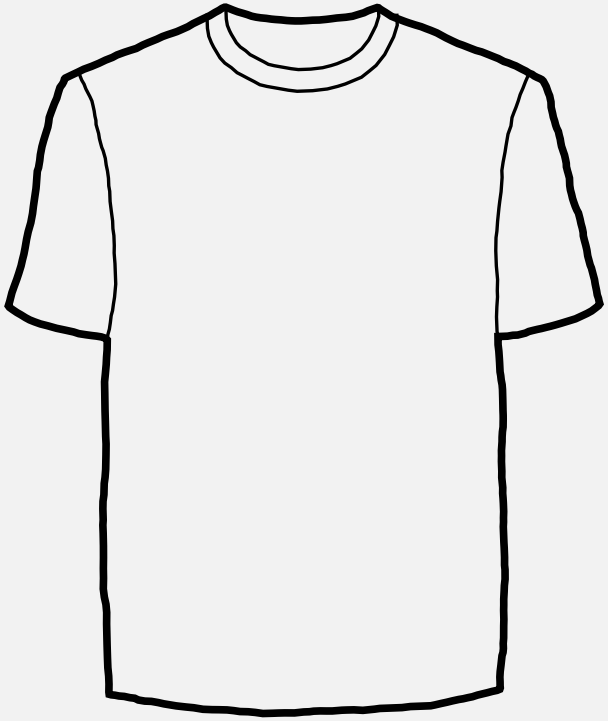
Wat de wereld er van merkt.

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 8000 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.

Onze ontwerpen zijn eenvoudig.

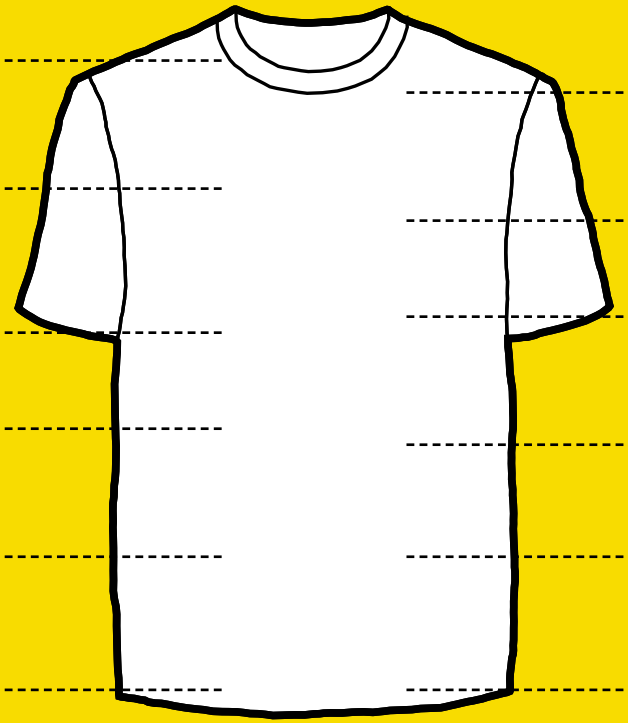
We produceren grote aantallen in weinig varianten.

We kopen direct in bij de fabriek zonder tussenschakels.

We gebruiken geen dure verpakkingen.

Geen fast-fashion; fabrikanten plannen efficiënt, er is weinig voorraad over.

Klein servicekantoor waar we zo veel mogelijk zelf doen.



Fabrikanten krijgen geen boetes voor te late levering.

Eenvoudige winkels zonder paskamers.

Slim vervoerd over water.

Lage winstmarges; voordeel is voor de klant.

Lage marketingkosten.

We betalen onze leveranciers direct na verscheping.

Zeemanshirt

2,49

Ons doel. Onze impact.

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

Gecorrigeerde grote verbeterpunten uit fabrieksaudits.

100%

Bereikt in 2020

Fabrieken waar het verschil tussen minimum, feitelijk en leefbare loon inzichtelijk is gemaakt.

33%

Bereikt in 2020

Kwaliteitssteekproeven met goed resultaat.

97%

Bereikt in 2020

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.

42%

Bereikt in 2020

Totaal duurzame materialen t.o.v. totale consumptie.

29%

Bereikt in 2020

Ziekteverzuim.

7,0%

Bereikt in 2020

Zie pagina 16 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 kunnen verdienen.
Lees meer op pagina 35.

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 onze productie. 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 38.

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 26.

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 41.

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.

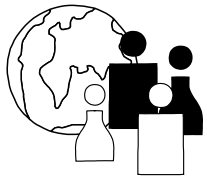
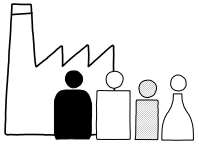
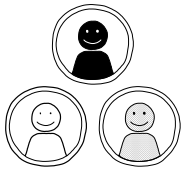
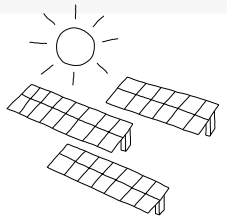
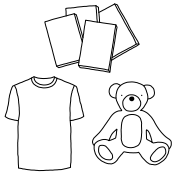
Om grote maatschappelijke thema's aan te pakken is samenwerking essentieel. Wij doen dit binnen het Bangladesh Accord en het Textielconvenant en met brancheorganisaties en ngo's. Samen werken we aan onder andere aan veilige en eerlijke arbeidsomstandigheden en reductie van de impact op het milieu.
Lees meer op pagina 29.

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. Zuinig, dat verankerd is in onze strategie, komt naar voren in de acht actuele duurzaamheidsthema's, waar fabrikanten, 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 circa 8.000 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. **€ 85.000** gedoneerd aan projecten in India en Bangladesh. **Resultaat.** Opvang en training van meisjes na bevrijding uit prostitutie.	**Input.** **5.097.800 kg** duurzaam katoen gesourced. **Resultaat.** **42%** van alle katoenen kleding en textiel bestaat uit duurzaam katoen.	**Input.** **30** fabrieksaudits uitgevoerd. **Resultaat.** **11** grote verbeterpunten uit 2019 die inmiddels gecorrigeerd zijn in 2020.	**Input.** **3** trainingen tav lokale thema's in de toeleveringsketenzijn. **Resultaat.** Seminar Pakistan gender-inclusiveness, training violence and harrasment in Bangladesh, labour minute costing tool India, chemical management in China.	**Input.** N.a.v. medewerker-betrokkenheid-onderzoek is de visie 'verbindend leiderschap' ontwikkeld. **Resultaat.** **41%** lager verzuim bij medewerkers die mensgericht leiderschap ervaren, blijkt uit het onderzoek.	**Input.** Beleid vitaliteit en duurzame inzetbaarheid. **Resultaat.** **7,0%** ziekteverzuim.	**Input.** **8.654** zonnepanelen zorgen voor duurzame energie. **Resultaat.** **2,2** megawatt opbrengst.	**Input.** **452** kwaliteitssteek-proeven uit ons assortiment. **Resultaat.** **97%** van de steekproeven heeft een goed resultaat.
Impact. Weer veilig terug in de lokale samenleving.	**Impact.** Reductie milieu-impact door duurzame katoenteelt.	**Impact.** Veilige arbeids-omstandigheden voor de fabrieks-medewerkers.	**Impact.** Verbeterde arbeids-omstandigheden door capacity building.	**Impact.** Betrokken en bevlogen medewerkers.	**Impact.** Vitale medewerkers.	**Impact.** Reductie CO_2-uitstoot.	**Impact.** Kwalitatief goed en veilig assortiment in onze winkels.

Gehele operatie:

Input. **€ 24,1 miljoen** Investeringen.

Resultaat. **740,6 miljoen** Omzet.

Impact. **Werkgelegenheid voor 8.317 mensen in 7 landen.**

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 content. 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.

Zuinig zijn op de maatschappij inclusief optimalisatie van arbeidsomstandigheden in de keten.

Transparantie en traceerbaarheid in de leveranciersketen.

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

2020	Doelstelling 2021
100% ●	100%

SDG 8 SDG 17

Veilige en gezonde arbeidsomstandigheden.

KPI
% gecorrigeerde grote verbeterpunten Zeeman social audit.

2020	Doelstelling 2021
100% ●	100%

SDG 8 SDG 17

Kinderarbeid en gedwongen arbeid.

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

2020	Doelstelling 2021
39,5% ●	70%

SDG 8 SDG 17

Duurzame inkooppraktijken.

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

2020	Doelstelling 2021
70% ▲	75%

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

2020	Doelstelling 2021
93% ▲	95%

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.

2020	Doelstelling 2021
33% ▲	60%

SDG 1 SDG 17

Zuinig omgaan met milieu.

Productkwaliteit en veiligheid.

KPI
% steekproeven gedaan in de rapportageperiode met een goed resultaat.

2020	Doelstelling 2021
97% ▲	98%

Aantal artikelen uit de verkoop.

2020	Doelstelling 2021
3 ▲	15

SDG 12

Milieuvervuiling fabrieken.

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

2020	Doelstelling 2021
80% ●	95%

SDG 3 6 SDG 17

Duurzame grondstoffen en materialen.

KPI
% duurzaam katoen ingekocht door Zeeman leveranciers t.o.v. totale katoen consumptie.

2020	Doelstelling 2021
42% ▲	50%

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

2020	Doelstelling 2021
29% ▲	35%

SDG 12 SDG 17 SDG 12

Zuinig op onze medewerkers.

Circulaire economie & Verpakkingsmateriaal en afval.

KPI
% gerecycled afval.

2020	Doelstelling 2021
90% ▲	91%*

SDG 12 SDG 17

Duurzame inzetbaarheid en opleidingen.

KPI
% ziekteverzuim.

2020	Doelstelling 2021
7%* ▼	-20%*

SDG 3

*reductie van 20% in 2023 (t.o.v. 2019)

Ons speelveld.

Middenin een steeds duurzamere samenleving.

Heeft corona jullie koers veranderd?
'Nee, eigenlijk niet. Zeeman is koersvast. We geloven in de lange termijn. Voor de coronacrisis hadden we al een gezonde financiële basis. En ook al is onze branche hard geraakt, wij hebben een ideaal assortiment met veel basistextiel en verkopen maar weinig trendgevoelige fashion. Daarom blijven we ook in deze tijd voor veel mensen relevant.'

Hebben jullie leveranciers daar iets van gemerkt?
'Bij de start van de eerste lockdown hebben we de betalingstermijn van 14 dagen herbevestigd en onze lange termijn commitment uitgesproken naar onze leveranciers. In goed overleg met onze leveranciers hebben we soms aantallen van onze basisartikelen later afgeroepen. Feit is dat wij niet zonder onze leveranciers kunnen en zij kunnen niet zonder ons. Corona heeft laten zien dat onze samenwerking tegen een stootje kan.'

In 2020 ging veel kleding in de uitverkoop. Ook bij jullie?
'Bij Zeeman hebben we elke dag de laagst mogelijke prijzen. Wij zijn in 2020 daarom niet meegegaan met grote uitverkoopacties en kortingsacties als Black Friday. Dat kunnen we doen omdat we weinig fashion verkopen. We hoeven dus niet snel van onze voorraden af. Ons assortiment blijft actueel. Wat we dit jaar niet verkopen, verkopen we gewoon volgend jaar.'

Zijn klanten nog steeds op zoek naar duurzaam?
'Ja, in 2020 zien we dat een groot deel van de consumenten vindt dat een duurzame wereld bij henzelf begint. 43% is bereid om meer te betalen voor producten. Maar tegelijk blijven klanten ook prijsbewust. Dat is een interessante ontwikkeling. Mensen willen weten dat het goed zit. In de markt zien we dat er ook steeds vaker op deze behoefte wordt ingespeeld. De Autoriteit Consument en Markt (ACM) heeft daarom in 2020 een leidraad opgesteld voor het maken van duurzaamheidsclaims. Vanaf 2021 gaat de ACM controles uitvoeren op duurzaamheidsclaims. We zijn heel open over wat we doen. En we leggen het steeds beter uit.'

Is Zeeman circulair?
'We zien dat circulariteit een steeds prominentere plek krijgt, ook in onze sector. Zo weten we dat de markt voor tweedehandskleding 21 keer sneller groeit dan de traditionele retail. Anderzijds zien we dat nog steeds 55% van de gebruikte kleding bij het restafval terecht komt. Deze twee ontwikkelingen hebben we toegevoegd aan onze ciruclaire agenda. In 2021 willen we een pilot gaan starten samen met partner Het Goed waarbij klanten gebruikte kleding bij ons in kunnen leveren en tweedehands kleding bij ons kunnen kopen.'

Hoe ziet die samenwerking met Het Goed eruit?
Het Goed sorteert de gebruikte kleding die onze klanten bij ons inleveren. Een deel hiervan komt daarna weer terug voor de verkoop. Kleding die niet meer verkocht kan worden, wordt 'vervezeld' en wordt op die manier weer hergebruikt. Zo dragen onze klanten zelf direct bij aan de circulaire economie en kunnen ze voor leuke tweedehandskleding terecht bij ons in de winkel.'

Je was in 2019 MVO manager van het jaar. Delen jullie je kennis ook met jongeren?
'We vinden het belangrijk om onze duurzame aanpak met de volgende generatie te delen. Duurzaamheid krijgt ook 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. In 2020 waren we ook partner in de ontwikkeling van het boek 'De wereld van kleding' een initiatief van de Duurzame Pabo. Uit dit boek is op de Dag van de Duurzaamheid voor het onderwijs op meer dan 4000 basisscholen voorgelezen. En een team van internationale studenten ging voor ons aan de slag met een circulaire case. Dat was een SDG-challenge georganiseerd door de Hogeschool Windesheim met Soapbox. Het Zeeman-team overtuigde de vakjury en won de challenge. In 2021 hopen we het winnende idee ook echt uit te gaan voeren.'

Arnoud van Vliet, MVO & Kwaliteit manager.

Ontwikkelingen in de markt.

De retailsector is dit jaar hard geraakt door de coronacrisis. Angst voor besmettingen in combinatie met de coronamaatregelen door de overheid hebben winkelen voor een grote groep onaantrekkelijk gemaakt. Wel zijn er grote verschillen te zien. De verkopen van auto's, kleding en schoenen gingen fors omlaag terwijl supermarkten, elektronica en bouwmarkten juist op extra afzet konden rekenen. Dit blijkt uit transactiedata van ABN AMRO. De verwachting is dat in 2021 de consumentenbestedingen weer op zullen lopen maar dat consumenten over het algemeen voorzichtiger zullen zijn met het hun uitgaven.

De Monitor Merk & Maatschappij (voortzetting van Dossier Duurzaam) is een samenwerking van B-open en MarketResponse. Jaarlijks doen zij marktonderzoek naar het belang van duurzaamheid onder consumenten. De helft van de consumenten let bij de aanschaf van producten of diensten op de maatschappelijke rol of duurzaamheid. Dit aandeel is gelijk aan vorig jaar. Een verklaring hiervoor is dat de coronacrisis enerzijds zorgt voor toenemende aandacht voor duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid. Anderzijds leidt de economische recessie als gevolg van de coronacrisis ertoe dat consumenten minder oog hebben voor duurzaamheid. Beide effecten compenseren elkaar. De overheid en bedrijven zijn volgens consumenten in 2020 het meest verantwoordelijk voor een betere wereld.
Bij het consumeren wordt gelet op verschillende thema's, denk aan milieu, lokale productie en dierenwelzijn. 30% van de consumenten heeft aandacht voor circulaire economie. Zij willen spullen vooral gebruiken en hoeven daarbij geen eigenaar te zijn.

Het vertrouwen van 58% van de consumenten wordt groter op het moment dat merken laten zien dat ze een positieve bijdrage leveren aan de maatschappij. Ondanks de coronacrisis en de economische effecten hiervan is 43% van de consumenten bereid om meer te betalen voor duurzame producten of diensten. Dit percentage steeg van 36% in 2018 naar 38% in 2019. Tegelijkertijd blijkt prijs nog altijd doorslaggevend te zijn bij het doen van een aankoop.

Een groot deel van de consumenten vindt dat een duurzame wereld bij hen zelf begint. Bedrijven spelen steeds vaker in op deze behoefte door zich uit te laten over duurzaamheid. Autoriteit Consument en Markt (ACM) heeft daarom in 2020 een leidraad opgesteld voor het maken van duurzaamheidsclaims door bedrijven. Daarnaast gaat ACM misleiding over duurzaamheid door bedrijven tegen, omdat consumenten erop moeten kunnen vertrouwen dat duurzaamheidsclaims kloppen. Enkele vuistregels die ACM beschrijft zijn dat het duidelijk moet zijn voor een consument welk duurzaamheidsvoordeel een product heeft en dat claims onderbouwd moeten kunnen worden. Daarnaast moeten visuele claims en keurmerken consumenten wegwijs maken en niet onnodig verwarren. Vanaf 2021 gaat ACM controles uitvoeren op het maken van duurzaamheidsclaims door bedrijven.

Klanttevredenheid.

Het verbeteren van de klanttevredenheid heeft in onze winkels continue aandacht. De focus lag in 2018 en 2019 op het thema 'Aandacht voor de klant', denk hierbij onder andere aan het begroeten van de klant bij binnenkomst. Om de klanttevredenheid in 2020 te meten, zijn net als in de afgelopen jaren, bij de kassa kaartjes meegegeven met daarop een link naar een enquête.

"Klanten geven onze winkels een 8,46."

Zo konden klanten direct na hun bezoek invullen hoe ze onze winkel hebben ervaren. Op 31 december 2020 was het rapportcijfer in Nederland ten opzichte van 2019 licht gestegen van 8.4 naar een 8.46 gemiddeld (gemeten vanaf 01-01-2020). De NPS score is in 2020 gestegen van 50,9 naar 53,3 en de NLS is gestegen van 61,1 naar 64,7.

Duurzaam imago.

In onze communicatie en campagnes leggen we steeds meer nadruk op onze zuinigheid en op verantwoord produceren. In oktober hebben we onze klanten actief geïnformeerd over ons 'Zuinig'-beleid, met instore materiaal en T-shirts waar 'Zuinig' op stond. Twee keer brachten we een collectie uit met uitsluitend producten gemaakt van duurzaam materiaal, met een bijbehorende campagne. Om te meten of dit op Nederlanders overkomt, gebruiken we de Brand Asset Valuator.

"Zeeman scoort 72% op duurzaam imago."

Hoe duurzaam de Nederlandse consument Zeeman vindt, vergeleken met 1.000 andere merken, wordt hierin sinds 2018 ieder jaar in februari/maart gemeten. Het imago-aspect 'duurzaam' kwam voor Zeeman in 2020 uit op een score van 72,0, wat inhoudt dat van de 1.000 gemeten merken er 719 minder duurzaam en 280 meer duurzaam worden gevonden door Nederlanders.

Bron: Monitor Merk & Maatschappij van b-open en MarketResponse

Lokale betrokkenheid.

Onze winkelteams weten wat leeft in hun klantengroep. Om onze winkels op weg te helpen bieden wij een aantal mogelijkheden voor het ondernemen van plaatselijke activiteiten. Bijvoorbeeld het uitdelen van sportshirts aan verenigingen en scholen in de buurt en het inzamelen van artikelen voor goede doelen. Zo hebben wij eerder al samengewerkt met onder andere Carebags, Schoenmaatjes, de voedselbank en Stichting Babyspullen.

Daarnaast speelt social media ook een grote rol bij lokaal ondernemerschap. Daarom worden onze winkels gestimuleerd om een eigen winkellocatie aan te maken op de social mediakanalen, waar zij zelf contact kunnen leggen met de lokale klant. Zo kan de winkel door middel van social media haar klanten op de hoogte houden van nieuwe artikelen in de winkel en andere acties. Daarnaast is het makkelijk voor de klant om zo contact te houden met de winkel voor het reserveren van artikelen of het maken van een winkelafspraak.

Testpanel.

Zeeman heeft een testpanel dat bestaat uit 22.678 klanten. Deze klanten kunnen we vragen stellen en onze producten laten testen.

Geen Black Friday.

Bij Zeeman hebben we iedere dag de laagst mogelijke prijzen. Wij zijn in 2020 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.

Onze stakeholders.

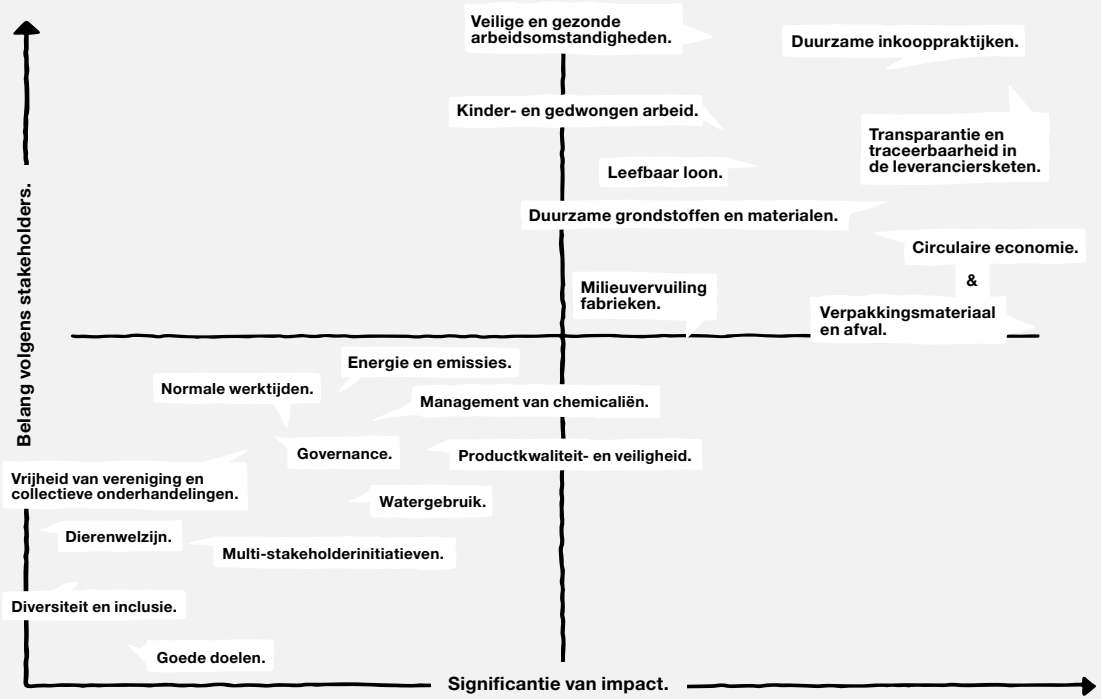
Stakeholdergroep.	Uitgangspunt.	Agendapunten.	Wijze van dialoog.	Frequentie.
Klanten.	Onze (potentiële) klanten zijn onze belangrijkste stakeholders. We willen goede en verantwoord geproduceerde kleding en textiel voor zo veel mogelijk mensen toegankelijk maken.	Kwaliteit & productveiligheid, informatie m.b.t. productielocaties en arbeidsomstandigheden in keten, duurzame materialen.	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 aan op lange termijn relaties. Om onze doelstellingen te realiseren is gezamenlijke toewijding belangrijk.	De arbeidsomstandigheden bij onze fabrikanten, grondstoffen, recycling, milieu-impact van onze productie.	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.	Medewerkertevredenheid, diversiteit, communicatie over duurzaamheid met medewerkers, opleidingen medewerkers.	Ondernemingsraad, MVO stuurgroep vergadering, directie & RVC overleg, Sales & Servicedagen, winkelstage, interne facebook pagina, MVO e-learning.	Dagelijks.
Overheidsinstanties.	Een betrokken overheid kan 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.	De arbeidsomstandigheden in onze toeleveringsketen, kwaliteit & productveiligheid, milieu-impact van onze productie en operatie.	Digitale correspondentie, bijeenkomsten, controle bezoeken.	Maandelijks.
Ngo's en brancheorganisaties.	We geloven dat transparantie loont. Daarom gaan we open gesprekken aan met ngo's en brancheorganisaties.	De arbeidsomstandigheden in onze toeleveringsketen, duurzame materialen, milieu-impact van onze productie.	Werkgroepen, bijeenkomsten via multi-stakeholderinitiatieven.	Wekelijks.
Familie Zeeman.	We zijn al sinds onze oprichting in 1967 een familiebedrijf. 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 toezichthoudend orgaan. De RvC komt minimaal eens per kwartaal bijeen op ons servicekantoor.	Strategische beslissingen en doelstellingen.	Bijeenkomsten en vergaderingen.	5x in 2020.
Peers.	We zoeken de samenwerking op met andere peers en leren graag van best practices. Ketensamenwerking is een belangrijk onderdeel binnen onze strategie.	Arbeidsomstandigheden, duurzame materialen, milieu-impact van productie.	Via bijeenkomsten van het Bangladesh Accord, Textielconvenant, Fair Wear.	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.	De arbeidsomstandigheden in onze toeleveringsketen, duurzame materialen, kwaliteitsklachten en terugroepacties.	Telefonische of fysieke interviews. Persberichten.	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 meest materiële thema's uit deze matrix is een risico-analyse uitgevoerd. Hierbij is gekeken naar de waarschijnlijkheid dat het risico zich zal voordoen en de ernst daarvan. Wat kunnen mogelijke gevolgen zijn en zijn deze gevolgen omkeerbaar? Daarbij is ook gekeken naar de mate waarin 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

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Samenwerken helpt risico's voorkomen.

Sander Jongerius
Secretariaat Convenant duurzame Kleding en Textiel

"Zeeman heeft de afgelopen twee jaar aangetoond dat het transparantie als prioriteit heeft. Het secretariaat is blij met de open houding en het bespreken van de voordelen en de uitdagingen van transparant communiceren van productielocaties met andere bedrijven. De textielketen heeft vele uitdagingen en er dienen nog veel risico's verminderd te worden. Door het transparant communiceren van je productielocaties zorg je er voor dat non-profitorganisaties en andere partijen je kunnen attenderen op problemen die er spelen. Ook bij Zeeman is dit het afgelopen jaar gebeurd, Zeeman ziet dit als een groot goed omdat het ze helpt om risico's in de keten te verminderen en aan te pakken. Het afgelopen jaar zijn er klachten ontvangen waarbij Zeeman heeft aangetoond dat het niet bij woorden blijft maar dat ze actie ondernemen en in gezamenlijkheid met de non-profitorganisaties de klachten aanpakken en daarbij verder denken hoe ze de risico's voor de toekomst in de gehele keten kunnen verminderen."

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 een minder grote invloed uitoefenen op de arbeidsomstandigheden dan wanneer dat wel het geval zou zijn. We gaan daarom niet met iedere leverancier in zee. Voordat we een samenwerking met een fabrikant aangaan, controleren we of de arbeidsomstandigheden goed en veilig zijn en of er gewerkt wordt volgens onze Code of Conduct, ook wel gedragscode genoemd.
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.

Om transparantie in onze toeleveringsketen te vergroten, hanteren we een aantal heldere procedures waar zowel Zeeman als onze leveranciers en agenten zich aan houden. Het is voor een leverancier bijvoorbeeld een vereiste om de exacte productielocatie en de beschikbare auditrapporten met ons te delen voordat er voor ons geproduceerd mag worden. Ook moet de fabrikant kennis hebben genomen van onze gedragscode en deze hebben ondertekend. Dat staat vermeld in onze procedure voor het uitbesteden van orders. In de kleding- en textielindustrie komt het voor dat fabrikanten orders laten uitbesteden. Dit wordt ook wel sub-contracting genoemd. Hoewel het niet vaak wordt ontdekt, vormt dit een risico omdat we niet kunnen verifiëren dat de fabriek in overeenstemming met onze gedragscode opereert.

> **"We hebben een aantal heldere procedures waar zowel Zeeman als onze leveranciers en agenten zich aan houden."**

Transparency Pledge.

Onze toeleveringsketen bevat 300 directe leveranciers in 17 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. Daarom zijn transparantie en traceerbaarheid 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 ook vindbaar op de website openapparel.org, waar ook een eventuele overlap met andere merken en retailers zichtbaar is. Ook rapporteren we jaarlijks over de grote verbeterpunten die naar voren komen tijdens fabriekscontroles. 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.

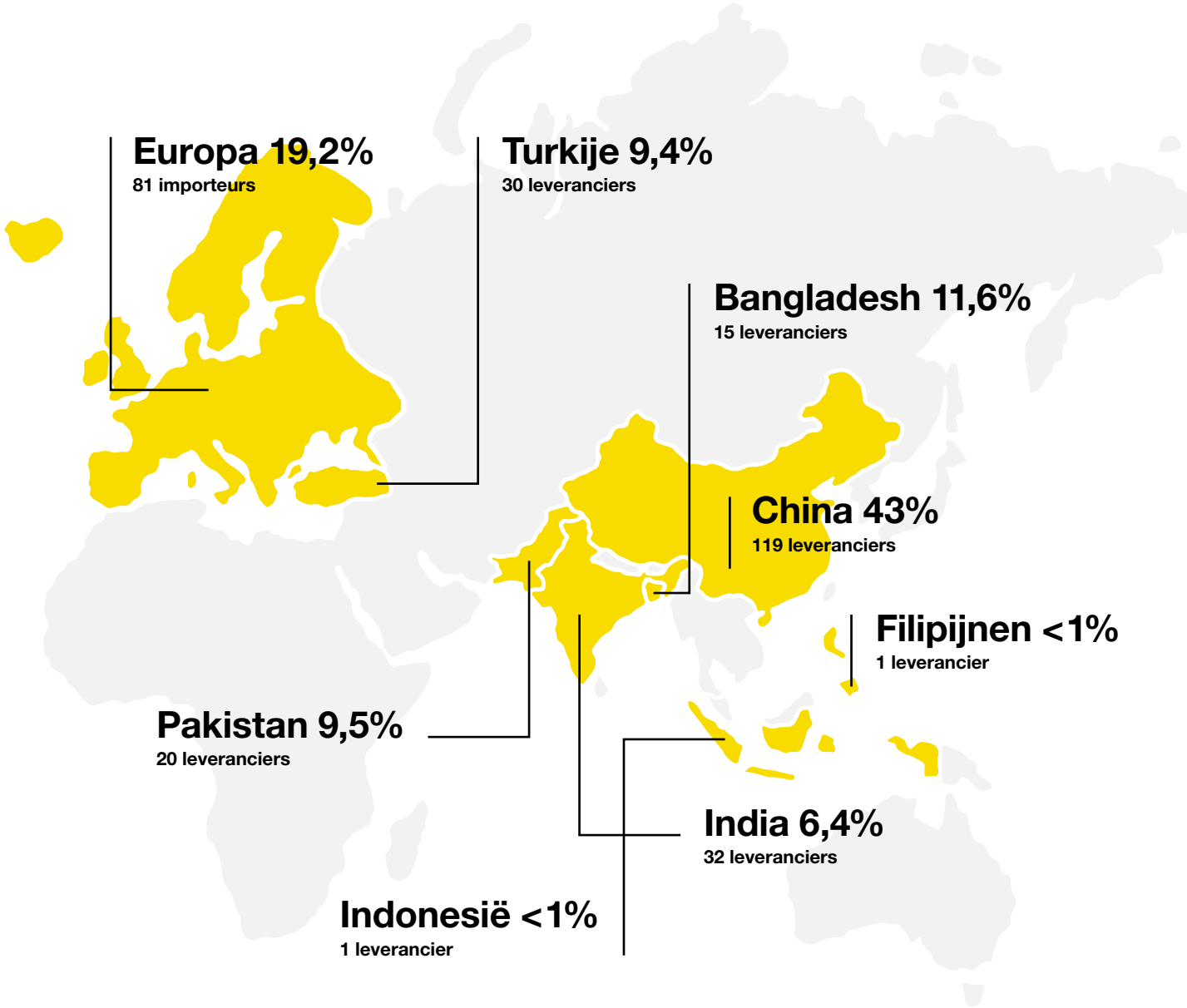
Er zitten nog veel meer schakels achter deze fabrieken. Een artikel heeft namelijk een lange weg afgelegd voordat het in onze winkels ligt. Op onze website maken we de gegevens van onze 300 directe leveranciers openbaar. Dat zijn de fabrieken waar onze artikelen in elkaar worden genaaid, afgewerkt en ingepakt. Daar gaat nog een aantal stappen aan vooraf. Eerst is er grondstof nodig, vervolgens moet het gesponnen worden en dan wordt er doek van gemaakt. Daarna wordt het doek geverfd, geprint of worden andere technieken voor afwerking gebruikt. Deze processen worden vaak aan andere fabrieken uitbesteed.

"Op onze website zijn de gegevens van onze 300 directe leveranciers toegankelijk."

De afgelopen jaren lag onze focus voornamelijk op het verbeteren van de arbeidsomstandigheden en de milieu-impact bij onze directe leveranciers. Daar hebben we immers dankzij onze jarenlange relatie invloed kunnen uitoefenen op de arbeidsomstandigheden. We hebben geleerd dat sociale en milieurisico's zich met name dieper in onze keten voordoen. We streven er daarom naar om steeds meer van deze schakels inzichtelijk te maken.

Bekijk de productielocaties hier

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



In 2020 hebben we een deel van onze 'tier 2'-leveranciers inzichtelijk gemaakt. Namelijk de fabrieken waar onze artikelen worden geprint, gewassen en geverfd wanneer dit niet allemaal onder één dak plaatsvindt. Vanwege de risico's die bestaan ten aanzien van sociale arbeidsomstandigheden in Tamil Nadu, Zuid-India, hebben we de spinnerijen in deze regio inzichtelijk en openbaar gemaakt op de website van Open Apparel Registry (OAR) openapparel.org. We willen de komende jaren steeds meer informatie over onze producten verzamelen. We beginnen bij alle artikelen die gemaakt zijn van katoen. Daarvan willen we iedere schakel inzichtelijk maken, van katoenplant tot eindproduct.

"In 2020 hebben we een deel van de toeleveranciers inzichtelijk gemaakt."

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

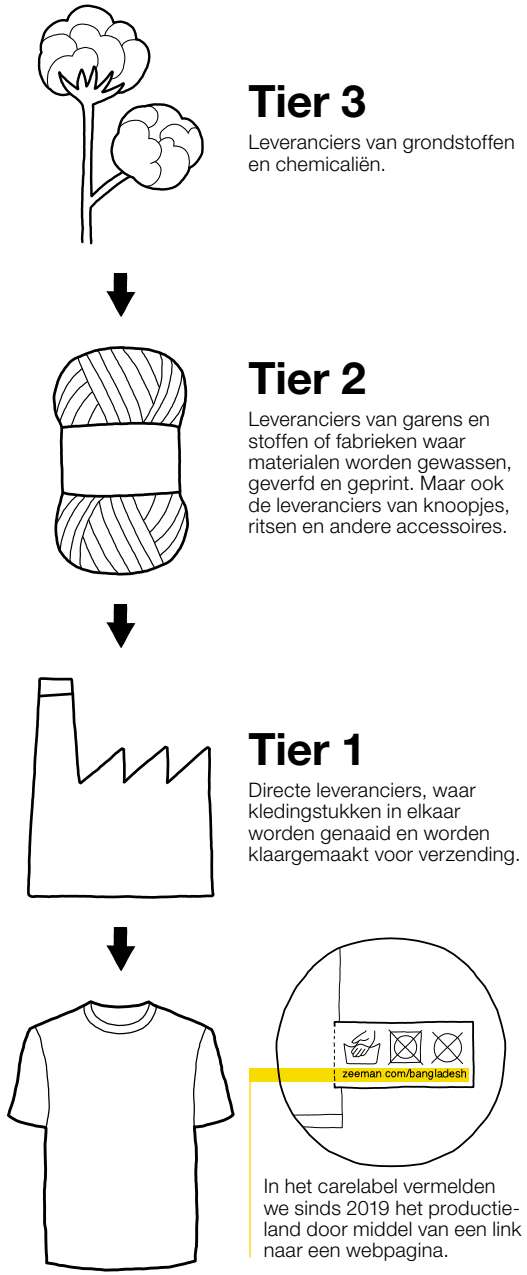
Ons leveranciersbestand.

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 een leveranciersbestand te consolideren met een positieve invloed op de kwaliteit, de transparantie en de waarde van het product en waarmee het risico op schendingen van arbeidsrechten wordt verkleind. In 2020 hebben onze 50 grootste leveranciers 71% van onze inkoopwaarde geproduceerd.
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 geringe omzet mee hebben. Uit de gesprekken bleek dat een groot deel van deze leveranciers unieke producten maakt, die onze bestaande leveranciers niet kunnen produceren. Het gaat hierbij veelal om 'hardware' als woonaccessoires. Ook waren er enkele leveranciers waarmee we, in overleg met agent en leverancier, de samenwerking langzaam af gaan bouwen.

"Onze 50 grootste leveranciers produceren 71% van onze inkoopwaarde."

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 het gevolg zijn van constante kwaliteits- of leveringsproblemen, het niet bereid zijn mee te werken aan het verbeteren van arbeidsomstandigheden, een veranderende marktvraag, geopolitieke ontwikkelingen of andere commerciële en strategische redenen. Daarom hebben we in 2020 een exitstrategie opgesteld. Belangrijk uitgangspunt hierbij is dat we een relatie niet op een onverantwoorde manier beëindigen, maar dat we rekening houden met de gevolgen voor medewerkers van de fabriek. Als we bijvoorbeeld een groot aandeel hebben in een fabriek, 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. Daarnaast is schending van arbeidsrechten 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. Dat is in 2020 niet gebeurd.



Thema 1. Transparantie en traceerbaarheid in de leverancierssketen.

thema 2

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Duidelijke afspraken.

Elaine Au Intertrading, agent in China

"In 2020 bestaat de samenwerking tussen Zeeman en Intertrading, agent voor Hong Kong en China, 50 jaar. 2020 was een bijzonder jaar door de wereldwijde uitbraak van het coronavirus, die leidde tot sociale beperkingen en zelfs lockdowns. Het is een ongekende situatie, die niemand ooit heeft meegemaakt.

Audit door Fair Wear

Toen Zeeman zich aansloot bij Fair Wear, ondergingen onze leveranciers een Fair Wear-audit. De Fair Wear-audits, die enigszins verschillen van de gebruikelijke audits, zijn gericht op de werkomstandigheden van de arbeiders en op de wijze waarop Zeeman inkoopt. Naast de follow-up van de corrigerende en preventieve actieplannen, helpt Fair Wear de leveranciers ook bij het verbeteren van hun werkomstandigheden door het organiseren van workshops voor de medewerkers en ze voor te lichten over de Europese normen en de werkomstandigheden waar ze recht op hebben."

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

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 uit. Sinds 2020 is dat voor textielleveranciers Fair Wear.

Dankzij onze aanpak zien we een structurele verbetering ten aanzien van veilige gebouwen en arbeidsomstandigheden. De afgelopen jaren zagen we het aantal grote verbeterpunten sterk dalen. We spreken over een 'groot verbeterpunt' wanneer het een urgent karakter heeft. Bijvoorbeeld wanneer een nooduitgang niet vrij staat of wanneer loon- en presentielijsten niet kunnen worden geverifieerd tijdens een audit.

In 2020 zijn 30 fabrieken geaudit door TÜV SÜD. Dit waren er minder dan gepland, omdat audits vanwege de COVID-19 pandemie beperkt konden worden uitgevoerd. Fabrieken worden tijdens zo'n audit gecontroleerd op 252 punten. Tijdens de 30 audits die in 2020 zijn uitgevoerd door TÜV SÜD zijn zeven grote verbeterpunten naar voren gekomen bij drie fabrieken. In drie gevallen konden loon/werktijden niet worden geverifieerd doordat de administratie niet goed aan te sluiten was. De andere verbeterpunten gingen over kwaliteitsprocessen in de fabriek. Er was bijvoorbeeld geen metaaldetectie of procedure voor het afbreken van naalden. Alle verbeterpunten zijn in hetzelfde jaar gecorrigeerd.

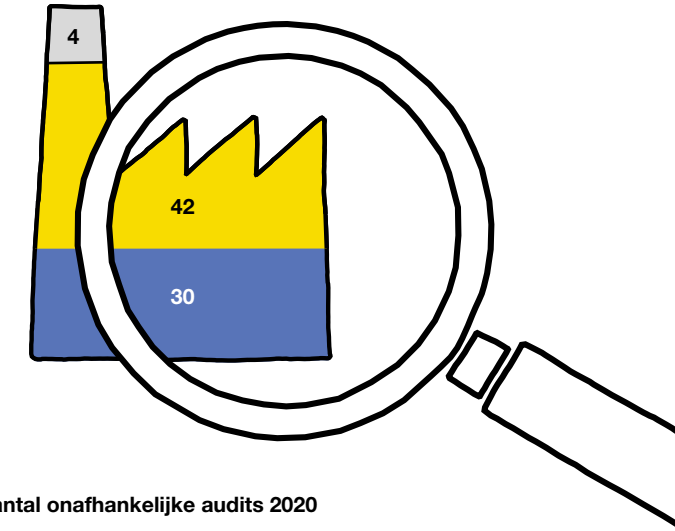
In het afgelopen jaar zijn wij, naast onze onafhankelijke audits in samenwerking met TÜV SÜD, ook gestart met de audits uitgevoerd door Fair Wear. Deze audits zijn uitgevoerd bij vier belangrijke leveranciers, waarvan twee in China, één in Bangladesh en één in Turkije.

Vanaf 2021 zullen onze textielleveranciers alleen nog door Fair Wear worden geaudit. De focus ligt hierbij op onze 50 grootste leveranciers. In 2021 willen we 30 audits laten uitvoeren door Fair Wear.

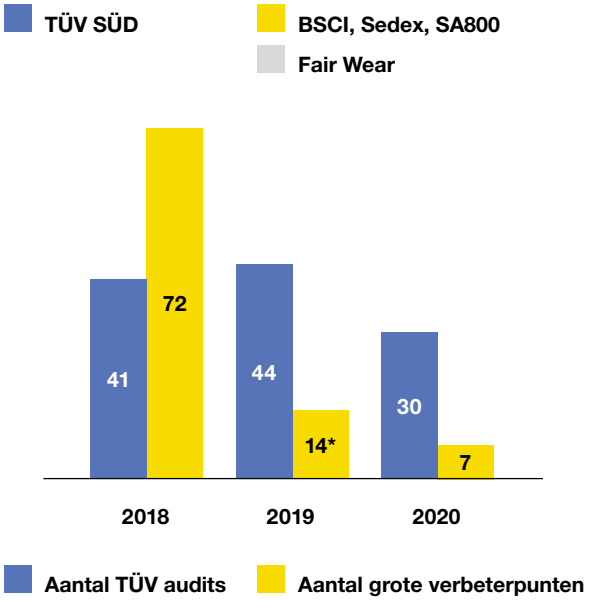
De belangrijkste reden voor deze verandering is dat de auditmethodiek van Fair Wear op het gebied van arbeidsomstandigheden in de fabriek vollediger is. Zo worden er meer interviews gehouden met fabrieksmedewerkers en vinden deze interviews plaats buiten de muren van de fabriek, zodat er een veilig klimaat 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 kunnen begeleiden bij het implementeren van verbeteringen en worden er trainingen georganiseerd in de fabriek op specifieke thema's.

Om te voorkomen dat fabrieken te vaak geaudit worden en dus op kosten worden gejaagd door verschillende retailers en merken, vragen we het rapport op van een recent uitgevoerde audit. Bij nieuwe leveranciers of leveranciers waar we relatief beperkte orders afnemen, volstaat een audit rapport van een onafhankelijke partij als BSCI, Sedex en SA8000. We vragen leveranciers naar de voortgang van de verbeterpunten die uit deze rapporten blijken.



Aantal onafhankelijke audits 2020



* In 2019 zijn meer audits uitgevoerd dan vorig jaar gerapporteerd waardoor ook drie verbeterpunten niet zijn gerapporteerd. Deze zijn wel opgelost in hetzelfde jaar of in 2020.

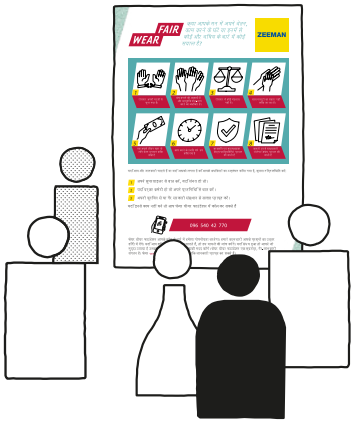
Klachtenmechanisme.

In de fabrieken waar onze kleding en textiel wordt gemaakt hangt nu 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. Het is niet realistisch om te wensen dat er geen klachten gemeld worden. We zien het als een positief signaal dat er gebruik wordt gemaakt van het mechanisme, omdat we het belangrijk vinden dat fabrieksarbeiders hun stem laten horen.

"Het is belangrijk dat de stem van de fabrieks-arbeider gehoord wordt."

In 2020 zijn twee klachten gemeld via het klachtenmechanisme van Fair Wear, beide in Bangladesh. Eén van de klachten komt uit een fabriek waar we eind 2019 mee zijn gaan samenwerken. Het ging hierbij om een medewerkster die na het maken van een fout tijdens het nummeren van een snijbundel te maken heeft gehad met intimidatie en fysiek en verbaal geweld. Nadat zij hiervan melding maakte bij het management, werd haar een ontslag opgelegd. Daarbij heeft ze niet het volledige bedrag uitgekeerd gekregen waar ze recht op had. We hebben deze klacht heel hoog opgenomen en in nauwe samenwerking met onze lokale agent, het management van de desbetreffende fabriek, het slachtoffer en Fair Wear, zijn we tot een oplossing gekomen. De medewerkster heeft een passende compensatie ontvangen en heeft een nieuwe baan in een andere fabriek.

De andere melding kwam uit een fabriek waar we al jaren mee samenwerken. Volgens de melder werd het Participatie Committee door het fabrieksmanagement gekozen in plaats van democratisch door de medewerkers. De PC is bedoeld om de belangen van alle medewerkers te vertegenwoordigen en moet daarom ook gekozen worden door het personeel. We zijn voor de oplossing samen opgetrokken met een ander Fair Wear-lid die deze leverancier met ons deelt. Onze gezamenlijke leverage hebben we kunnen gebruiken om een eerlijke verkiezing af te dwingen. Alle klachten die zijn gemeld via de hulplijn van Fair Wear worden online gepubliceerd.



Beyond auditting.

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 de komende jaren in op capacity building. Dat houdt in dat we ons meer gaan richten op de oorzaken van het niet-naleven van verbeterpunten. Daarom volgt er na elke audit die door Fair Wear is uitgevoerd een Workplace Education Programma (WEP). Deze WEP-training is bedoeld voor zowel fabrieksmanagement als medewerkers en biedt tools die nodig zijn om door middel van een open dialoog de arbeidsomstandigheden op de werkvloer te verbeteren. Daarnaast is het een belangrijk doel om fabrieksmedewerkers bewuster te maken van hun rechten en te trainen op het gebruik van het klachtenmechanisme.

Een risico dat in de kleding- en textielindustrie voorkomt, is discriminatie op basis van gender. Met name vrouwen blijken vanwege beperkte onderhandelingsmacht en vertegenwoordiging in vakbonden hiervoor kwetsbaar te zijn. In 2020 hebben we daarom voor onze Pakistaanse leveranciers, in samenwerking met ngo IDH Trade, een training op het thema gendergelijkheid georganiseerd. Door middel van een vragenlijst hebben we in kaart gebracht waar onze leveranciers staan op dit thema. Daarnaast hebben we drie doelstellingen geformuleerd per fabriek, namelijk:

1) ten minste 50% van de vertegenwoordigers in worker committees is vrouw;
2) ten minste 10% is vrouw in management/hogere posities in 2021, waarbij we een jaarlijkse verhoging van 5% verwachten;
3) verhogen van de awareness in de fabriek door middel van sociale dialoog en workplace trainingen.

Vrijheid van vereniging.

Vakbondsvrijheid staat centraal binnen het project Amplify waar we sinds 2020 actief bij betrokken zijn. Gedurende dit project zal één van onze belangrijkste leveranciers in Bangladesh deelnemen om te verbeteren op de thema's sociale dialoog en vrijheid voor vereniging. 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. Vrouwen zijn daarbij ook ondervertegenwoordigd in vakbonden. Dit project wordt in 2021 uitgerold waarbij, in samenwerking

met onder andere lokale experts en Fair Wear, trainingen worden verzorgd om de kennis in de fabriek te vergroten.

Duurzame ketensamenwerking.

Om constructieve verbeteringen te kunnen realiseren is samenwerking met andere retailers en bedrijven, lokale ngo's en overheden van belang. Daarom werken we binnen een aantal multi-stakeholder initiatieven samen om de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

RMG Sustainability Council (RSC).

Het Bangladesh Accord, gestart in 2013 en in 2018 omgedoopt in het Transition Accord, is per 1 juni 2020 overgegaan in de nationale organisatie RMG Sustainability Council (RSC). Het is een uniek samenwerkingsverband tussen verschillende stakeholders. We zetten ons in - en dat is bindend - 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 en is er een klachtenmechanisme, waarbij fabrieksmedewerkers veiligheidsgerelateerde klachten kunnen melden. Bij de fabrieken waar Zeeman actief is, was eind 2020 95% van de oorspronkelijke verbeterpunten doorgevoerd. (2019: 92%) Het Accord-gemiddelde van alle fabrieken was eind 2020 92%. Samen met onze fabrikanten willen we dat in 2021 100% van de verbeterpunten is doorgevoerd.

Nederlandse Convenant voor duurzame Kleding & Textiel.

In het 4e jaar van het Convenant is Zeeman opnieuw beoordeeld door het secretariaat. Een score van 70 procent van het maximaal te behalen punten - 78,9 - werd behaald. Het inzicht in ons materiaalgebruik was een aandachtspunt in de beoordeling en is in de loop van 2020 verbeterd. Ook zullen we in jaar 5 het Plan van Aanpak herzien naar aanleiding van de aanbevelingen van het secretariaat. De looptijd van het Convenant is verlengd tot 31 december 2021.

Sinds 2019 zijn we full ETI Member.

We nemen actief deel aan het Tamil Nadu Spinning Mill programma, waarbij trainingen worden georganiseerd in de spinnerijen.

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 jarenlang in voor goede arbeidsomstandigheden in de kledingindustrie, in landen waar kleding wordt geproduceerd. Leden van Fair Wear ondergaan jaarlijks de zogenaamde 'Brand Performance Check'. Het resultaat van deze check zal in het 2e kwartaal van 2021 op onze website geplaatst worden.

Hieronder enkele resultaten uit 2020 die voortvloeien uit de samenwerking met Fair Wear:

- opstellen verantwoorde exitstrategie;
- consolidatie leveranciersbestand;
- trainingen open costing tool voor inkoopteam Zeeman en leveranciers in India en Bangladesh;
- ondertekenen van Code of Labor Practices door Zeeman textielleveranciers;
- klachtenmechanisme uitrollen bij textielleveranciers Zeeman.

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
- Ethical Trading Initiative
- Fair Wear

thema 3

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Meer kennis over wat er speelt.

Silvia Mera directeur, Kledingprogramma, GoodWeave International

"In 2020 heeft Zeeman zich aangesloten bij het programma van GoodWeave International dat een einde wil maken aan kinder- en dwangarbeid in de toeleveringsketens van kleding en huishoudtextiel in Noord-India. GoodWeave brengt alle toeleveringsketens, van fabrieken tot werkplaatsen aan huis, in kaart en controleert deze door middel van willekeurige, frequente en onaangekondigde inspecties. Door middel van programma's ter plaatse verhelpt en voorkomt het kinder- en dwangarbeid. Als gevolg van de COVID-19 pandemie is het risico op kinder- en dwangarbeid toegenomen. Om de mensenrechten te beschermen, is het voor merken dan ook belangrijker dan ooit om inzicht te krijgen in hun volledige toeleveringsketens. Ons team werkt op dit moment samen met vijf leveranciers van Zeeman om dit doel te bereiken."

Kinderarbeid en gedwongen arbeid is onacceptabel en mag niet voorkomen in onze productieketen. Onze leveranciers tekenen hiervoor in onze gedragscode die gebaseerd is op de code van het Ethical Trading Initiative (ETI). Om de naleving hierop te controleren, worden de fabrieken waar voor ons geproduceerd wordt, gecontroleerd door onafhankelijke partijen. Sinds dit jaar ook door 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 2020 zijn hiervan geen meldingen gedaan.

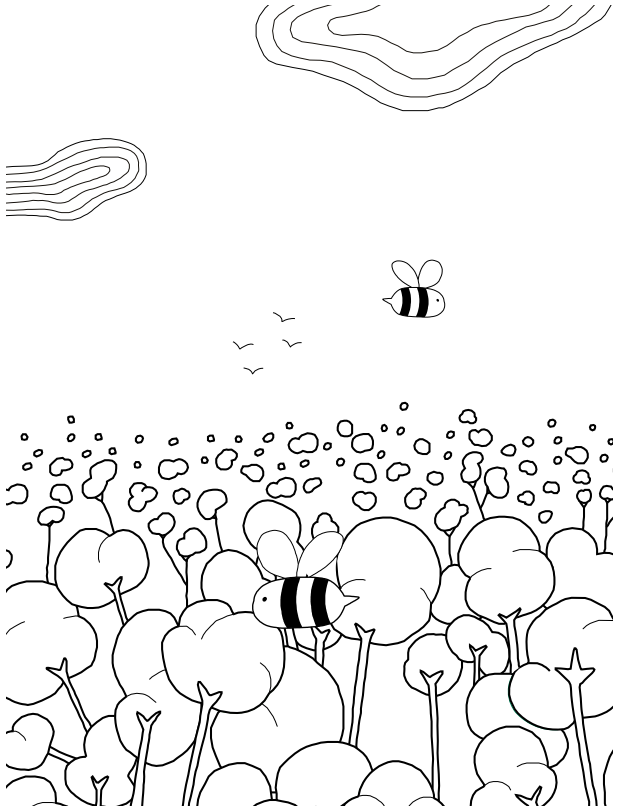
Ondanks dat het risico op kinderarbeid en gedwongen arbeid tot op heden niet is aangetoond in fabrieken waar voor ons geproduceerd wordt, is het helaas nog steeds een actueel thema in de wereldwijde productieketen. De afgelopen jaren nam kinderarbeid op mondiaal niveau af, maar recentelijk is gebleken 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. We hebben een aantal risicogebieden geïdentificeerd, namelijk:

- 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 er dwangarbeid voorkomt;
- katoenvelden in Turkije, waar het risico aanwezig is dat Syrische vluchtelingen illegaal en onder slechte omstandigheden werken.

Omdat het waarschijnlijker is dat het risico zich dieper in de productieketen voordoet, is het belangrijk om de schakels in onze toeleveringsketen inzichtelijk te krijgen. Van grondstof tot eindproduct. Door de complexiteit van de industrie en de vele schakels die nodig zijn om tot een eindproduct te komen, is dit een uitdaging. We kiezen er hierbij voor om prioriteit te geven aan het inzichtelijk maken van onze toeleveranciers bij artikelen gemaakt van katoen, omdat hier het risico op misstanden groter is.

"In 2021 willen we de herkomst van 70% van ons katoen kennen."

Om de herkomst van ons katoen te kunnen herleiden, en dus om uit te kunnen sluiten dat deze uit risicogebieden komt, hebben we de volgende doelstelling: in 2021 willen we dat de herkomst van het katoen, dat voor onze artikelen gebruikt is, voor 70% bekend is. Dit doen we door de toeleveranciers inzichtelijk te maken. Dit jaar was dat dankzij een groot aandeel gecertificeerd katoen al 39,5%. We kopen steeds meer katoen in via het Better Cotton Initiative (BCI) of ander duurzaam gecertificeerd katoen zoals GOTS (Global Organic Textile Standard). Hier wordt bij de katoenproductie naast milieustandaarden ook aan betere arbeidsomstandigheden gewerkt. Een volgende stap is om de herkomst van het aandeel conventioneel katoen te achterhalen. In 2022 willen we het volledig in kaart hebben, van katoenveld tot eindproduct.



TNMS-programma ETI.

Sinds 2015 neemt Zeeman deel aan het Tamil Nadu Spinning Mill programma van ETI in Zuid-India. Dit programma is er op gericht om door middel van trainingen vrouwen te leren voor hun rechten op te komen. Maar ook om het management te leren om op de juiste manier leiding te geven. Helaas is ETI in 2020 gestopt met het programma en is gekozen voor een nieuwe opzet, waarbij ETI een meer coördinerende rol op zich neemt, waarbij de scope is verlegd naar de volledige toeleveringsketen en niet alleen gericht is op de mills om de impact te vergroten. Lokale ngo's als SIMA and TASMA zullen getraind worden om de programma's in de mills over te nemen. Dit is belangrijk omdat gebleken is dat in spinnerijen in Zuid-India het risico op gedwongen arbeid en kinderarbeid aanwezig is.

Project kinderrechten Turkije.

In 2020 zijn we samen met ondertekenaars van het convenant en Unicef gestart met een project dat zich richt op het elimineren van kinderarbeid en het verbeteren van kinderrechten in en rondom textielfabrieken in Turkije. Dit project is eerder al succesvol gebleken in Bangladesh.

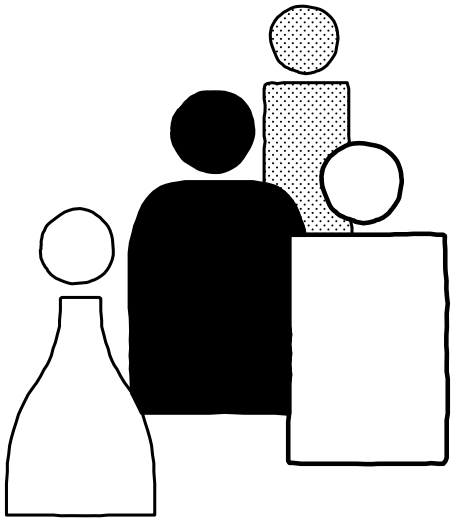
Goodweave.

In 2020 zijn we aangesloten bij een programma dat in de regio Panipat in Noord-India helpt om de toeleveringsketen volledig in beeld te krijgen. Vier van onze directe leveranciers zijn aangesloten bij dit programma en samen met Goodweave worden ook de toeleveranciers inzichtelijk gemaakt en beoordeeld. Het doel is om transparantie te creëren, waardoor met meer zekerheid te stellen is dat kinderarbeid en gedwongen arbeid niet voorkomt. Waar dat onverhoopt wel voorkomt voorziet het programma in scholing binnen de gemeenschap waar het kind woonachtig is. Uit de eerste kwartaalrapportage blijkt dat tijdens de audits van de productielocaties geen kinderarbeid is aangetroffen. In 2021 wordt het onderzoek voortgezet door ook de sub-contractors te onderwerpen aan het programma.

Hieronder enkele feiten over de voortgang:

- 98 workerinterviews gehouden (totaal 1.854 workers);
- zeven minor issues geconstateerd (geen procedure aanwezig om kinderarbeid te voorkomen, geen communicatie over het gevoerde beleid, geen goed werkend klachtenmechanisme, geen presentielijsten voor urenregistratie, geen communicatie via urenrooster, geen arbeidscontract voor stukloon arbeiders, geen salarisstrook voor arbeiders).

Naast de audits zijn er ook activiteiten gehouden door Goodweave in de gemeenschappen waar de fabrieken zich bevinden, de zogenaamde 'Child Friendly Communities (CFC). Bijvoorbeeld: educatieprogramma's voor in totaal 8.998 kinderen. Op dit moment loopt het programma echter vertraging op omdat scholen gesloten zijn vanwege de pandemie. In de tussentijd is wel gestart met e-learning waar 2.870 kinderen aan deelnemen. Ook worden de ouders meegenomen in het programma, waarbij zij geïnformeerd worden over de rechten die kinderen hebben. Daarnaast worden er bankrekeningen geopend voor families die dat nog niet hebben en wordt er voor voeding gezorgd als families tekort komen.



thema 4

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Open over waar we zelf kunnen verbeteren.

Alexander Kohnstamm directeur Fair Wear

"Bij Fair Wear waren we verheugd om Zeeman in oktober 2019 als lid te mogen verwelkomen. Als grote Europese retailer kunnen zij veel positieve impact hebben op de mensen in de kledingfabrieken. Zeeman is voortvarend aan de slag gegaan, met name op het gebied van hogere lonen, samen met de fabrieken én de inkopers. Iedereen kan meekijken welke stappen Zeeman de komende tijd nog meer zet op weg naar betere arbeidsomstandigheden. Jaarlijks controleren we dit namelijk tijdens de Fair Wear Performance Check die publiekelijk wordt gedeeld. Deze manier van werken past goed bij Zeeman, dat transparantie hoog in het vaandel heeft staan."

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 grootste effect 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 regelmatig overleg tussen de afdelingen MVO & Kwaliteit en Inkoop. Met alle uitdagingen in de supply chain in 2020 hebben onze inkooppraktijken houvast geboden. Deze hebben we ook schriftelijk bevestigd vlak na de uitbraak van de pandemie in Europa.

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 die wordt betaald voor een artikel het mogelijk maken dat een leverancier aan zijn verplichtingen kan voldoen. Om het risico op overwerken te verkleinen, willen we onze orders op tijd afgeven zodat leveranciers de productie goed in kunnen plannen. Daarnaast houden we ook rekening met het aandeel van de totale productiecapaciteit die we van een fabriek gebruiken. We willen gezonde relaties met onze leveranciers opbouwen, zonder dat leveranciers te afhankelijk worden van ons of andersom.

Zeeman onder de loep.

Leveranciers zijn er aan 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. In 2020 zijn we een onderzoek gestart, waarbij we dit omgedraaid hebben (360 graden evaluatie). We hebben onze fabrieken gevraagd 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 in Turkije hebben onze vragenlijst ingevuld. Met de waardevolle uitkomsten van dit onderzoek gaan we onze manier van werken in 2021 waar nodig verder aanscherpen.

"In 2020 gaven 171 leveranciers ons 360-graden feedback."

Prijsonderhandelingen.

Het is ons bestaansrecht om artikelen te verkopen voor de laagst mogelijke prijs. Dat doen we al 54 jaar. Maar wat mogelijk is, wordt ook door onze leveranciers bepaald. Daarom vragen we steeds vaker hoe de kostprijs is opgebouwd. 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 in februari voor ons inkoopteam en directie een workshop georganiseerd over Open Costing aan de hand van hun 'Labour minute costing tool'. Deze tool brengt heel gedetailleerd in beeld welke directe en indirecte kosten toegekend moeten worden aan de kostprijs van een artikel. Ook hebben de leveranciers in India deze workshop gevolgd, net als onze Bengaalse leveranciers.

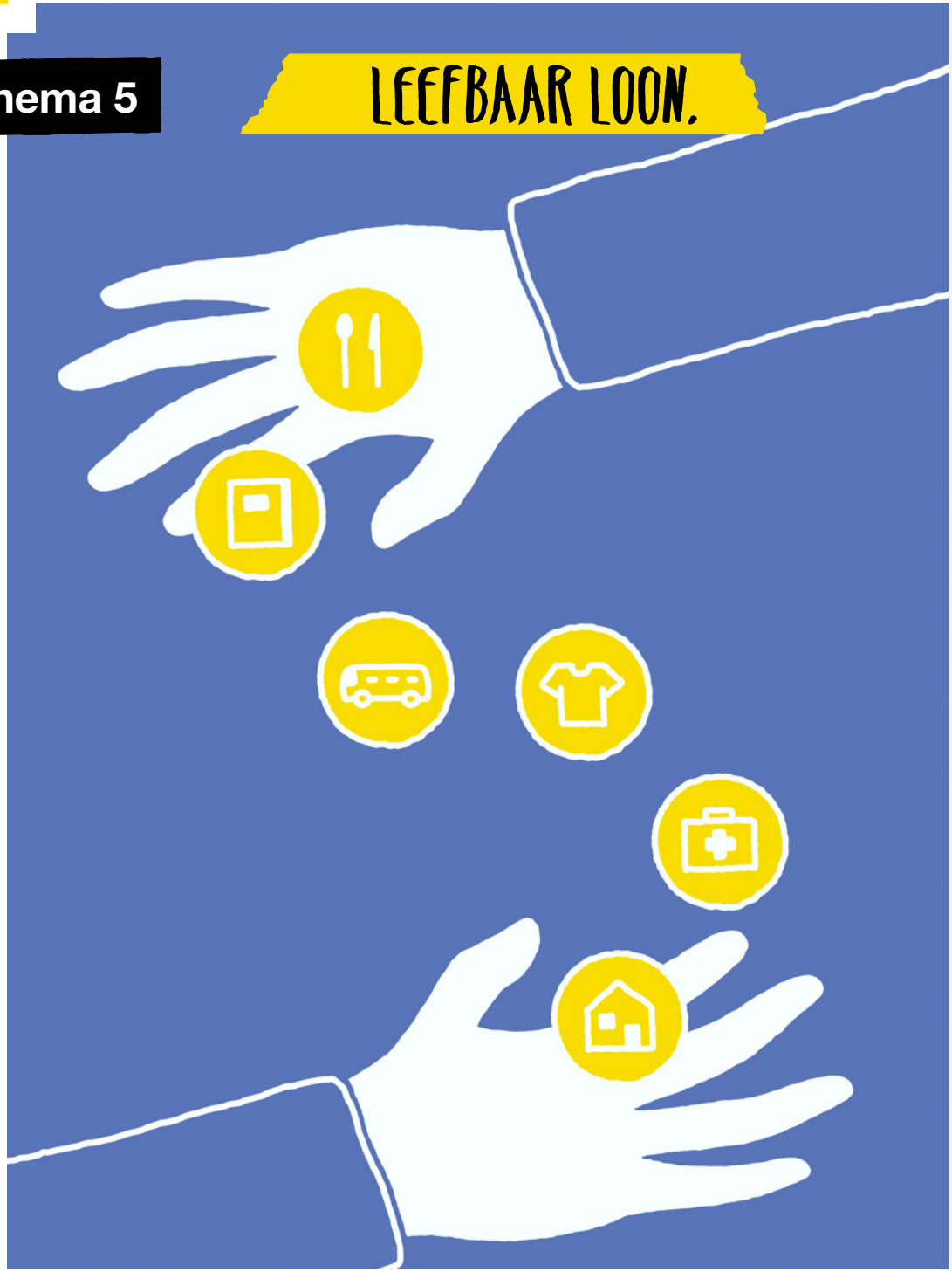
Workshop responsible design & buying.

80% van de milieu-impact wordt veroorzaakt door keuzes die gemaakt worden tijdens het designproces. Daarom hebben we in december in samenwerking met brancheorganisatie Modint een workshop georganiseerd over het thema responsible design & buying voor onze inkoop- én designafdeling.

Leveranciersmanagement.

Langetermijnrelaties zorgen voor continuïteit. We zien dat 70% van onze inkoopwaarde geproduceerd wordt door slechts 50 leveranciers. En met 93% van deze leveranciers werken we al vijf jaar of langer samen. Op deze manier zorgen we voor continuïteit en creëren we de leverage om te blijven verbeteren waar nodig.

thema 5



1 NO POVERTY

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Verhoging van lonen.

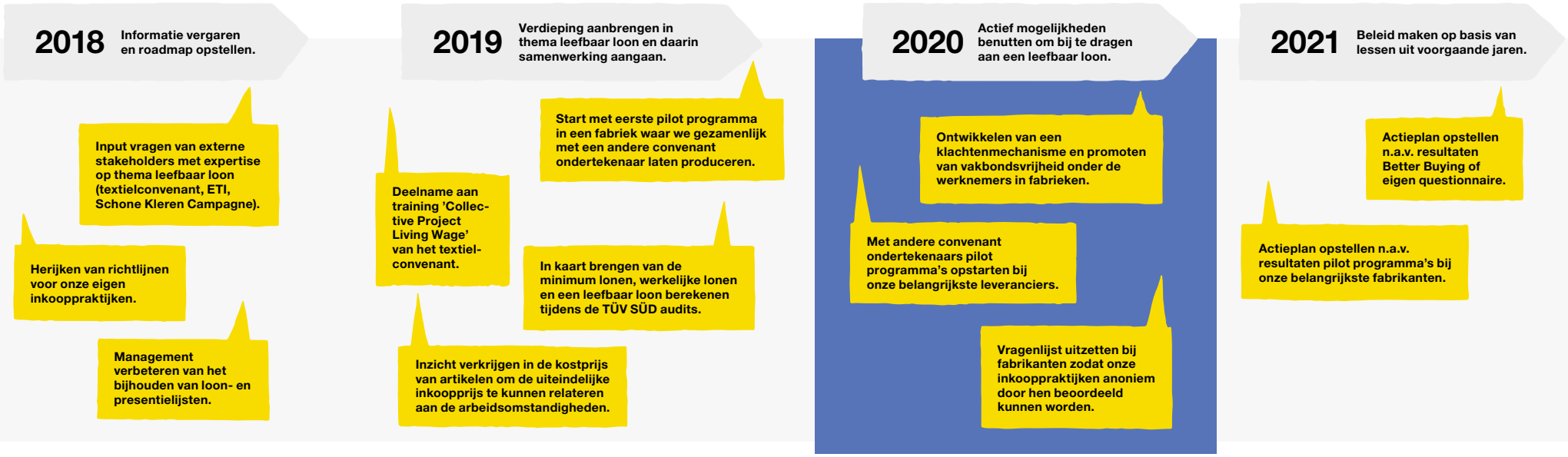
Mrs. Shaheen, medewerker bij leverancier MYM, Pakistan

"Ik werk al zes jaar bij MYM als naaister. Ik ben erg tevreden met mijn loon van 22.500 ruppie. Dit loon is voldoende om aan onze levensbehoefte te voldoen. Omdat veel kosten stijgen is het ook belangrijk dat net als vorig jaar onze lonen meestijgen en we de bonus krijgen tijdens de vastenmaand. Ook tijdens de Covid-19 lockdown heb ik mijn volledige salaris ontvangen en een bonus, daar zijn we heel dankbaar voor. Voor overuren worden we dubbel betaald, dit is volgens de Pakistaanse wet, en we ontvangen jaarlijks een verhoging. Mijn familie en vrienden werken bij andere fabrieken in onze buurt en zij zijn verbaasd dat ik 22.500 ruppie verdien en zij maar het minimum loon van 17.500 ruppie."

Mr. Shahid, medewerker bij leverancier MYM, Pakistan

"Mijn naam is Shalid, ik ben getrouwd en heb drie kinderen. Ik werk al 5 jaar bij MYM als flat lock operator. Mijn vrouw heeft een parttime baan en werkt vanuit huis. We zijn dankbaar dat ons loon verhoogd is. Hiermee kunnen we het schoolgeld voor onze kinderen betalen en ook de toelatingsfee en andere zaken voor onze kinderen. Twee vrienden van mij werken nu ook by MYM, omdat ze van mij gehoord hadden over leefbaar loon."

We willen dat de werknemers van Zeeman-fabrikanten 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 geven we concreet invulling aan dit thema. Een belangrijk onderdeel daarvan is om meer inzicht in de situatie bij onze fabrikanten te krijgen als het gaat om een leefbaar loon. Op die manier kunnen we beter gaan bepalen wat een leefbaar loon is en of de werknemers in de fabriek ook daadwerkelijk een leefbaar loon ontvangen. 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. We hebben de afgelopen jaren tijdens social audits het verschil inzichtelijk gemaakt tussen het wettelijk geldende minimumloon, het daadwerkelijke loon en het leefbare loon. Deze data hebben we verzameld bij 33% van onze leveranciers in het Verre Oosten en Turkije.

Onze doelstelling van 40% hebben we helaas niet kunnen halen, omdat we door COVID-19 minder fabrieken hebben kunnen auditten dan was gepland. In 2021 willen we met alle relevante stakeholders een actieplan opstellen met een concrete aanpak om leefbaar loon daadwerkelijk te implementeren.

Wel hebben we in 2020 het klachtenmechanisme van Fair Wear geïntroduceerd bij onze fabrieken en hen gevraagd om aan de hand van een vragenlijst onze inkooppraktijken te beoordelen. Inmiddels zijn we samen met een ander convenant-lid bezig met de voorbereidingen voor een programma om leefbaar loon te implementeren in een gedeelde fabriek in India. We verwachten dat de pilot in 2021 van start kan gaan.

We willen niet onder kostprijs onderhandelen. Dit kan negatieve effecten hebben op mens en milieu. Daarom onderzoeken we door middel van kostprijscalculaties hoe deze zich tot onze inkoopprijs verhoudt. Op die manier kunnen we bepalen of we het betalen van een leefbaar loon ook echt mogelijk maken. In 2020 hebben we onze leveranciers gevraagd om onze inkooppraktijken te beoordelen, waarbij we specifiek zijn ingegaan op kostprijsonderhandelingen.

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 2020 liep deze pilot door. Met Schijvens gebruiken we 75% van de totale capaciteit van deze fabriek. De medewerkers hebben door middel van een uitgebreide vragenlijst ingevuld wat zij iedere maand kwijt zijn aan boodschappen, transport, huurkosten etc. Op basis hiervan hebben we vervolgens de berekening gemaakt. Hieruit kwam dat het leefbare loon in de regio van die fabriek 29% hoger lag dan het wettelijk minimumloon. Om de fabriekseigenaar in staat te stellen daadwerkelijk een leefbaar loon aan zijn medewerkers uit te betalen, hebben we met ingang van oktober 2019 onze inkoopprijzen opgehoogd. Een belangrijk aspect daarbij was de communicatie naar fabrieksmedewerkers die gewend waren om stukloon te ontvangen. Ze begrijpen nu dat ze meer zekerheid hebben met een vast contract en een vast salaris.

Controle van de boekhouding.
We hebben goed moeten uitleggen dat medewerkers er in loondienst toch op vooruit gaan, omdat ze ook doorbetaald krijgen bij ziekte of als er tijdelijk minder orders zijn. Voor alle medewerkers is een bankrekening geopend, waarop zij hun salaris gestort krijgen. Doordat we met Schijvens een groot aandeel hebben in deze fabriek, kunnen we zien of de lonen ook echt worden doorgevoerd door de loonstrookjes in de boekhouding te controleren. Voor de fabriekseigenaar is dit een grote stap, omdat hij openheid van zaken moet geven en moet vertrouwen op het commitment voor de langere termijn van alle betrokken partijen.

thema 6

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

Uitdagende doelen.

Serge Léon chemical expert Modint

"Ondanks de uitdagende tijden is het Zeeman in 2020 toch gelukt om verdere stappen te zetten richting verduurzaming van de toeleveringsketen. De chemical management tools, te weten de "Restricted Substance List (RSL)" en "Manufacturing Restricted Substances List (MRSL)", zijn verder ontwikkeld en bijgewerkt. Beide lijsten dienen als basis voor het ontwikkelen van solide chemical management procedures bij de toeleveranciers. Tevens is een eerste stap gezet met het trainen van de toeleveranciers op het gebied van chemical management. Doelstelling van de training was om aan de leveranciers uit te leggen hoe met beide lijsten te werken, de voordelen van goed chemical management en het belang van waterzuiveringsinstallaties. Al met al weer mooie stappen vooruit en een goede start van het stellen van uitdagende doelen aan de toeleveranciers. Proficiat Zeeman!"

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.

Daarom hebben we in 2018 een roadmap ontwikkeld om de mogelijke negatieve impact op het milieu te onderzoeken en te verbeteren. 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. En dat zorgt ervoor dat onze invloed op de omstandigheden beperkter is.

Vorig jaar hebben we een vragenlijst uitgezet naar al onze directe leveranciers om inzichtelijk te krijgen welke processen er plaatsvinden in de fabrieken waar we direct mee samenwerken en welke processen worden uitbesteed. In totaal waren er in 2020 205 fabrieken waar natte processen voor onze artikelen plaatsvonden. Daarbij is 19% verticaal geïntegreerd, dat wil zeggen dat het wassen, printen of verven onder hetzelfde dak plaatsvindt. Bij de overige 81% worden deze processen uitbesteed aan andere partijen.

"80% van onze fabrieken heeft een water-zuiveringssysteem."

Het omgaan met chemicaliën en (afval)water brengt grote risico's met zich mee. Het niet zorgvuldig omgaan met chemicaliën en afvalwater kan tot water- en bodemverontreiniging leiden. Bovendien kan het vrijkomen van schadelijke chemicaliën in de leefomgeving van de lokale bevolking ernstige risico's voor de gezondheid tot gevolg hebben. Daarom hebben we als doel gesteld dat alle fabrieken waar gewassen, geverfd of geprint wordt voor Zeeman een waterzuiveringssysteem moeten hebben. In 2020 was dat 80%. Daarmee hebben we onze doelstelling van 90% niet gehaald. De installatie van een waterzuiveringssysteem vraagt om een grote financiële investering. Vanwege de crisis was dit voor sommige leveranciers niet mogelijk. In 2021 gaan we de volgende acties uitvoeren zodat we eind 2021 onze doelstelling van 90% halen en eind 2022 ons uiteindelijke doel van 100% door:

- van leveranciers commitment te vragen om de waterzuiveringsinstallatie op korte termijn te installeren;
- de samenwerking met leveranciers zonder waterzuiveringssysteem af te bouwen;
- onze directe leveranciers te ondersteunen bij het selecteren van nieuwe wasserijen en ververijen die voldoen aan de eisen ten aanzien van waterzuiveringsinstallaties.

Chemicaliënmanagement.

Voor de productie van onze artikelen zijn chemicaliën nodig. Ze worden gebruikt om grondstoffen, zoals katoen, te verbouwen, maar ook om machines tijdens productieprocessen als printen en verven te reinigen. 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. In 2019 hebben we deze lijst verder uitgebreid met chemicaliën die niet meer mogen worden gebruikt tijdens het productieproces omdat ze onveilig zijn voor de mensen die ermee werken of schade kunnen toebrengen aan het milieu. Onze nieuwe Manufacturing Restricted Substances List (MRSL) is te vinden op onze website. Deze lijst hebben we in 2020 verder uitgebreid en onder de aandacht gebracht van onze leveranciers.

Verantwoordelijk werken met chemicaliën.

In december hebben we een webinar georganiseerd voor onze Chinese fabrikanten. Hierbij werden zij door twee experts vanuit Modint getraind op het verantwoordelijk gebruik van chemicaliën. Van de aanschaf 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.

In 2020 is door ngo Solidaridad en het Nederlandse Convenant Duurzame Kleding en Textiel een handboek voor fabrikanten ontwikkeld, dat beschrijft hoe de impact van de natte processen in kaart kan worden gebracht en hoe deze kan worden verminderd. Dit handboek gaan we met onze leveranciers delen inclusief door ons gestelde doelstellingen voor continue verbetering.

Bewust ontwerpen.

De milieu-impact van een artikel is sterk afhankelijk van de keuzes die worden gemaakt tijdens de eerste stap in het productieproces, namelijk het ontwerp. Om die reden hebben we in 2020 een training georganiseerd voor onze stylisten en inkopers, waarbij de focus lag op het maken van bewuste keuzes om duurzame productie en circulariteit te bevorderen.

Energie-audit IDH-Trade in Pakistan.

Naast de milieuaspecten die direct aan een artikel te linken zijn, zoals het verven van kleding en het gebruik van chemicaliën, is er ook winst te behalen door het energieverbruik van een fabriek omlaag te brengen. Samen met IDH-Trade, the sustainable trade initiative, zijn we gestart met een denimfabriek in Pakistan, waar IDH-Trade een energie-audit heeft gehouden. Uit deze audit kwam naar voren welke energiebesparende maatregelen de fabriek kan nemen. Zoals isolatie, dichten van lekkages en het plaatsen van energiebesparende verlichting. Het goede van een energie-audit is dat het naast een positieve impact op het milieu ook een kostenbesparend effect heeft. In 2021 willen we de overige leveranciers in Pakistan vragen de energie-audit te houden.

Feedback van denimfabrikant op de energie-audit.

Naar mijn mening was het een goede audit. Hoewel ik nog niet de financiële voordelen en exacte energiebesparingen heb kunnen vergelijken, kan ik wel al zeggen dat het nuttig was, omdat het me een veilig gevoel gaf dat een professioneel team een audit uitvoerde. Ik ontving een gedetailleerd rapport over alle afdelingen en een analyse van de elektrische belasting en het energieverlies. We hebben alle correctieve plannen die ze hebben voorgesteld uitgevoerd.

Arcadis Dye House Improvement Project China.

Sinds 2019 zijn we betrokken bij het Dye House Improvement-project van het textielconvenant.

Een ververij waar één van onze Chinese leveranciers mee werkt, heeft daarvoor een traject doorlopen om de milieu-impact te verminderen. Hierbij was externe partij Arcadis betrokken. Hoewel wij niet direct zakendoen met deze fabriek, was het management bereid deel te nemen aan het project nadat we het wederzijdse belang hebben onderstreept.

In 2019 werden in China veel ververijen door de overheid gesloten, omdat zij niet voldeden aan wetgeving ten aanzien van milieueisen. Met dit project kon onze leverancier zijn operatie verbeteren in overeenstemming met de lokale en Europese wetgeving. De focusgebieden van het project waren onder andere: energie-, water- en chemicaliënmanagement, gebouwveiligheid, afvalbeheer en veiligheid op het werk.

Het project startte met een bezoek van lokale experts aan de fabriek. Tijdens het bezoek werd gesproken met het management, werden documenten gecontroleerd en werd de fabriek geïnspecteerd. De bevindingen en aanbevelingen zijn met ons en onze lokale agent gedeeld. Gezamenlijk is een actieplan opgesteld om verbeteringen door te voeren en maandelijks wordt er overlegd over de voortgang. In 2020 zijn bijna alle verbeterpunten opgevolgd door de fabriek. Zo zijn er bijvoorbeeld oogdouches geïnstalleerd, zodat er meteen gespoeld kan worden als er chemicaliën in het oog terecht zouden komen. Ook zijn er labels en documenten toegevoegd op de plek waar chemicaliën worden bewaard, zodat medewerkers kennis kunnen nemen van de gevaren en het gebruiksdoel. Ook wordt er strikter gecontroleerd op het gebruik van persoonlijke beschermingsmiddelen wanneer er met chemicaliën gewerkt wordt. Er is nog een openstaand punt. Er zou namelijk een betere ventilatie moeten komen, die het stof van productie niet zomaar uitstoot. Vanwege het uitzonderlijke jaar en de grote investering die hiervoor nodig is, zal dit in 2021 worden aangepakt.

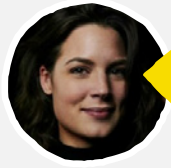
In 2020 zijn we gestart met een soortgelijk project voor onze Bengaalse fabrieken. Dit wordt geleid door ngo Solidaridad en hierbij zijn drie andere convenantsleden aangesloten. Het doel is om door middel van een assessment en aansluitende trainingen de milieu-impact van onze productie terug te dringen.

thema 7

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Grote stappen in duurzaam inkopen.



Romy Zaal, inkoper kinder- en tienerkleding

"Katoen is de meest gebruikte grondstof in de kindercollectie. Mijn doelstelling is om in 2021 minstens 50% van het katoen te hebben omgezet naar BCI-gecertificeerd katoen. Aanvullend zijn GOTS-katoen, gerecycled katoen/polyester en duurzaam viscose (eco vero/liva eco). Mooie alternatieven waarmee we de collectie steeds verder kunnen verduurzamen. Het implementeren van duurzame materialen tegen onze lage prijzen is mogelijk dankzij de nauwe samenwerking met onze leveranciers. We werken stap voor stap. Daarom kijken we in ieder gesprek met de leverancier welke volgende stap haalbaar is. En de afgelopen twee jaar zien we dat deze stappen steeds groter worden. Ook het afgelopen jaar, waarin we vanwege COVID-19 onze samenwerking vaak op afstand en digitaal moesten doen, bleek geen drempel. Een mooie ontwikkeling in maatschappelijk verantwoord ondernemen en inmiddels een vaste factor in ons inkoopproces."

De keuze voor een duurzaam materiaal heeft veel impact op de hele keten. In het jaar 2020 hebben we grote stappen gezet in de transparantie van onze materialen. We hebben een tool ontwikkeld waarmee we maandelijks kunnen rapporteren op het materiaalgebruik, per land, per leverancier, per inkoper en per agent.

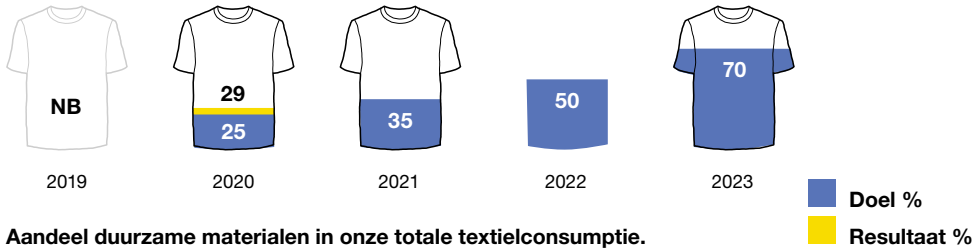
Op deze manier kunnen we de voortgang goed monitoren en bijsturen waar nodig. In 2019 stelden wij het doel om de totale collectie in 2020 uit 25% duurzame materialen te laten bestaan. In 2020 kunnen wij concluderen dat wij dit doel voorbij zijn en einde jaar op 29% duurzame materialen van het totaal zijn uitgekomen. Wij willen deze groei doorzetten en streven naar 35% duurzame materialen van de totale collectie in 2021.

Katoen is onze belangrijkste grondstof. Ons textielassortiment bestaat namelijk voor 66% 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 gerecycled katoen. Restmaterialen uit eerdere producties worden dan hergebruikt, zodat nieuwe, kostbare grondstoffen bespaard blijven. Onze katoenconsumptie bestaat nu voor 42% uit duurzame opties. In het jaar 2021 streven wij ernaar minimaal 50% van ons katoen uit duurzame bronnen te laten bestaan.

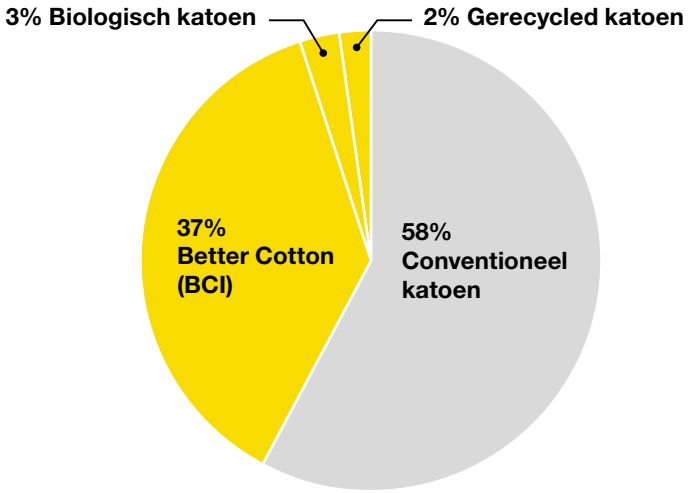
Better Cotton Initative.

Om collectiebreed te kunnen verduurzamen en wereldwijd de milieu-impact van de katoenproductie te verminderen, werken we sinds 2015 samen met het 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, minder water en minder schade aan het milieu.

Aandeel biologisch katoen in onze totale katoenconsumptie.



Aandeel duurzame materialen in onze totale textielconsumptie.

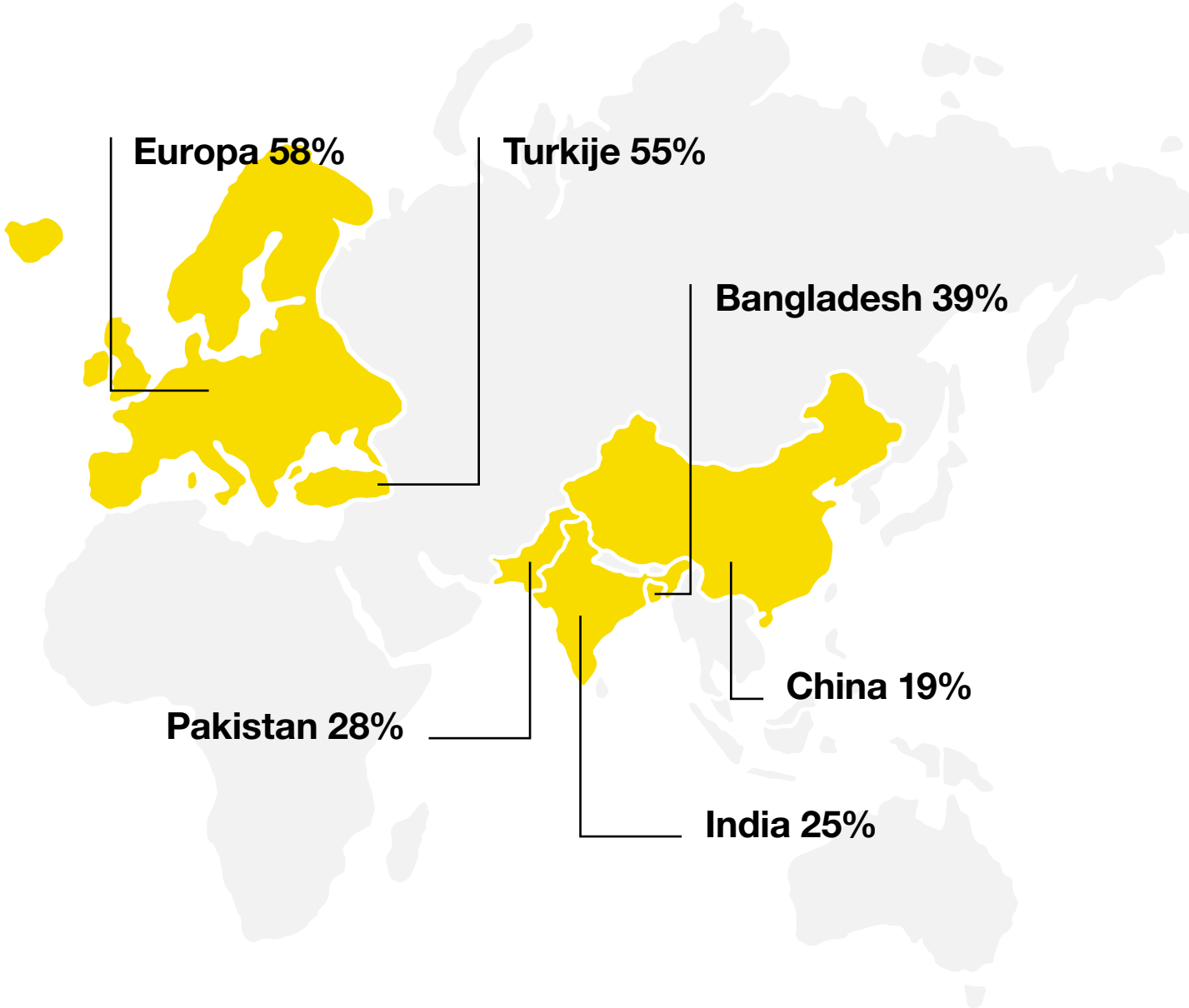


Katoenconsumptie.

In 2020 was 37% van ons katoen gesourced via het BCI. Dankzij ons lidmaatschap heeft BCI in 2020 meer dan 7.000 boeren bereikt en is er 2,3 miljard liter water bespaard. Naast katoen bestaan onze producten ook uit andere materialen. Dat zijn zowel natuurlijke als synthetische vezels. Na katoen is polyester het meest gebruikte materiaal in onze collecties. Olie is de voornaamste grondstof van polyester. Om in 2021 onze doelstelling van 35% duurzame materialen te behalen, zullen we de focus moeten leggen op het gebruik van gerecycled polyester. In 2020 bestond onze collectie uit 6% gerecycled polyester.

Met de data die wij in het jaar 2020 hebben verzameld krijgen we ook een goed overzicht van de duurzame materialen per land. China is ons grootste productieland en we zien dat daar het duurzame materiaalgebruik achterblijft ten opzichte van andere landen. De producten die we dichterbij inkopen in Turkije en Europa laten een positieve ontwikkeling zien.

Weergave percentage ingekochte duurzame materialen per land.



thema 8

CIRCULAIRE ECONOMIE & VERPAKKINGSMATERIAAL EN AFVAL.

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Zuinig op de toekomst.

Miriam Geelhoed, consultant inkoop en productie, Modint

"Ongeveer 80% van de impact van een product wordt bepaald in de ontwerpfase. Door samen met de designers en inkopers van Zeeman aan de slag te gaan, dragen we graag bij aan constante verbetering. Met hernieuwde kennis van duurzame en circulaire ontwikkelingen kan het team al in een vroeg stadium de juiste beslissingen nemen. We hebben dit samen praktisch gemaakt, door een duidelijke checklist te ontwikkelen die dagelijks gebruikt kan worden. Hierin zijn ook aspecten van herbruikbaarheid, circulair ontwerpen, zuinig materiaalgebruik, betere materialen en lange levensduur meegenomen. Als Modint vinden we het werken met het team van Zeeman altijd inspirerend en we kunnen niet wachten om te zien wat het resultaat is in de nieuwe collecties, de invloed op de productieketen, services naar klanten en de communicatie in brede zin."

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.

Recycling economie.

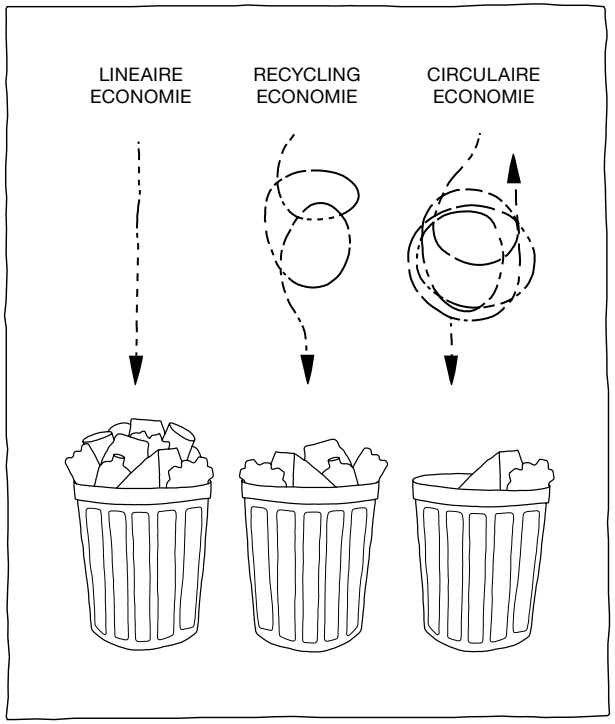
Statiegeldtas van gerecycled polyester.
Al in 2014 introduceerden we onze statiegeldtas, die volledig bestaat uit gerecycled polyester. Als klanten een tasje nodig hebben om hun aankopen in mee te nemen, dan is er de mogelijkheid om een statiegeldtas te kopen. Als deze tas later weer ingeleverd wordt, krijgen ze hun euro statiegeld altijd terug. Teruggenomen statiegeldtassen worden naar ons distributiecentrum gestuurd en verdwijnen niet meer in het milieu, wat vroeger met plastic draagtasjes wel een risico was.

Gerecycled materiaalgebruik.

We gebruiken steeds meer gerecycled materiaal voor onze kleding en textiel. In 2020 was dit 6% gerecycled polyester en 2% gerecycled katoen. Maar ook gerecycled plastic en glas wordt steeds vaker toegepast in onze woonaccessoires.

Gescheiden afvalstromen.

Van de afvalstromen binnen onze operatie hebben we in 2020 90% kunnen recyclen. In 2019 was dat 89%. Dit is onder andere het plastic en papier dat gescheiden uit onze winkels terugkomt, maar 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 twee 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.



"We recyclen 90% van onze afvalstromen."

Bij circulariteit draait het om het efficiënt gebruiken van grondstoffen en om deze zoveel mogelijk te behouden. Onze circulaire agenda bestond de laatste jaren met name uit het verduurzamen van materiaalgebruik, zoals het gebruik van gerecycled katoen en polyester. Denk aan onze statiegeldtas. In 2021 brengen we hier verandering in met een circulaire pilot die bestaat uit onderstaande onderdelen.

Circulaire economie.

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 hebben we hier met elkaar uitvoerig bij stilgestaan. Op basis van deze workshop zullen we een checklist gaan maken voor onze designafdeling om hen hierbij te ondersteunen. Deze checklist zal onderdeel uitmaken van ons 'design practice'-document. Onze focus op basics en niet op fashion zorgt ervoor dat onze artikelen minder trendgevoelig zijn en een langere houdbaarheid hebben. Omdat de collectie tijdloos is blijven we vrijwel niet met onverkoopbare restanten zitten.

Een belangrijk aspect is ook de kwaliteit van onze artikelen. Deze zorgt dat de levensduur aan de verwachtingen voldoet. In 2021 gaan we deze voor een aantal basisartikelen samen met een testpanel onderzoeken. Klanten in dit panel zullen het kwaliteitsverloop bijhouden over een bepaalde periode. Met de uitkomsten kunnen we vervolgens met onze inkopers en leveranciers in gesprek om eventuele verbeteringen in kwaliteit, pasvorm, kleurechtheid etc. waar nodig door te voeren.

Lokale, circulaire productie.

In 2020 hebben we ons aangesloten bij een coalitie van partners om gezamenlijk te werken aan de productie van een circulair artikel. Het idee is dat er in Nederland van 100% post-consumer textielafval, een nieuw artikel wordt geproduceerd. Dit idee kreeg meer vorm in een ronde-tafelgesprek tijdens de Dutch Sustainable Fashion Week dat door Modint en RVO georganiseerd werd. Hierbij was ook staatsecretaris Stientje van Veldhoven aanwezig. De volgende partners vormen de recyclingketen waarmee we een artikel gaan ontwikkelen: Cirkelwaarde, Frankenhuis, Wieland Textiles en Enschede Textielstad.

Kledinginzameling.

In 2021 starten we met een pilot, waarbij we in een klein aantal Nederlandse winkels klanten de mogelijkheid bieden om gebruikte kleding in te leveren. Niet alleen Zeeman-artikelen, maar alle kleding is welkom. Uit onderzoek blijkt dat maar 45% van alle kleding en textiel wordt ingezameld en dat dus 55% bij het restafval verdwijnt. Door kleding-inzameling actief onder de aandacht te brengen, hopen we hier een positieve bijdrage aan te leveren. Voor de inzameling hebben we een geschikte samenwerkingspartner gevonden in Het Goed. Zij hebben eigen sorteercentra die gespecialiseerd zijn in het uitsorteren van alle ingezamelde kleding en textiel. Bij Het Goed krijgen honderden mensen dagelijks de kans om op een laagdrempelige manier werkervaring op te doen. Daarom heeft deze samenwerking ook een sterk sociaal component.

Pilot verkoop 2e hands kleding.

Een van de afspraken met Het Goed is dat kleding die geschikt is voor hergebruik weer bij ons wordt aangeleverd om te kunnen verkopen. Tijdens deze pilot zal een gevarieerd aanbod van dames-, baby- en kinderkleding te vinden zijn onder de noemer 'resale' in zes Zeeman filialen. Deze ontwikkeling draagt er aan bij dat er minder aanspraak wordt gemaakt op grondstoffen voor de productie van nieuwe kleding. En dat kleding die niet meer gedragen werd om wat voor reden dan ook een nieuwe eigenaar krijgt. Marktcijfers laten zien dat de tweedehands modemarkt 21 keer sneller groeit dan de traditionele kledingsector.

Een zuinige operatie.

COVID-19 heeft internationaal veel invloed gehad op de verschillende onderdelen in onze toeleveringsketen. In heel 2020 was er een onbalans in de zeevrachtstromen. Het grootste knelpunt daarbij was het capaciteitstekort voor 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. Twee KPI's met betrekking tot containervervoer.

De gemiddelde beladingsgraad van een zeecontainer is uitgekomen op 75%, waar 79% de doelstelling was. Zeeman heeft voor bijna tweederde deel van het totaal aan verscheepte containers gebruik gemaakt van het grootste type container. Voor 2021 ligt de doelstelling weer op een beladingsgraad van 79%. Door deze hoge beladingsgraad beperken we het aantal zeecontainers dat verscheept moet worden en daarmee ook de uitstoot. Het verhogen van de beladingsgraad willen we bereiken door de logistieke planning van Zeeman en de agenten en leveranciers via het Supply Chain Portal nog intensiever samen te laten werken.

Voor vervoer vanuit de haven naar het DC van Zeeman in Alphen aan den Rijn wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van binnenvaart. Daarmee wordt het aantal vervoersbewegingen op de weg en daarmee de uitstoot verminderd. Er wordt gebruik gemaakt van de 'groene corridor' waarin verschillende bedrijven de vervoersstromen via binnenvaart bundelen. De schepen die ingezet worden, maken gebruik van LNG als brandstof. In 2020 is 73% van de zeecontainers aangevoerd via binnenvaart, waar 80% onze doelstelling was. Dit is het gevolg van een minder betrouwbare planning van verschepingen als gevolg van de situatie op de markt voor internationale zeevracht. Voor 2021 is 80% aanvoer via binnenvaart weer de doelstelling. Dit aandeel moet worden bereikt door een combinatie van een verdere verbetering van onze logistieke planning en het normaliseren van het internationale containervervoer.

In 2020 is het ontwerp voor een nieuwe inrichting van het distributiecentrum en nieuw gemechaniseerd opslag- en sorteersysteem afgerond. In 2021 zal het grootste deel van dit project gerealiseerd worden met als resultaat: een nieuwe indeling van het DC, een nieuw Warehouse Management Systeem en een Shuttle-systeem voor geautomatiseerde opslag en sortering. Het project zal halverwege 2022 zijn afgerond. Naast het commercieel belang van het verhogen van de capaciteit voor het verdeelproces staan er 2 belangrijke MVO-pijlers onder deze grote investering: het verbeteren van de werkomstandigheden in het DC en het verminderen van de benodigde transportbewegingen naar de winkels. Door gebruik te maken van het 'goods-to-man'-principe wordt zware arbeid in de nieuwe situatie beperkt. Er hoeft minder gelopen en getild te worden. En door gebruik te maken van slimme systemen in de aansturing, verhogen we de beladingsgraad van rolcontainers, waardoor er voor hetzelfde volume aan goederen minder transportritten nodig zijn. Met een verlaging van de uitstoot als gevolg.

In 2020 is ons beleid op het gebied van zuinig transportmaterieel doorgezet. Zo hebben we 2 LNG-trucks specifiek op de lange afstanden ingezet. Er zijn 12 nieuwe trucks aangeschaft met de schoonst mogelijke dieselmotoren die voor een verdere verlaging de uitstoot zorgen. Ook zijn deze nieuwe trucks extra stil waardoor de overlast rond leveringen voor de omgeving verminderd wordt. De inzet van moderne aandrijvingen in combinatie met het trainen van de chauffeurs zien we terug in het gemiddelde verbruik per km van het ingezette eigen materieel. Het brandstofverbruik per km is gedaald. In 2019 werd met 1 liter diesel 4,0km gereden. In 2020 was dit al 4,2km.

De transportstrategie waarbij we de balans tussen het zelf uitvoeren van ritten en het uitbesteden van leveringen in een netwerk optimaliseren is in 2020 verder doorgezet. Door samen te werken met Spaanse transporteurs is het aantal lege ritten teruggebracht. Ook is het intermodaal vervoer naar Spanje via de trein doorgezet. In 2021 is ons doel om de gemiddelde uitstoot per rolcontainer verder te verlagen. Deze laat een sterke stijging zien omdat onze winkels gemiddeld steeds verder van ons centrale DC in Nederland vandaan liggen. Door de planning van het eigen transport en het deel dat is uitbesteed in het Europese netwerk verder te

integreren, kunnen we deze stijging reduceren. Door op termijn een tweede DC in Zuid-Europa te openen, kunnen we de uitstoot per vervoerde rolcontainer naar de winkels nog verder terugbrengen.

Verder hebben we in 2020 de lijn doorgetrokken om ons wagenpark voor personenauto's te verduurzamen. Eerder zijn we al begonnen de inzet van dieselmotoren voor de personenauto's zoveel mogelijk te vervangen door auto's met hybride-aandrijving. In 2020 is besloten om elektrische auto's in te zetten voor de functies waar dat mogelijk is.

Nieuwe trucks en trailers.

In 2020 zijn twaalf nieuwe trucks aangeschaft die voorzien zijn van de schoonst mogelijke dieselmotoren. Bij de aanschaf van deze trucks is nadrukkelijker gekeken naar de overbrenging, een lager brandstofverbruik en minder uitstoot door een inzet specifieke samenstelling van de motoren, inhoud van de motor en PK-output. Van deze twaalf nieuwe trucks zijn er twee geleverd met LNG (Liquid Natural Gas). Deze twee trucks geven een extra reductie van 20% CO_2 en bij gebruik van BIO-LNG zelfs een reductie tot 80%. Ook is er een specifieke combinatie geleverd met een dubbeldekaanhanger. Hiermee zijn we in staat om nog meer volume mee te nemen in dezelfde rit. Ten opzichte van de city-trailer is het laadvolume ruim 200%. Ook zijn de nieuwe trucks extra stil waardoor de overlast rond leveringen verminderd wordt. Van de nieuw aangeschafte trailers zijn vier extra dubbeldektrailers ingezet. Deze trailers kunnen 190% laadvolume meenemen ten opzichte van de city-trailers en worden, naast de inzet in het pendelverkeer, ook meer in de winkeldistributie ingezet.

Optimalisatie transportstrategie.

De transportstrategie waarbij Zeeman de balans tussen het zelf uitvoeren van ritten en het uitbesteden van leveringen in een netwerk optimaliseert, is verder doorgezet. Door samen te werken met Spaanse vervoerders worden lege ritten naar Spanje en binnen de Benelux beperkt. Verlaging van de regionale leverfrequentie en het samenvoegen van leveringen zorgde voor minder transportbewegingen. Dit heeft Transport kunnen bewerkstelligen door een grotere inzet van dubbeldektrailers.

Intermodaal naar Spanje in 2020.

In 2020 is Zeeman gestart met intermodaal vervoer naar Spanje, twee 45 foot containers gaan per trein naar Barcelona. Ten opzichte van wegtransport is dat bijna 300.000 kg CO_2 minder.

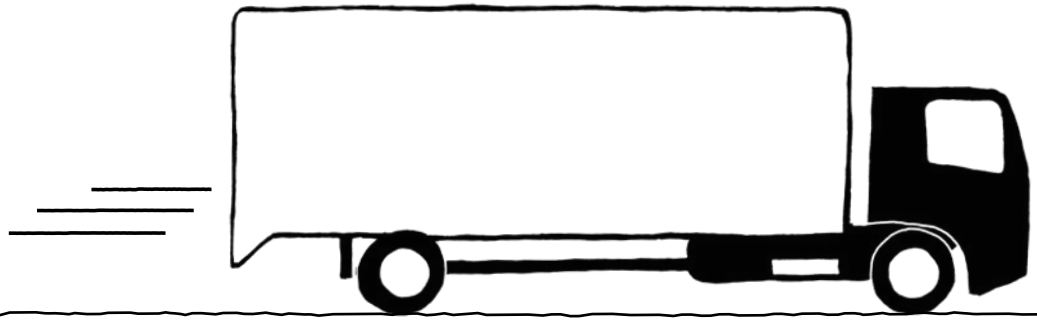
Meer hybride en elektrische personenauto's.

In 2020 is de lijn doorgetrokken om personenauto's te vervangen voor hybride en elektrische voertuigen. Het verder afschalen van het aantal dieselauto's is daarmee ingezet. Ook voor België, Frankrijk, Duitsland en Spanje.

In onze winkels doen we niet aan overbodige luxe. Wél aan LED-verlichting.

Eind 2020 waren er 845 filialen (van de 1279 stuks) voorzien van LED. Dit is dus 66%. LED-verlichting verbruikt minder dan een derde van de energie die nodig is voor traditionele TL-buizen. De 845 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.



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 er op 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 fabrikanten, 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 AZO-verfstoffen 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.

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 2020 zijn 452 steekproeven gehouden. 97% van de artikelen voldeed aan de strenge normen die Zeeman hanteert. In 2019 was dat 96%.

Investeren in kennis.

Vanwege de mogelijke risico's bij artikelen die door kinderen worden gebruikt, zoals speelgoed, maar ook artikelen die in contact komen met voedingsmiddelen, hebben we in 2020 een training georganiseerd voor ons inkoopteam om de kennis te vergroten.

Samen groeien.

Voor onze continuïteit is groei noodzakelijk. Sinds 2019 werken we met een nieuwe visie op HR, waarbij we ons richten op Zeeman als aantrekkelijke werkgever waar we samen groeien. Onze groei gaan we onder andere realiseren door expansie en vergroting van ons online kanaal. Maar om echt gezond te blijven, moeten we ook op een evenwichtige manier met onze bestaande winkels blijven groeien, naast expansie.

Een aantrekkelijke werkgever.

Het aantal beschikbare mensen op de arbeidsmarkt met de juiste kwalificaties is door de aangetrokken economie, de vergrijzing en voortdurende technologische ontwikkeling, afgenomen. 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 willen we een aantal grote bewegingen maken, waaronder het centraal stellen van de klant en het stimuleren van klantgericht ondernemerschap.

Een nieuwe generatie.

Nieuwe generaties, die nu de arbeidsmarkt betreden, hebben andere verwachtingen van hun werkgever, zoals 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. Samen groeien dus.

"We willen een aantrekkelijke werkgever zijn en energieke, betrokken en trotse medewerkers creëren."

Onze medewerkers zijn onze ambassadeurs en als onze mensen graag bij ons willen werken, stralen ze dat ook uit naar de klant. Daarom stellen we onze medewerkers centraal in hun reis bij Zeeman. In 2019 hebben we voor het eerst in alle landen een ontmoeting voor filiaalbeheerders georganiseerd met als belangrijkste doel elkaar te informeren én te enthousiasmeren. Deze WeAreZeeman meeting gaf iedereen veel energie. Verder willen we meer gebruik maken van de feedback die we van medewerkers krijgen. Zo kunnen we ervoor zorgen dat onze medewerkers zich energiek, betrokken en trots voelen.

Lees meer over Werken bij Zeeman >

Medewerker centraal.

Om energieke, trotse en betrokken medewerkers te creëren, stellen we de medewerker centraal in zijn reis bij Zeeman. In 2019 hebben we de reis van de medewerker opnieuw op een aantal punten verbeterd.

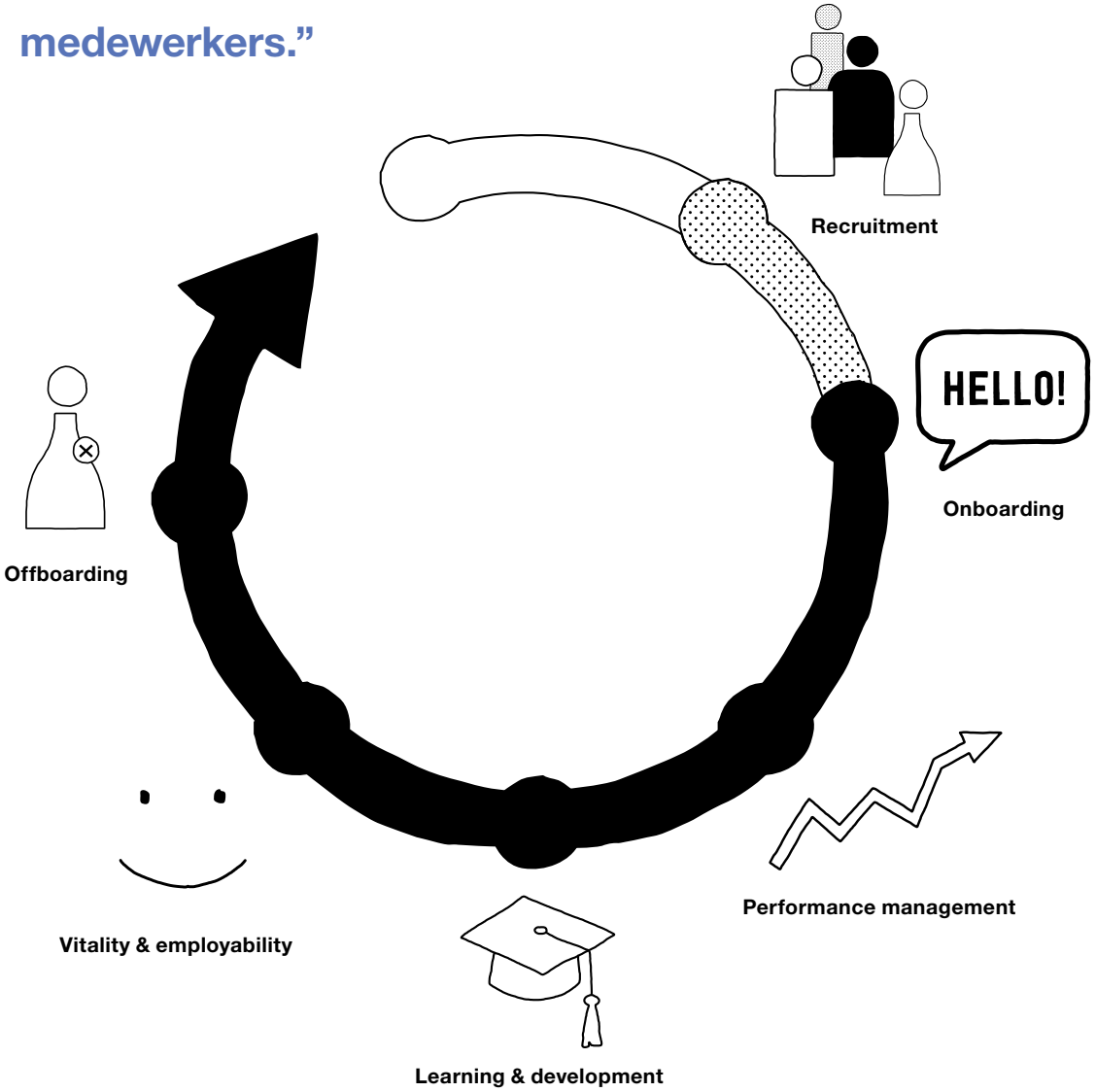
Onboarding.

In het najaar van 2018 zijn we gestart met de ontwikkeling van een nieuw en eigentijds onboarding programma. In november 2019 is dit programma in heel Europa live gegaan. We bieden nu iedere nieuwe verkoopmedewerker die in een van onze winkels start via de app Learn@Zeeman een eigentijds onboarding traject (een mix van e-learning, korte filmpjes en praktijkopdrachten).

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. De functie van filiaalbeheerder zien we als een sleutelpositie binnen verkoop. Door alle reisbeperkingen als gevolg van het coronavirus, hebben we helaas sinds maart 2020 geen klassikale lessen meer kunnen geven. Toen duidelijk werd dat we voor langere tijd te maken zouden krijgen met reisbeperkingen, hebben we gezocht naar een alternatieve manier van lesgeven. In september zijn we gestart met het geschikt maken van ons lesmateriaal voor virtuele classrooms en zo is het ons toch gelukt om vanaf eind december te starten met een vast leertraject voor Filiaalbeheerders en Filiaalbeheerders in opleiding.

"We maken meer gebruik van feedback van onze medewerkers."



Vrijblijvende online trainingen.

Naast een onboarding programma biedt Learn@Zeeman ook een groot aantal online trainingen, omdat we het belangrijk vinden dat onze medewerkers zich persoonlijk ontwikkelen en met ons mee kunnen groeien. Deze online trainingen bieden we vrijblijvend aan. Het is gebruikelijk dat al onze Regio Managers twee keer per jaar op twee dagen samenkomen in ons Service Kantoor in Alphen aan den Rijn om geïnformeerd te worden. Door de reisbeperkingen vanwege COVID-19 hebben we in september 2020 deze bijeenkomst online georganiseerd met als thema verbindend leiderschap. Tijdens deze dagen hebben we onze visie op leiderschap gedeeld en alle Regio Managers geïnspireerd om relevante online trainingen in te zetten die het leiderschap van hun teams verder ontwikkelen.

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.

Het belang van betrokkenheid.

Als onderdeel van dit onderzoek is ook een data-analyse uitgevoerd, waarmee een duidelijk verband is aangetoond tussen lager ziekteverzuim en een hogere betrokkenheid. De meest bevlogen medewerkers hebben 41% minder verzuimdagen. Ook is aangetoond dat leidinggevenden met een mensgerichte aanpak hoger scoren op betrokkenheid en dus een lager ziekteverzuim in hun teams hebben. Daarom hebben we in 2020 onze visie op leiderschap uitgeschreven en uitgedragen met behulp van een filmpje, waarin we uitleggen dat we 'verbindend leiderschap' verwachten. Vanuit ons DNA zijn we resultaatgericht en door dit te combineren met een mensgerichte aanpak, ontstaat verbindend leiderschap.

Het verzuimpercentage is in 2020 toegenomen tot 6,97%, waar dit in 2019 nog 6,8% was. Vooral in de maand maart, het begin van de coronapandemie, is in met name Nederland, België en Luxemburg een sterke stijging van het verzuimpercentage te zien. Gedurende de rest van het jaar is het verzuimpercentage weer iets gedaald. Vermoedelijk hebben de winkelsluitingen i.v.m. de lockdowns in verschillende landen hier een rol in gespeeld.

De verzuimfrequentie – het aantal keer dat een medewerker zich gemiddeld heeft ziek gemeld - is toegenomen van gemiddeld 1,02 keer in 2019 naar 1,12 keer in 2020. Ook hier zien we dat de grootste toename in maart is geweest (van 0,09 naar 0,19). In de maanden april, mei, november en december is de frequentie weer iets gedaald, wat vermoedelijk verband houdt met de winkelsluitingen in een aantal landen.

Als we kijken naar de verdeling van het ziekteverzuim over verzuimduur, is het ziekteverzuim het meest toegenomen in de verzuimduur categorie 7 tot 30 dagen (1,43% in 2020 t.o.v. 1,06% in 2019). In 2020 werd 21% van het totale ziekteverzuim veroorzaakt door meldingen in deze categorie, in 2019 was dat 16%. De coronapandemie kan een rol gespeeld hebben in de toename van ziekmeldingen tussen de 7 en 30 dagen.

Vitaliteit en duurzame inzetbaarheid.

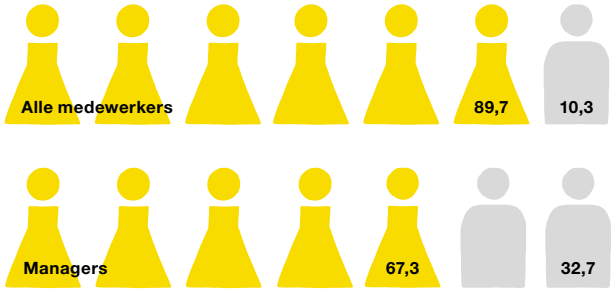
We hebben in 2019 een vitaliteitsbeleid uitgeschreven om onze medewerkers vitaal en duurzaam inzetbaar te houden en minder vaak ziek. Dit beleid heeft drie pijlers:

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

In september 2019 zijn we gestart met een kick-off voor medewerkers van ons servicekantoor en hebben we een (verkorte) healthcheck aangeboden. Daarnaast kunnen sinds 1 juli 2020 al onze medewerkers (behalve onze medewerkers in Frankrijk) een Preventief Medisch Onderzoek (PMO) invullen op een online vitaliteitsportaal en stimuleren we gezonde voeding, beweging en een verantwoorde leefstijl. Verder stimuleren we onze medewerkers ook via Learn@Zeeman om zich persoonlijk te blijven ontwikkelen.

Diversiteit.

Zeeman vindt diversiteit belangrijk. 89,7% van onze medewerkers is vrouw en van onze managers is dat 67,3%. 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. 70% van onze medewerkers werkt in deeltijd. Daarnaast vinden we dat iedereen een eerlijke kans verdient op een baan.



Percentage vrouwen en mannen bij Zeeman

Onze projecten voor een betere samenleving.

Sinds 2005 ondersteunt Zeeman projecten in India en sinds 2019 ook in Bangladesh. In India is in samenwerking met een lokale organisatie een school gebouwd vlak naast de grootste krottenwijk van Centraal Azië, Dharavi. In deze school worden nu 250 kinderen met een beperking opgeleid, zowel voor basisonderwijs als een vakopleiding.

De laatste jaren richt de steun van Zeeman zich specifiek op meisjes die ongewild de prostitutie in zijn gekomen. Als deze meisjes bevrijd zijn, komen ze in een opvanghuis. Het Save our Sisters project zorgt er voor dat meisjes, die daarvoor geschikt zijn, een goede opleiding kunnen krijgen zodat ze daarmee weer een kans krijgen in de maatschappij. In 2020 heeft Zeeman ook extra geïnvesteerd in een project waarbij meisjes die niet uit Mumbai komen, de mogelijkheid te geven om terug te gaan naar hun geboorteland, vaak is dat Bangladesh. In 2020 zijn 25 meisjes succesvol teruggekeerd naar hun families.

Ook in Bangladesh richt de hulp van Zeeman zich op de meisjes die ongewild in de prostitutie zijn beland. Het project behelst zowel bevrijdingsacties om de meisjes vrij te krijgen, als de opvang in een eigen opvanghuis in Faridpur (niet ver van de hoofdstad Dhaka), als ook het geven van een opleiding. In 2020 zijn 26 meisjes opgevangen in Faridpur, en hebben 24 meisjes een opleiding en beroepstraining gevolgd.

Uiteraard heeft ook Covid-19 een enorme impact gehad, zowel in India als Bangladesh. In het begin leek het voor de meisjes zelfs positief te zijn, omdat reisbewegingen en bordeelbezoek sterk verminderd waren. De andere kant is dat, doordat heel veel mensen zonder werk gekomen zijn, de armoede verder is toegenomen en daarmee ook de kans dat meisjes in de prostitutie terechtkomen weer groter geworden is. Voor het jaar 2021 is besloten om het Save our Sisters Bangladesh project op de manier zoals in 2020 voort te zetten. Het opvanghuis functioneert goed en de noodzaak tot het doen van bevrijdingsacties is alleen maar groter geworden.

Voor het Save our Sisters India project is voor 2021 een aanvullend doel gekozen, namelijk hulp bieden aan meisjes die eerder al door Save our Sisters geholpen zijn maar nu door de Covid-19 crisis geen werk meer hebben en daardoor in grote moeilijkheden zijn gekomen. Daarmee lopen ze ook nog het risico weer in de prostitutie terecht te komen. Naar verwachting zullen zo'n 70 meisjes geholpen worden in 2021.

Opvang in Faridpur, Bangladesh.

Bijlagen.

Economische aspecten. >

Bestuur. >

Over dit verslag. >

Assurancerapport van de onafhankelijke accountant. >

GRI core tabel 2020. >

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 2019 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), Schelte Halma (Supply Chain & Logistiek) en André Unkel (ICT).

In de Raad van Commissarissen zaten eind 2020 de heer B. Roetert, de heer T.A. Rövekamp, de heer P. Saman en mevrouw T.A.J. Burmanje.

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 25% nog niet behaald.

Over dit verslag.

Informatieverzameling.
De informatie in het MVO verslag 2020 is verzameld door een team van mensen binnen Zeeman. Sinds 2008 stellen we dit rapport op deze manier samen.

Transparant zijn.
De directie van Zeeman wil transparant zijn over het MVO beleid. We vinden het belangrijk dat aandeelhouders, consumenten, politiek en medewerkers duidelijk inzicht krijgen in het beleid dat we voeren. Door die openheid kunnen belanghebbenden onze prestaties volgen en op een onderbouwde manier beoordelen hoe we het doen als organisatie.

Reikwijdte.
Dit MVO verslag is een jaarlijkse uitgave en beschrijft de activiteiten van Zeeman Groep B.V. op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het MVO verslag gaat over de periode van 1 januari 2020 tot en met 31 december 2020. Het vorige MVO verslag is in mei 2020 gepubliceerd. De reikwijdte van het verslag is Zeeman Groep B.V., gevestigd te Alphen aan den Rijn.

Assurancerapport van de onafhankelijke accountant

Aan: de directie van Zeeman Groep B.V.

Assurancerapport bij het maatschappelijk jaarverslag 2020

Onze conclusie

Op grond van onze werkzaamheden is ons niets gebleken op basis waarvan wij zouden moeten concluderen dat het maatschappelijk jaarverslag 2020 van Zeeman Groep B.V., niet in alle van materieel belang zijnde aspecten, een 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 2020, in overeenstemming met de Sustainability Reporting Standards van het Global Reporting Initiative (GRI) en de aanvullend gehanteerde verslaggevingscriteria zoals toegelicht in de paragraaf 'verslaggevingscriteria'.

Wat we hebben beoordeeld

Wij hebben het maatschappelijk jaarverslag 2020 van Zeeman Groep B.V. beoordeeld voor het jaar geëindigd op 31 december 2020.

Het maatschappelijk jaarverslag omvat een weergave van het beleid en de bedrijfsvoering van Zeeman Groep B.V., Alphen aan den Rijn (hierna: "Zeeman") ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen en van de gebeurtenissen en de prestaties op dat gebied gedurende 2020.

De basis voor onze conclusie

Wij hebben onze beoordeling uitgevoerd volgens Nederlands recht, waaronder de Nederlandse Standaard 3810N 'Assuranceopdrachten inzake maatschappelijke verslagen'. Deze beoordeling is gericht op het verkrijgen van een beperkte mate van zekerheid. 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 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.

Verslaggevingscriteria

Het maatschappelijk jaarverslag dient gelezen en begrepen te worden in de context van de verslaggevingscriteria. De directie van Zeeman is verantwoordelijk voor het selecteren en toepassen van deze verslaggevingscriteria, rekening houdend met de van toepassing zijnde wet- en regelgeving met betrekking tot verslaggeving.

De gehanteerde verslaggevingscriteria voor het opstellen van het maatschappelijk jaarverslag zijn de Sustainability Reporting Standards van Global Reporting Initiative (GRI) en de aanvullend gehanteerde verslaggevingscriteria. 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 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.

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

Verantwoordelijkheden voor het maatschappelijk jaarverslag en de beoordeling

Verantwoordelijkheden van de directie en de raad van commissarissen

De directie van Zeeman is verantwoordelijk voor het opstellen van betrouwbare en toereikende duurzaamheidsinformatie zoals opgenomen in het maatschappelijk jaarverslag in overeenstemming met de verslaggevingscriteria zoals toegelicht in de paragraaf 'verslaggevingscriteria', inclusief het identificeren van de beoogde gebruikers en het bepalen van materiële onderwerpen. De door de directie gemaakte keuzes ten aanzien van de reikwijdte van het maatschappelijk jaarverslag en het verslaggevingsbeleid zijn uiteengezet in de sectie 'onze stakeholders', 'materiële thema's' en 'begrippenlijst' 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 vennootschap ten aanzien van de duurzaamheidsinformatie zoals opgenomen in 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 voor de door ons af te geven conclusie.

De werkzaamheden die worden verricht bij het verkrijgen van een beperkte mate van zekerheid zijn gericht op het vaststellen van de plausibiliteit van informatie en variëren in aard en timing van, en zijn geringer in omvang, dan die bij een controleopdracht gericht op het verkrijgen van een redelijke mate van zekerheid. De mate van zekerheid die wordt verkregen bij beoordelingsopdrachten is daarom ook aanzienlijk lager dan de zekerheid die wordt verkregen bij controleopdrachten.

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 omgevingsanalyse 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 verslaggevingscriteria, 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 verslaggevingsprocessen die ten grondslag liggen aan het maatschappelijk jaarverslag inclusief het op hoofdlijnen kennisnemen van de interne beheersing, 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 op basis van deze risico-inschatting bepalen en uitvoeren van werkzaamheden gericht op het vaststellen van de plausibiliteit van het maatschappelijk jaarverslag. Deze werkzaamheden bestonden onder meer uit:
  - Het afnemen van interviews met het management (en/of relevante medewerkers) op groepsniveau verantwoordelijk voor de (duurzaamheids)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 bepalen van de aard en omvang van de uit te voeren beoordelingswerkzaamheden voor de groepsonderdelen en locaties. Bepalend hierbij zijn de aard, omvang en/of het risicoprofiel van de groepsonderdelen, locaties of de activiteiten;
  - Het verkrijgen van assurance-informatie dat het maatschappelijk verslag 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 presentatie, structuur en inhoud van het maatschappelijk jaarverslag.
- Het overwegen of het maatschappelijk jaarverslag als geheel het beeld weergeeft in relatie tot het doel van de gehanteerde verslaggevingscriteria.

Rotterdam, 1 juni 2021
PricewaterhouseCoopers Accountants N.V.

Origineel is getekend door mr. drs. J.A.M. Schrama RA

GRI core tabel 2020.

In 2020 is opvolging gegeven aan de materiële thema's die bepaald zijn tijdens de stakeholderdialoog eind 2018. Op de acht meest materiële thema's is verder beleid uitgestipppeld en zijn enkele relevante KPI's bepaald waarover we rapporteren. Voor de omissies in het verslag over 2019 zijn inmiddels ook KPI's bepaald.

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.	15, 50-52
102-9	Toeleveringsketen.	23-28
102-10	Significante veranderingen tijdens de verslagperiode wat betreft omvang, structuur, eigendom of toeleveringsketen.	4, 4, 17, 56
102-11	Toelichting over de toepassing van het voorzorgsprincipe door de verslaggevende organisatie.	6, 17
102-12	Extern ontwikkelde economische, milieu gerelateerde en sociale handvesten, principes of andere initiatieven die de organisatie onderschrijft of bekrachtigt.	29, 32, 40, 42
102-13	Lidmaatschap van verenigingen (zoals brancheverenigingen) en/of (inter)nationale belangenorganisaties.	20, 29
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, 27
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.	20
102-41	Percentage medewerkers dat onder een collectieve arbeidsovereenkomst valt.	60
102-42	Basis voor inventarisatie en selectie van belanghebbenden die moeten worden betrokken.	20
102-43	Benadering van het betrekken van stakeholders, waaronder de frequentie ervan per type en groep stakeholders.	20

Indicator.		Pagina.
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, 16, 20-21
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.	21
102-48	Het effect van eventuele actualisaties van in eerdere verslagen verstrekte informatie, en de redenen voor dergelijke actualisaties.	17
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.	66
102-54	Het gekozen applicatieniveau.	58
102-55	GRI-tabel.	58
102-56	Beleid en huidige praktijk met betrekking tot het verkrijgen van externe assurance voor het verslag.	56, 57

Specific standard disclosures.

Duurzame grondstoffen en materialen.

103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	21
103-2	Managementbenadering.	16, 41-43
103-3	Evaluatie managementbenadering.	21, 41-43
Zeeman indicator	% totaal duurzame materialen t.o.v. totale consumptie % Duurzaam katoen ingekocht door Zeeman leveranciers t.o.v. totale katoen consumptie.	62

Indicator.		Pagina.
Verpakkingsmateriaal en afval.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	21
103-2	Managementbenadering.	21, 45
103-3	Evaluatie managementbenadering.	21, 45
Afval	GRI 306-2: Totaalgewicht afval naar type en verwijderingsmethode.	61
Milieuvervuiling fabrieken.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	21
103-2	Managementbenadering.	16, 38-40
103-3	Evaluatie managementbenadering.	21, 38-40
Zeeman indicator	KPI: Aantal fabrikanten in het Verre Oosten en Turkije dat tenminste een wet processing unit gebruikt met een waterzuiveringssysteem (ETP efluent treatment plant)	62
Duurzame inkooppraktijken.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	21
103-2	Managementbenadering.	16, 34
103-3	Evaluatie managementbenadering.	34
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.	62
Veilige en gezonde arbeidsomstandigheden.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	21
103-2	Managementbenadering.	16
103-3	Evaluatie managementbenadering.	27-29
Occupational Health and Safety & Zeeman indicator	GRI 403-9: Work-related injuries. KPI: bedrijfsongevallenratio. % gecorrigeerde grote verbeterpunten Zeeman social audit.	60

Omissie MVO jaarverslag 2017/2018: de nadere onderverdeling naar regio en geslacht laten geen relevante verschillen zien ten opzichte van de samenstelling van het werknemersbestand van Zeeman.

Indicator.		Pagina.
Circulaire economie.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	21
103-2	Managementbenadering.	45-46
103-3	Evaluatie managementbenadering.	45-46
Recycling materials	KPI: % gerecycled afval.	61
Kinder en gedwongen arbeid.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	21
103-2	Managementbenadering.	16, 31, 32
103-3	Evaluatie managementbenadering.	31, 32
Zeeman indicator	KPI: % katoen van onze totale katoenconsumptie waarvan de toeleveranciers bekend zijn (zodat de herkomst te herleiden is).	62
Transparantie en traceerbaarheid in de toeleveringsketen.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	21
103-2	Managementbenadering.	16, 23-25
103-3	Evaluatie managementbenadering.	23-25
Zeeman indicator	% Verre Oosten en Turkije leveranciers waarbij onafhankelijke leveranciers audits zijn uitgevoerd.	62
Leefbaar loon.		
103-1	Beschrijving en afbakening materiële onderwerpen.	21
103-2	Managementbenadering.	16, 36, 37
103-3	Evaluatie managementbenadering.	36, 37
Zeeman indicator	KPI: % Verre Oosten en Turkije leveranciers waar het verschil tussen minimum, daadwerkelijke en leefbaar loon inzichtelijk is gemaakt.	62

Indicatoren overzicht.

In 2019 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.

	2016	2017	2018	2019	2020
Onze medewerk(st)ers					
Totaal aantal medewerkers	7.406	7.593	7.927	7.968	8.317
Nederland	3.491	3.425	3.505	3.518	3.632
België	1.504	1.629	1.615	1.593	1.682
Duitsland	909	865	826	747	708
Frankrijk	1.344	1.456	1.680	1.636	1.671
Luxemburg	69	62	64	71	67
Spanje	73	142	217	390	550
Oostenrijk	16	14	20	13	7
Gemiddeld aantal FTE´s [4]	5.635	5.868	6.019	6.067	6.247
Nederland	2.298	2.471	2.430	2.373	2.453
België	1.205	1.216	1.251	1.231	1.234
Duitsland	796	785	743	690	617
Frankrijk	1.211	1.223	1.368	1.435	1.459
Luxemburg	67	64	62	66	64
Spanje	43	97	151	260	412
Oostenrijk	15	12	14	12	8
Totaal aantal stagiaires	4.148	4.043	4.010	3.603	2.468
Nederland	1.625	1.512	1.307	1.149	850
België	540	630	759	831	668
Duitsland	1.166	1.128	1.192	1.052	724
Frankrijk	758	690	674	515	162
Luxemburg	40	32	31	14	8
Spanje	8	27	20	25	46
Oostenrijk	11	24	27	17	10

	2016	2017	2018	2019	2020
% fulltime	31,8	30,7	30,4	30,0	30,7
% parttime	68,2	69,3	69,6	70,0	69,3
% bepaald	39,5	39,7	39,6	38,9	38,5
% onbepaald	60,5	60,3	60,4	61,1	61,5
% medewerkers die vallen onder een cao	87,7	88,5	89,5	90,5	91,4
% medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt	1,5	3,2	2,7	2,5	2,4
% mannen in managementpositie (exclusief FB's) [2]	28,0	24,7	25,9	28,4	32,7
% vrouwen in managementpositie (exclusief FB's) [2]	72,0	75,3	74,1	71,6	67,3
Leeftijdsopbouw					
% 24 jaar en jonger	34,6	34,1	32,9	31,4	31,4
% 25-34	33,1	31,8	31,5	30,2	29,0
% 35-44	19,3	20,1	20,8	22,3	22,8
% 45-54	8,9	9,7	10,1	11,0	11,6
% 55 jaar en ouder	4,1	4,3	4,7	5,1	5,3
% ziekteverzuim [18]	5,58	6,04	6,51	6,80	6,97
Nederland	4,72	4,98	5,67	6,21	7,28
Belgie	5,68	5,99	5,94	6,13	5,97
Duitsland	6,44	7,63	7,18	8,61	7,36
Frankrijk	7,28	7,74	8,12	8,17	7,51
Luxemburg	5,31	6,31	5,82	5,88	7,54
Spanje	1,35	4,53	5,93	4,28	5,20
Oostenrijk	7,03	5,08	9,63	9,05	1,71
Bedrijfsongevallenratio	2,38	2,47	2,39	2,47	2,26
Aantal dodelijke ongevallen	0	0	0	0	0
Trainingsdagen/FTE [1]	1,03	1,36	1,04	0,93	0,66

	2016	2017	2018	2019	2020
Transport [7]					
Brandstofverbruik (liters/100km)					
Vrachtauto's	26,49	26,37	26,04	25,00	21,90
Personenauto's	5,42	5,82	5,78	5,77	5,56
Beladingsgraad zeecontainer (%)	64	64	62	62	75
Gem. CO_2-uitstoot per rolcontainer eigen- en extern transport (outbound) (kg) [19]	NB	NB	NB	11,5	15,3
Verpakkingen & Afval [6]					
Bedrijfsafval (kg)	821.569	807.312	712.987	701.256	592.532
Waarvan gevaarlijke stoffen	NB	NB	1,4%	0,2%	0,2%
Secundaire verpakkingen (kg)	4.588.300	4.670.900	4.802.330	4.766.060	4.364.320
Totaal gewicht afval (kg) [8]	5.409.869	5.478.212	5.515.004	5.467.316	4.956.852
% gerecyled	85	87	88	89	90
% verbranding afval met energie terug-winning	NB	13	12	11	10
% verbranding afval [5]	NB	0	0	0	0
Primaire verpakkingen (kg) [17]	2.186.016	2.304.913	2.251.675	2.407.729	2.086.606
Energieverbruik [9]					
Gasverbruik (m^3/m^2)					
Nederland [10]	15	14	14	12	11
België	15	15	13	11	10
Duitsland	21	22	21	20	17
Frankrijk [11]	14	15	25	NB	NB
Luxemburg	15	13	16	19	12
DC + servicekantoor	3	2	2	2	3
Elektriciteitsverbruik (kWh/m^2)					
Nederland	67	66	65	63	59
België	55	53	53	53	45
Duitsland	79	74	73	69	62
Frankrijk	88	98	100	72	68
Luxemburg	33	32	40	37	34
DC + servicekantoor	40	33	38	37	36
CO_2 footprint (tonnen) [9, 12]					
Scope 1/m^2 [13]	**24**	**22**	**29**	**21**	**20**
Gas- winkels Nederland	30	26	27	23	21
Gas- winkels België	31	28	25	21	19
Gas- winkels Duitsland	42	41	39	37	32
Gas- winkels Frankrijk [11]	27	28	47	NB	NB
Gas- winkels Luxemburg	30	24	30	36	23
Gas- DC + servicekantoor	6	5	5	4	5
Scope 1/netto omzet [7, 13]	9	9	8	7	6
Transport - vrachtwagens	8	7	7	6	5
Transport - personenauto's	1	1	1	1	1
Scope 2/m^2 [14]	**24**	**22**	**21**	**20**	**15**
Elektriciteit- winkels Nederland	27	29	28	27	33
Elektriciteit- winkels België	10	15	15	13	9
Elektriciteit- winkels Duitsland	37	46	46	56	38
Elektriciteit- winkels Frankrijk	5	6	6	6	3
Elektriciteit- winkels Luxemburg	13	12	16	15	15
Elektriciteit- DC + servicekantoor	16	15	9	16	20
Scope 3/netto omzet [15]	**45,32**	**45,62**	**33,31**	**35,69**	**23,72**
Zeevracht	25,40	26,43	11,90	15,52	8,53
Luchtvracht	NB	NB	0,79	0,35	0,93
Wegtransport derden [16]	0,35	0,57	3,40	1,97	0,38
Binnenvaart	0,64	0,56	0,45	0,38	0,46
Vliegreizen	0,52	0,63	0,47	1,56	0,11
Verpakkingsmaterialen	14,72	14,33	13,75	13,29	11,83
Papier	3,69	3,10	2,55	2,62	1,48

	2016	2017	2018	2019	2020
Inkoop					
% Verre Oosten en Turkije leveranciers waarbij onafhankelijke leveranciersaudits zijn uitgevoerd.	NB	84	94	100	100
% duurzaam katoen ingekocht door Zeeman leveranciers t.o.v totaal katoen consumptie. [19]	5,6	8,6	10,4	23,7	41,8
% van totaal duurzame materialen in kleding en textiel t.o.v. totale consumptie. [20]	NB	NB	NB	NB	29,3
% katoen van onze totale katoenconsumptie waarvan de toeleveranciers bekend zijn (zodat de herkomst te herleiden is). [20]	NB	NB	NB	NB	39,5
Aantal fabrikanten in het Verre Oosten en Turkije dat tenminste een wet processing unit gebruikt met een waterzuiveringssysteem (ETP, effluent treatment plant).	NB	NB	NB	NB	80,0
% gecorrigeerde grote verbeterpunten Zeeman social audit.	NB	NB	100	100	100
% fabrieken in het Verre Oosten en in Turkije waar het verschil tussen minimum, daadwerkelijk en leefbaar loon inzichtelijk is gemaakt.	NB	NB	NB	20	33
% van de inkoopwaarde bij de 50 grootste Verre Oosten en Turkije leveranciers.	NB	NB	NB	72	70
% van de inkoopwaarde van onze 50 grootste Verre Oosten en Turkije leveranciers waarmee we 5 jaar of langer samenwerken.	NB	NB	NB	86	93
% steekproeven gedaan in de rapportageperiode met een goed resultaat.	97	96	96	96	97
Aantal artikelen uit de verkoop.	22	15	17	19	3

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. Vanaf 2019 zijn we gaan rapporteren in kilogrammen. In 2018 was dit gerapporteerd in tonnen kilogram. Daarom is het getal voor 2018 aangepast.
3. De terreinwagens zijn niet meegenomen in de cijfers.
4. Conform voorgaande jaren zijn de gegevens van Spanje en Oostenrijk buiten beschouwing gelaten.
5. Groninger aardgas.
6. De nieuwe leverancier van gas in Frankrijk heeft de verbruiksdata niet tijdig kunnen aanleveren waardoor de gegevens niet gerapporteerd kunnen worden.
7. Over de cijfers van voor 2016 heeft alleen geen beoordeling plaatsgevonden.
8. Scope 1: deze bevat alle directe emissies die gegenereerd zijn door transportactiviteiten die de onderneming zelf uitoefent, met bronnen in eigendom of controle van de onderneming, zoals bijvoorbeeld het transport naar de winkels. Bij de CO_2-berekening 2017 zijn de conversiefactoren opgevraagd bij de leverancier en van www.co2emissiefactoren.nl voor transport (2017). De conversiefactor voor gas is voor alle landen gelijk.
9. 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 2017 zijn de conversiefactoren opgevraagd bij de leverancier, elk land heeft zijn eigen conversiefactor.
10. Scope 3: deze bevat alle overige indirecte emissies van derden zoals: zeevracht, luchtvracht, binnenvaart en vliegreizen. De CO_2-berekening is gemaakt volgens de uitgangspunten van het GreenHouse Gas Protocol (2016).
11. Over 2018, 2019 en 2020 is ook de emissie van luchtvracht meegenomen in de berekening. Er zijn geen cijfers bekend over 2016 en 2017.
12. 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 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 betreft een schatting op basis van data die is verzameld voor de laatste weken van 2018. De informatie over verdere distributie door derden, van de hubs naar de winkels, is niet beschikbaar.
13. 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.
14. In 2020 is er gerekend met een gewijzigde emissiefactor voor zeevracht waardoor een significante reductie te zien. De cijfers van voorgaande jaren zijn niet herzien.
15. Voor 2019 zijn in de berekening van de 'CO_2-uitstoot rolcointainer' niet alle gegevens meegenomen m.b.t. de externe exporteurs. Daarnaast zijn schattingen en aannames gedaan omtrent verbruik van vrachtwagens en CO_2-uitstoot per liter diesel (bron TTM.nl).
16. Onder 'goed' resultaat verstaan we dat er tijdens de steekproef geen gebreken zijn gebleken waardoor een (potentieel) veiligheids- en/of gezondheidsrisico kan ontstaan.
17. Met ingang van 2018 rapporteren we over geauditte leveranciers door onafhankelijke partij. Doordat deze gegevens voor 2017 niet zijn gemeten, zijn de cijfers van 2015 en 2016 niet opgenomen in de rapportage.
18. Vanaf 2020 wordt het ziekteverzuim per land opgenomen.
19. Sinds 2020 wordt in deze berekening naast het aandeel Better Cotton ook biologisch en gerecycled katoen meegenomen.
20. Sinds 2020 hebben we een nieuwe methodiek om de materialenconsumptie te berekenen. Over voorgaande jaren zijn geen cijfers bekend.

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.

Brand Asset Valuator.
De Brand Asset Valuator wordt gebruikt om het imago van een bedrijf te meten onder de Nederlandse consument.

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.

Mei 2021
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.