

Jumbo - Jumborapportage

- [Home](#)
- [Jaarverslag](#)
- [In cijfers](#)
- [Downloads](#)
- [Zoeken](#)

ContentOnderwerpen

Selecteer een jaar

2020

- [Corporate jaarverslag](#)

- [Voorwoord](#)
- [Kerngegevens](#)
- [Hoogtepunten 2020](#)
- [Omgeving](#)
- [Profiel](#)
- [Missie, visie en strategie](#)
- [Vier strategische speerpunten](#)
- [La Place](#)
- [Duurzame boodschap](#)
 - [Onze plaats in de keten](#)
 - [Duurzaamheidsthema's](#)
 - [Waardecreatiemodel](#)
- [Onze stakeholders](#)
- [Risicomanagement](#)
- [Corporate governance](#)
- [Vooruitblik 2021](#)
- [Bericht van de Raad van Commissarissen](#)

- [Jaarrekening 2020](#)

- [Overige gegevens](#)

Duurzaamheidsthema's

Vanuit verschillende invalshoeken werken we bij Jumbo aan de verduurzaming van onze bedrijfsvoering en ons assortiment. Door de marktontwikkelingen nauwgezet te volgen, kunnen we goed inspelen op wat er leeft in de maatschappij. We verduurzamen vanuit de basis en willen zo goed en zo veel mogelijk impact creëren. We werken aan duurzaamheidsthema's die niet alleen relevant zijn voor Jumbo, maar ook voor onze stakeholders. In het hoofdstuk Over dit verslag beschrijven we de (totstandkoming van de) materialiteitsmatrix en het proces naar een geïntegreerd verslag waarin we ons voorbereiden op een onafhankelijke accountantsverklaring bij de niet-financiële data. Meer informatie over onze duurzaamheidsthema's en prestaties is te vinden op [Jumborapportage.com](#).

Onze stakeholders hebben tien onderwerpen benoemd tot ‘hoog materiële thema’s’. Daarnaast hebben we zelf nog thema’s toegevoegd. Al deze thema’s zijn actueel, sluiten aan bij de speerpunten uit onze meerjarenstrategie en zijn door klanten, medewerkers en andere betrokkenen aangemerkt als relevant voor Jumbo. Op basis van dit stakeholderonderzoek hebben we de reeks materiële thema’s gekoppeld aan vijf overkoepelende focuspunten:

1. **Gezonder eten en leven**, lekker en gezond eten makkelijk bereikbaar maken voor iedereen.
 2.
 - Gezonde producten
 - Gezonde levensstijl
2. **Producten met zorg voor mens, dier en milieu**, betaalbaar voor de klant en haalbaar voor de boer.
 3.
 - Dierenwelzijn
 - Duurzame keten
 - Arbeidsomstandigheden in de keten
3. **Verminderen milieu-impact**, van het verminderen van voedselverspilling en verpakkingen tot een duurzame bedrijfsvoering.
 4.
 - Voedselverspilling
 - Verpakkingen en afval
 - Energie en emissies
4. **Leuke werkgever**, met een uitdagende, prettige en gezonde werkomgeving.
 5.
 - Diversiteit en inclusie
5. **Ondernemen in de samenleving**, lokaal betrokken en onderdeel van de samenleving.
 6.
 - Lokale betrokkenheid

1. Gezonder eten en leven

Gezonde producten

Bij Jumbo zijn we ervan overtuigd dat lekker en gezond eten niet ingewikkeld of duur hoeft te zijn. Die overtuiging zetten we met ons aanbod kracht bij. Bovendien helpen we onze klanten bij het maken van een gezonde keuze.

Hoe we te werk gaan Resultaten

Assortiment gezonder maken	<ul style="list-style-type: none">• Suikerreductie in o.a. drinkyoghurts, broodbeleg en slagerijproducten• Zoutreductie in o.a. kaas, drop en slagerijproducten.• Vetreductie in o.a. smeervetten en margarines.• Meer volkoren varianten, zoals vezelrepen in het ‘tussendoor schap’ nasimaaltijd met zilvervliesrijst in het ‘convenience schap’, volkoren een volkoren pitabroodje.
Klanten helpen met de basis	<ul style="list-style-type: none">• Uitbreiding groentepanel naar productgroepen convenience en maa• introductie vezelmeter op broodverpakkingen.• Voorbereidingen introductie Nutri-Score in 2021.• Introductie nieuwe huismerklijn Lekker Veggie met vega en vegan p

- Klanten bewuster laten drinken en ruim 6% minder kilocalorieën per verkocht t.o.v. 2019.



Gezonde levensstijl

Bij Jumbo willen we klanten helpen bij hun keuze voor een gezonde levensstijl. Dat doen we met advies en inspiratie omtrent gezonder koken en eten en meer bewegen. Daarnaast kiezen we zelf voor een verantwoord beleid ten aanzien van ongezondere producten.

Hoe we te werk gaan	Resultaten
Klanten helpen met de basis	<ul style="list-style-type: none"> • Met zogenoemde foodswaps klanten stimuleren bepaalde ingrediënten te vervangen. Te denken valt aan een pizzabodem van bloemkool of een vegetarische hamburger. • In 2020 hebben we weer actief deelgenomen aan de landelijke campagne voor vlees. • In ruim 400 Jumbo winkels bieden we gratis fruit aan voor kinderen om te stimuleren hiermee de consumptie van fruit. • We hebben in 2020 de Belgian Pledge ondertekend. We ondersteunen hiermee de richtlijnen in België voor verantwoorde reclame gericht op kinderen. • Jumbo is sponsor van het Koningsontbijt: een feestelijk en gezond ontbijt voorafgaand aan de jaarlijkse Koningsspelen voor 1,2 miljoen basisschoolkinderen. Het ontbijt geeft voldoende energie voor sport en spel en is in lijn met de richtlijnen van de Schijf van Vijf van het Voedingscentrum. Het partnership Koningsontbijt is tot en met 2021.
Gezonde levensstijl (op maat)	<ul style="list-style-type: none"> • In 2020 hebben we de toepassing van de Jumbo Foodcoach app een stap breder geïntroduceerd. Inmiddels is de app beschikbaar voor actief wielrennen, hardlopen en hockeyen. Voor 2021 is opnieuw de beschikbaarheid voorzien. • De sporters van Team Jumbo-Visma inspireren onze klanten om te kiezen voor een gezonde levensstijl. Zij doen dit met tips om meer te bewegen.

het delen van hun favoriete recepten. Begin 2020 hebben zij met een sociale media campagne over dit thema.

2. Producten met zorg voor mens, dier en milieu

Dierenwelzijn

Bij Jumbo vinden we het belangrijk dat de dieren waarvan onze vleesproducten, eieren en zuivelproducten afkomstig zijn een goed leven hebben of hebben gehad. We stimuleren het gebruik van keurmerken met specifieke criteria ten aanzien van dierenwelzijn.

Hoe we te werk gaan	Resultaten
Duidelijkheid via certificering	<ul style="list-style-type: none">• 99% van de kipproducten in ons huismerkassortiment is gecertificeerd conform het protocol van Jumbo voor Nieuwe Standaard Kip.• 83% van het varkensvlees in ons huismerkassortiment is minimaal Beter Leven keurmerk gecertificeerd.• 98% van de verse eieren zijn minimaal scharreleieren en 1 ster Beter Leven keurmerk gecertificeerd.• Tijdens Beter Leven Week inspireerden we klanten voor het maken van diervriendelijkere keuzes.
Verhogen van de standaard	<ul style="list-style-type: none">• Vanaf 2020 is Vroege voeding een verplicht onderdeel van het Nieuwe Standaard Kip (NSK) van Jumbo. Alle NSK kuikens krijgen bij het uitkomen van de eieren direct toegang tot water en voer.• In samenwerking met Seleggt is een aantal eierproducten geïntroduceerd waarvoor geen haantjes zijn gedood. De eieren zijn te herkennen aan het Respeggt logo.
In balans met milieudoelstellingen	<ul style="list-style-type: none">• Het Jumbo Huismerk zuivelaanbod met 1 ster Beter Leven keurmerk is in 2020 verder uitgebreid. Het gaat om literverpakkingen karnemelk, yoghurt en halve liters halfvolle melk. Het aandeel drinkzuivel met 1 ster Beter Leven keurmerk zoals weidemelk, Planetproof en Beter Leven Keurmerk 1* is in 2020 gestegen naar 80%.

Duurzame keten

Bij Jumbo zetten we samen met onze ketenpartners in op een productaanbod met een zo laag mogelijke impact op het milieu. Ook samenwerking met belangenorganisaties en keurmerkinstanties draagt bij aan een verantwoord aanbod in onze winkels.

Hoe we te werk gaan	Resultaten
Borgen in de keten	<ul style="list-style-type: none">• On the way to PlanetProof voor Nederlandse AGF: 100% in 2020.• GLOBAL G.A.P. voor verse Europese AGF: 100% in 2020.• SIFAV voor tropische groente- en fruitsoorten: 100% duurzame keten in Afrika, Azië en Zuid-Amerika.• Alle cacao, koffie en thee die verwerkt wordt in onze producten moet Fairtrade of UTZ/Rainforest Alliance gecertificeerd zijn. In 2020 is het geval voor 100% van ons assortiment.• 100% van alle vis, schelp- en schaaldieren zijn afkomstig uit een duurzame keten en op duurzame wijze gevangen of gekweekt. Het aandeel is in 2020 gestegen naar 80%.

Hoe we te werk gaan

Resultaten

	<p>keurmerk is in 2020 gestegen met 4% t.o.v. 2019. Dit komt deels voort uit de wijziging van de definitie: naast visproducten voorzien van het MSC of ASC keurmerk, tellen nu ook producten met een groen label de VISwijzer mee, alsmede producten met een aantoonbaar Fish Improvement Plan (FIP). Daarnaast verkopen we geen bedreigde diersoorten.</p> <ul style="list-style-type: none">• Voor alle private label producten geldt dat de verwerkte palmolie daarvan duurzaam gecertificeerd zijn volgens het 'Segregated' of Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO) systeem. Eind 2020 voldoet 95% van het aanbod aan de vereisten van de RSPO.• We streven naar zoveel mogelijk Round Table on Responsible Soy (RTS) gecertificeerde soja. Alle soja komt bij voorkeur uit Europa. Indien soja uit Latijns-Amerika of Azië komt, kiezen we voor RTRS, Regional Certification (Area) Mass Balance, of Pro Terra gecertificeerde soja. 85% van de producten met soja als ingrediënt voldoet hieraan.• 100% van de bloemen en planten is FSI gecertificeerd.• Alle rijstleveranciers zijn aangesloten bij Sustainable Rice Platform (SRP).• Het assortiment biologische huiskamerproducten is in de loop van 2020 uitgebreid met diverse soorten pasta en peulvruchten. Het totale aantal biologische producten onder het Jumbo Huiskamermerk is in 2020 gestegen van meer dan 430 producten (2019: 350).
Verder verhogen van de standaard	<ul style="list-style-type: none">• Introductie kroepoek op basis van garnalen uit Nederlandse waters met het MSC keurmerk en een MSC-gecertificeerde huiskamermerk visconserven.
(Inter)nationale samenwerking	<ul style="list-style-type: none">• Inmiddels is een BeeDeal gesloten met 34 fruit- en groentetelers en 14 andere telers nemen bij-vriendelijke maatregelen in hun bedrijven en op hun akkers, zoals het plaatsen van bijenhoeven, het inzaaien van bloemenmengsels op overhoekjes en kopakkers, de aanplant van bomen en heesters in de windkeringen en een bij-vriendelijk gewasbeschermingsmiddelen.



Dilemma

Bij het bewerkstelligen van een duurzame keten stuiten we soms op tegengestelde belangen, bijvoorbeeld op het vlak van dierenwelzijn. Wat goed is voor het dier, is immers niet per definitie goed voor het milieu. Denk bijvoorbeeld aan veevoer, mestproductie en leefruimte. We moeten hierbij steeds op zoek naar een redelijke balans tussen de verschillende belangen. Waar mogelijk maken we integrale, gebalanceerde keuzes.

Arbeidsomstandigheden in de keten

Bij Jumbo vinden we dat elke medewerker in de toeleveringsketens een prettige en gezonde werk- en leefomgeving verdient. Met verschillende initiatieven werken we aan verbetering van de arbeidsomstandigheden.

Hoe we te werk gaan	Resultaten
Borgen in de keten	<ul style="list-style-type: none"> In 2020 zijn trainingen gestart over ketens van specifieke producten gericht op inkopers en assortimentsmanagers van Jumbo. Deze worden in 2021 voortgezet. Op dit moment voldoet 95% van onze leveranciers aan de Jumbo Gedragscode Verantwoord Inkopen. Indien productie plaatsvindt in een hoog risicoland volgens het Business Social Compliance Initiative (BSCI), dan dient de leverancier te bewijzen dat hij een bewijsvoering een geldig auditrapport te verstrekken. Jumbo accepteert alleen geldige auditrapporten van de relevante instanties, zoals BSCI, Members Ethical Trading Audit), SA8000, ICS, SIZA, Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ en IMO. Op dit moment voldoet 99% van de leveranciers aan deze eis. De volgende hoog risicoproducten zijn voorzien van een extra productcertificering ingrediëntcertificering zoals UTZ/Rainforest Alliance of Fairtrade voor cacao en hazelnoten. Deze certificeringen zijn zichtbaar voor klanten. De certificeringen zijn op de verpakking en op de website www.jumbo.nl op de verpakking.
Verhogen van de standaard [Zie voor meer informatie ons mensenrechtenbeleid op Jumborapportage.com]	<ul style="list-style-type: none"> Fairfood en Jumbo hebben The Impact Institute de opdracht gegeven om in 2020 tijdens het oogstseizoen van mango's op twee kwekerijen een impact scan uit te voeren in lijn met de OECD Guiding principles on Business and Human Rights. In verband met de coronapandemie, een veelzame oogstperiode en lastig in contact komen met de juiste contactpersonen was het echter niet mogelijk geweest om de social impact scan op beide kwekerijen uit te voeren. Op een kwekerij is er bij een deel van het beoogde aantal werknemers geïnterviewd en daardoor was het wel mogelijk om een deelrapportage op te stellen. Jumbo koopt koffie in met een UTZ/Rainforest Alliance of Fairtrade certificering en met behulp van een impact assessment hebben we laten onderzoeken hoeverre deze standaarden in staat zijn te bewijzen dat de prestaties van de kwekerijen betaalt ook werkelijk leidt tot aantoonbare positieve Impact voor de werknemers in de ketens die verbonden zijn aan Jumbo koffie. Jumbo heeft het convenant Dutch Initiative on Sustainable Cocoa ondertekend. Binnen het IMVO-convenant voeren we een project uit waarbij het Nederlandse Sustainable Trade Initiative, ons ondersteunt. Hierbij zetten Nederlandse supermarktketens zich gezamenlijk in voor een leefbaar loon voor werknemers in de bananenteelt. Het streven is om uiterlijk in 2025 het gat tussen het gangbaar loon tot en met 75% te hebben vermindert. Er zijn twee social impact scans uitgevoerd in lijn met de OECD Guiding principles on Business and Human Rights in opdracht van Jumbo. De scans zijn uitgevoerd op twee rozenkwekerijen in Kenia. De resultaten geven een verwachting in termen van social impact. Opvallend is dat er geen melding van vorm of verdenking van seksuele intimidatie is op de kwekerijen.

Hoe we te werk gaan	Resultaten
	volgens het Impact Institute nog niet eerder voor gekomen. Jumbo de slag met de aanbevelingen in het rapport.
Transparantie	<ul style="list-style-type: none"> • Transparantie is onderdeel van onze aanpak om potentiële risico's in toeleveringsketens te signaleren en aan te pakken. Zo hebben we met onze interactieve wereldkaart de herkomst van risicoproducten en -inleveranciers inzichtelijk gemaakt.

3. Verminderen milieu-impact

Voedselverspilling

Wij richten onze keten zo in dat voeding zoveel mogelijk op de juiste plek terechtkomt. Daardoor hoeven we veel minder voedsel weg te gooien.

Hoe we te werk gaan	Resultaten
Optimalisatie van de keten	<ul style="list-style-type: none"> • Met het AGF programma optimaliseren we de processen rondom de winkel door frequentere controles en slimmere bestellingen. Dit resulteert in versere producten en voor minder voedselverspilling bij klanten. • In 2020 hebben we diverse testen uitgevoerd waaruit is gebleken dat koelwanden de meeste positieve effecten hebben op kwaliteit en houdbaarheid van onze producten. • Met ons geoptimaliseerde forecasting proces kunnen we nauwkeurigere besteladviezen geven. • Het voorkomen van derving is inmiddels een vast onderdeel van onze inwerkprogramma's. Ook schenken we meer aandacht aan de verpakkingen die relatief veel verspilling hebben. Zij krijgen begeleiding bij het verbeteren van de dervingsresultaten en het beter toepassen van kernprocessen.
Potentiële verspilling verwaarden	<ul style="list-style-type: none"> • Het Samen minder verspillen schap is in 2020 geïntroduceerd bij alle winkels. Verse artikelen met een houdbaarheidsdatum van deze laatste 10% worden tegen een gereduceerd bedrag van 0,50, 1 of 2,50 euro aan de klant aangeboden. Deze wijze zijn al meer dan 15 miljoen producten verkocht. • Ruim 430 Jumbo winkels en alle distributiecentra doneren aan voedselbanken in Nederland. In 2020 hebben we 1,5 miljoen producten gedoneerd. • Introductie Brood van brood waar we het retourbrood benutten om de dagvers brood van te bakken.
Klanten betrekken	<ul style="list-style-type: none"> • Tijdens de Verspillingsvrije Week hebben we klanten via allerlei kanalen geïnspireerd om te koken met restjes en geïnformeerd over het thuis bewaren van producten.

Verpakkingen en afval

Bij Jumbo zorgen we ervoor dat de milieu-impact van verpakkingen zo laag mogelijk is en dat ons afval zoveel mogelijk weer opnieuw als grondstof te gebruiken is.

Verpakkingen hebben in veel gevallen een belangrijke functie, bijvoorbeeld om de kwaliteit van producten te behouden en verspilling tegen te gaan. We geven de voorkeur aan

duurzamere materiaalsoorten, maar de meningen over duurzaam verpakken lopen nogal uiteen. Een ding is zeker: we moeten toe naar minder verpakkingsafval.

Hoe we te werk gaan	Resultaten
Slimmer verpakken	<ul style="list-style-type: none">• Minder, beter en meer dan verpakken. We hebben verschillende gezet om minder verpakkingsmateriaal te gebruiken, verpakkingen recyclebaar te maken en meer gerecycled materiaal te gebruiken. Voorbeelden:• In 2020 is het gewicht van onze herbruikbare shoppers met ruim 50% verminderd. Hierdoor besparen we 50.000 kg plastic per jaar. Bovendien passen er nu meer tassen in één doos, waardoor we ook minder verpakkingen gebruiken en zo 10.000 kg per jaar besparen.• De verpakkingen van de nieuwe Lekker Veggies lijn zijn verbeterd. Ze zijn 100% recyclebaar en bestaan voor 100% uit gerecycled materiaal. Bovendien is de kartonnen sleeve bijna gehalveerd en is gecertificeerd met het FSC label.• Het verpakkingsmateriaal voor de trays van vleeswaren is verminderd vanwege een aangepaste dikte van de folie. De trays hebben nu geen hoeken, waardoor 25% minder verpakkingsmateriaal nodig is. Dit bespaart bijna 65.000 kg materiaal per jaar.• De verpakking van flessen is omgezet van 4- naar 6-packs. Dit bespaart een besparing aan plastic van 15,5% of ruim 4.000 kg per jaar.• Onze bloemenemmers zijn dunner gemaakt.• De deksels bij zacht fruit en champignons zijn vervangen door tulpjes, wat bespaart 55.500 kg plastic.
Vergroten kennis	<ul style="list-style-type: none">• In 2020 hebben we een reeks workshops over verpakkingen gegeven voor onze medewerkers.• Ook zijn we met tools gekomen om het verduurzamen van verpakkingen te bevorderen, zoals de verpakkingscheck en impacttabellen.
Samen innoveren	<ul style="list-style-type: none">• De Proteus display voor promoties in elke winkel wordt vaker ingezet voor een reductie van 85% karton.
Afval verminderen	<ul style="list-style-type: none">• We zijn gestart met de voorbereidingen voor statiegeld op kleinverpakkingen dat op 1 juli 2021 ingaat.• Elke winkel is voorzien van een kartonpers, waardoor we efficiënter één baal kunnen samenvoegen en zo minder CO₂ uitstoten tijdens transport. We houden de foliestroom zo transparant en karton zo schoon mogelijk, zodat het beter te recyclen is.• Versleten vrachtwagenbanden worden verwerkt tot zogeheten rubber powders, waarmee nieuwe banden worden gemaakt.• Door de samenwerking met PeelPioneers kunnen we het afval van citruschillen in de Jumbo winkels hergebruiken. Zo hebben we 7 miljoen kg sinaasappelschillen apart ingezameld. Deze schillen worden verwerkt tot oliën die we gebruiken in het Jumbo Huismerk schoonmaakmiddel Van Schil tot Schoon.• In 2020 hebben we stappen gezet om al ons snijafval van onze bloembinderijen in te zetten als compost. Het afval wordt apart ingezameld en verwerkt tot nieuwe potgrond.

Hoe we te werk gaan

Resultaten

- Van ons Over-De-Datum-productenafval wordt 80% omgezet in



Energie & Emissies

Bij Jumbo streven we ernaar om de gehele keten op een klimaatbewuste en toekomstbestendige wijze in te richten. We willen het energieverbruik en de emissies in onze winkels en distributiecentra en tijdens het transport zoveel mogelijk beperken.

Hoe we te werk gaan

Resultaten

Energieverbruik transport en logistiek

- Uitbreiding bezorging met elektrische bakwagens.
- Sinds 2020 werkt ook de koeling in de elektrische vrachtwagen op elektriciteit, waardoor de vrachtwagen nu volledig elektrisch is.
- Eind 2020 zijn 15 Euro 5 bezorgbussen vervangen door schone exemplaren. Eind 2021 zijn alle Euro 5 bussen vervangen.
- Uitbreiding van het aantal lange zware voertuigen (LZV's) met 100%.
- De CO₂-uitstoot van onze transportmiddelen is gedaald met 8% door kortere afstanden en door een hogere beladingsgraad.

Verduurzaming huisvesting

- Voor ons geautomatiseerde distributiecentrum in Nieuwegein heeft Jumbo de hoogst mogelijke BREEAM ontwerpcertificaat voor duurzaamheid behaald. Het pand is daarmee het meest duurzame pand in zijn soort ter wereld.
- Ook het EFC in Bleiswijk heeft de hoogst mogelijke BREEAM ontwerpcertificaat.
- Energiebesparende maatregelen die we inzetten zijn bijvoorbeeld ledverlichting, zuinigere koelinstallaties, natuurlijke koudemiddelen en monitoring van energieverbruik in de winkels.

Duurzame energie

- Inmiddels liggen er ruim 55.000 zonnepanelen op de daken van winkels en distributiecentra.
- De energie die we inkopen bestaat voor 20% uit Europese wind

- Eind 2020 hadden 43 Jumbo locaties een warmtepomp.
- Het energieverbruik (MJ / M² VVO) was in 2020 (2.047) hoger dan in 2019 (2.038) wat grotendeels kan worden toegerekend aan een toename in elektriciteitsverbruik door ruimere openingstijden in de winkels. Het gasverbruik was 4% lager in 2020 doordat 2020 gemiddeld een kouder jaar was dan 2019.



4. Leuke werkgever

Diversiteit en inclusie

Bij Jumbo vinden we dat we van en voor iedereen zijn. Alle klanten en medewerkers moeten zich bij ons thuis voelen en zich kunnen herkennen in onze waarden.

Hoe we te werk gaan	Resultaten
Leidinggevendenden omarmen en ondersteunen een gelijkwaardige cultuur	<ul style="list-style-type: none"> • In 2020 is verder vormgegeven aan de dialoog over diversiteit en inclusie. Dit is breed in de organisatie besproken om de bewustwording te verhogen op het onderwerp. Zowel in Raad van Bestuur, Directie als senior management is de intentie om echt van en voor iedereen te zijn bekrachtigd.
Aantrekkelijk voor alle talenten	<ul style="list-style-type: none"> • We werken samen met statushouders in onze distributiecentra (DC Veghel en winkelcluster Utrecht). • We werken samen met ouderen (65+) in onze winkels in de omliggende regio's van Amsterdam. • Inzet van ruim 200 participanten in onze winkels en distributiecentra. • Het aantal medewerkers in vaste dienst is gestegen (+8%), terwijl het aantal hulpkrachten is gedaald; veel medewerkers in filialen zijn in vaste dienst geworden. Dit komt deels door aanpassingen als gevolg van de Arbeidsmarkt in Balans (WAB).

Samenwerken op basis van gelijkwaardigheid

- Eind 2020 bestond 30% van het seniormanagement bij Jumbo uit vrouwen. De Raad van Bestuur telt één vrouwelijk lid (25%). De Raad van Commissarissen is van samenstelling veranderd en telt nu één vrouwelijk lid (20%).

Klanten en medewerkers herkennen zich in onze communicatie-uitingen

- In 2020 hebben we de uitgangspunten van onze communicatie onder de loep genomen. Op basis van de uitkomsten hebben we onze communicatie zodanig aangepast dat we meer diversiteit uitstralen.

5. Ondernemen in de samenleving

Lokale betrokkenheid

Voor ons bij Jumbo is het vanzelfsprekend dat al onze winkels betrokken zijn bij wat er lokaal speelt. We dragen graag bij aan het prettiger maken van de buurten waarin we actief zijn.

Hoe we te werk gaan

Resultaten

Basis op orde

- Bijna 200 winkels hebben meegedaan aan de World Cleanup Day en hebben de directe omgeving een opruimbeurt gegeven.

Iedere dag betrokken

- Bij stadsleveringen in bijvoorbeeld Amsterdam worden elektrische bezorgwagens gebruikt om voor de buurt geen overlast te geven door lawaai of geluid of geur.

Steunen van passende initiatieven

Eenzaamheid

- Als aanjager van de Nationale Coalitie tegen Eenzaamheid dragen we ons steentje bij aan de strijd tegen eenzaamheid. Tijdens de Week tegen Eenzaamheid hebben we Klets pakketten geïntroduceerd. Daarmee kunnen mensen lekkere maaltijden te maken voor iemand die wel een kletspraakgebruiker is.
- In de Week tegen Eenzaamheid hebben we voor onze winkels een toolkit beschikbaar gesteld met tips om eenzaamheid te signaleren en te pakken. Ook leggen we uit hoe winkels in contact kunnen komen met andere coalities die strijden tegen eenzaamheid.
- Jumbo heeft in 2019 de Klets kassa in het leven geroepen, bedoeld om een extra contactmoment te creëren. In 2020 hebben we het aantal klets kassa's uitgebreid naar ca. 10 stuks. We verwachten dat dit aantal verder zal groeien na de coronapandemie bedwongen is.

Inspelen op lokale behoefte van de omgeving

- Winkels steunen lokale sportclubs, goede doelen en evenementen. Deze initiatieven strekken zich uit van statiegeldacties tot kledingcontingen bij winkels.
- In 2020 hebben we ook lokale spaaracties opgezet, bedoeld om klanten te sparen voor scholen en sportverenigingen in heel Nederland.
- Ook in tijden van corona zetten onze winkels zich extra in voor de lokale omgeving. Waren er bij verschillende Jumbo winkels tegoedbonnen te koop om lokale ondernemers te steunen tijdens de noodgedwongen sluiting. Klanten konden voor € 5,50 een bon met een tegoed van € 10 aanschaffen om deze te besteden aan een ondernemer naar keuze te besteden na de heropening. Om de lokale zorgmedewerkers van het Jeroen Bosch Ziekenhuis in 's Hertogenbosch te steunen, werden speciale boodschappenpakketten bedacht. Twee

dag konden zij de boodschappen afhalen bij een mobiel Pick Up. De pakketten bevatten producten voor drie maaltijden per dag gedurende tot drie dagen voor twee personen.

Voedselbanken

- Vanwege het annuleren van het jaarlijkse Koningsontbijt hebben we een bijdrage aan dit evenement gedoneerd aan de Voedselbank. Hiermee konden honderdduizenden producten en een cadeautje voor de circa 12.000 vrijwilligers.
- We hebben de campagne Stay safe en geef van de Voedselbank ondersteund met een eigen statiegeldactie.

Vorige

Volgende

[Home](#) [Jaarverslagen 2020](#) [Corporate jaarverslag](#) **[Duurzame boodschap](#)**

- **[Contact](#)**
- **[Over Jumbo](#)**
- **[Cookies & privacy](#)**
- **[Algemene voorwaarden](#)**

-
-