

HEMA roept hulp in van kinderen

07-10-2016 06:06



HEMA wordt steeds vaker een speelbal van maatschappelijke discussies. “De samenleving verruwt, mensen zijn steeds sneller ontevreden. Een merk als HEMA voelt dat meteen”, zegt ceo Tjeerd Jegen in het oktobernummer van RetailTrends.

HEMA gaat een raad van kinderen opstarten in samenwerking met de school IKC Noordrijk uit Amsterdam-Noord. “Al langer zijn wij op zoek naar nieuwe invalshoeken voor thema’s waar we zelf niet uitkomen,” bekennt Jegen. Hij refereert bijvoorbeeld aan de zwartepietendiscussie. Toen HEMA vorig jaar het uiterlijk van Zwarte Piet op productverpakkingen aanpaste, werden zelfs medewerkers bedreigd. Dit jaar ontstond er ook rond Pasen tumult.

Het bedrijf finetunet het dilemma voor de kinderen nog. “Maar de kern is: hoe kan HEMA positief bijdragen aan dit soort heftige discussies? Juist nu er steeds meer verschillende groepen mensen in onze samenleving bijkomen? Want kinderen polariseren niet, maar verbinden.”

Volgens Jegen past de raad van kinderen sowieso bij de cultuur van HEMA. Zowel klanten als medewerkers – overwegend millennials – vinden een duurzame koers heel belangrijk, weet hij uit onderzoeken. Voor de komende jaren schieten er nu al nieuwe, bredere dilemma’s door zijn gedachten, bijvoorbeeld gericht op de productieketen. “Wij zetten de raad van kinderen serieus in om betere beslissingen te nemen.”

Naast Jegen gaat ook manager corporate social responsibility Sanne Bogaarts van Lidl in RetailTrends 10 in op de toegevoegde waarde van een raad van kinderen. Daarnaast vertelt Laurentien van Oranje, directeur en oprichter van Missing Chapter Foundation, over de kansen van een raad van kinderen voor retailers. “Ze snappen de essentie van een merkidentiteit en leggen snel inconsequenties daarin bloot.” [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)