



# Impact Report 2025

*h* **HESSELINK**  
*Koffiebranders*

# Inhoud

- 3** Voorwoord
- 4** De cijfers van 2025
- 5** B Corp certificering
- 6** B Corp score
- 7** Hesselink Koffie Foundation
- 9** ESG doelen
- 10** ESG doelen: Environmental
- 11** Slimme energie
- 12** Walibi Holland
- 13** Van boon tot kopje: de reis van koffie
- 14** ESG: Social
- 15** Inspiratiedag
- 16** Partnerdag
- 17** Klantencase Rouwmaat
- 19** MVO
- 21** ESG-doel: Governance



# Voorwoord

**Bij Hesselink Koffiebranders geloven we in koffie met betekenis.**

Koffie die niet alleen smaakt, maar ook bijdraagt aan geluk, verbinding en een leefbare wereld.

2025 was een bijzonder jaar. We vierden ons 140-jarig bestaan én verwelkomden de vijfde generatie binnen ons familiebedrijf. Dat maakt mij trots en geeft vertrouwen in een toekomstbestendige koers, juist in een wereld die continu verandert.

Tijdens onze inspiratiedag namen we klanten mee in de realiteit van de koffieketen en de gezamenlijke verantwoordelijkheid om die duurzamer en eerlijker te maken. Want de uitdagingen blijven groot, van klimaatverandering tot prijsdruk. Tegelijkertijd blijven wij vooruitkijken. Zo zijn we goed voorbereid op de EUDR en behaalden we onze B Corp-certificering, een belangrijke stap in het meetbaar maken van onze impact.

We investeren in de toekomst, onder andere met de voorbereidingen voor ons energieopslagsysteem, en via de Hesselink Koffie Foundation, waar we met concrete projecten bijdragen aan betere omstandigheden voor koffieproducenten.

Na 140 jaar blijven we geloven in de kracht van samenwerking. En in een toekomst waarin elke kop koffie bijdraagt aan iets groters.

Dank je wel dat je daar samen met ons aan bouwt.

Met warme groet,

***Gerrit Hesselink***

Directeur Hesselink Koffiebranders



# De cijfers van 2025



Kopjes koffie verkocht

**36,5 miljoen**

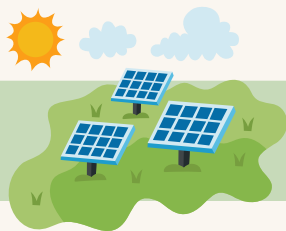
2024: 37,8 miljoen



Opgehaald koffiedik

**956 kilo**

2024: 700 kilo



Opgewekte stroom

**215.717 kWh**

2024: 198.194 kWh

Koffie  
certificeringen



RFA

**80%**

2024: 81,4%



Fairtrade

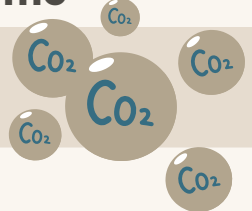
**20%**

2024: 18,6%

Co2 uitstoot per kg koffie

**0,9 kg CO2**

2024: 1,02 kg CO2



Veine thee certificeringen

Biologisch: 23%

Fairtrade Organic: 59%

2024: 18,6 % (B) en 57% (FTO)



Man/vrouw  
verhouding



Man

**71%**

2024: 72%



Vrouw

**29%**

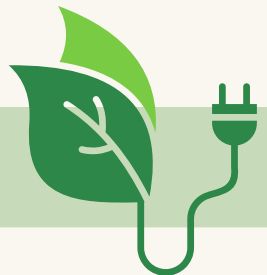
2024: 28%

Opgewekte biogas

**4.491 KG koffievliesjes**

**1.123 m3 BIO-gas**

2024: 4.576 KG | 1.144 m3



# B Corp Certificering

Met trots kunnen wij delen dat Hesselink Koffiebranders per oktober 2025 officieel B Corp gecertificeerd is. Een prestatie waar we trots op zijn, maar vooral ook een bewuste keuze. Wij geloven dat een sterk koffiemark niet alleen draait om kwaliteit en een gezonde bedrijfsvoering, maar ook om verantwoord ondernemen. Daarom stellen we mens, milieu en maatschappij centraal in de manier waarop wij werken.

## Wat is B Corp en waarom past het bij Hesselink?

B Corp is een internationaal erkende certificering voor bedrijven die voldoen aan hoge standaarden op het gebied van maatschappelijke impact, transparantie en duurzaamheid. Het is een onafhankelijke toets die laat zien dat je als organisatie niet alleen kijkt naar winst, maar ook naar de positieve bijdrage die je levert aan de wereld om je heen.

Voor ons is B Corp dan ook veel meer dan een keurmerk: het is een bevestiging van waar wij voor staan en een manier om onze impact niet alleen te communiceren, maar ook aantoonbaar te maken.

## Wat is B Corp en waarom past het bij Hesselink?

Het certificeringsproces heeft ons waardevolle inzichten gegeven. Door het verzamelen en analyseren van data zijn we bewuster geworden van onze processen en kregen we helder inzicht in hoe we scoren op de vijf impactgebieden: bestuur, werknemers, gemeenschap, milieu en klanten.

Deze inzichten helpen ons om gericht keuzes te maken en structureel te verbeteren. B Corp geeft ons daarmee niet alleen erkenning, maar ook een kompas voor groei: een duidelijk kader om onze ambities concreet te maken en meetbaar te versterken.



*“Niet alleen goed willen zijn in de wereld, maar ook voor de wereld”*

## Een certificering die ook onze klanten vooruithelpt

Ook voor onze klanten heeft deze certificering duidelijke meerwaarde. Het laat zien dat zij met Hesselink kiezen voor een koffiemark dat kwaliteit combineert met verantwoordelijkheid. Steeds meer organisaties en consumenten willen weten waar producten vandaan komen, hoe ze gemaakt worden en welke impact daarachter schuilgaat. Met onze B Corp certificering bieden we daarin transparantie en zekerheid: je kiest niet alleen voor smakvolle koffie, maar ook voor een organisatie die bewust onderneemt en continu werkt aan verbetering.

# B Corp Score

Om B Corp gecertificeerd te worden, is een minimale score van 80 punten nodig. Wij behaalden een eindscore van 89,1. Een resultaat waar we trots op zijn, maar dat we vooral zien als startpunt.

Ons doel is om te blijven groeien op de impactgebieden, zodat we bij een volgende hercertificering opnieuw laten zien dat we vooruitgang boeken en onze impact verder vergroten.

## Customers: 2,7

Met **2,7 punten** op Customers bevestigen we onze focus op het creëren van waarde voor klanten, met nadruk op betrouwbaarheid en kwaliteit. Deze score vormt een solide basis om verder te bouwen aan een klantbeleving die onze waarden weerspiegelt.



## Community: 30

Met **30 punten** op Community bevestigt Hesselink Koffiebranders onze maatschappelijke betrokkenheid en verantwoordelijkheid. Deze score is een solide basis om verder te bouwen en onze impact op mensen en maatschappij te blijven versterken.

## Environment: 20

Met een score van **20 punten** op het gebied van duurzaamheid tonen we onze inzet voor milieuvriendelijkheid, met ruimte voor verdere verbetering. Deze score vormt de basis voor toekomstige stappen om onze impact verder te vergroten.



## Governance: 14,4

Met **14,4 punten** op Governance tonen we focus op goed bestuur en transparantie. Deze score bevestigt dat we bouwen aan een solide basis voor de toekomst, waarbij duurzaamheid en maatschappelijke impact structureel zijn ingebed.



## Workers: 22

Met **22 punten** op Workers tonen we onze focus op goed werkgeverschap en een veilige, ontwikkelingsgerichte werkomgeving. Deze score is een basis om verder te groeien door te blijven investeren in onze mensen en samenwerking.

# Hesselink Koffie Foundation

Project Tumaini (Kilimanjaro Water & Food)

**Voor Hesselink Koffiebranders begint duurzaamheid bij de oorsprong. Daarom hebben wij via de Hesselink Koffie Foundation actief bijgedragen aan het project Kilimanjaro Water & Food for All, dat in 2025 succesvol is afgerond aan de voet van de Kilimanjaro in Tanzania. Wat daar is gerealiseerd, laat zien hoe gerichte investeringen in de koffieketen leiden tot tastbare impact voor mens én natuur.**

Samen met African Plantation Kilimanjaro Ltd., EFICO, de EFICO Foundation en de lokale coöperaties Kyumasha en Fonrwa is 210 hectare land geschikt gemaakt voor regeneratieve koffie- en maïsteelt.

Op 136 hectare koffieplantages is een modern irrigatiesysteem aangelegd dat traditionele, waterintensieve methoden vervangt. Nieuwe waterinfrastructuur, waaronder een waterinlaat op de Weruweru-rivier en sedimentatietanks, zorgt ervoor dat water slimmer, eerlijker en efficiënter wordt benut. Open greppels maakten plaats voor gesloten leidingen en druppelirrigatie, waardoor waterverlies drastisch werd teruggedrongen.

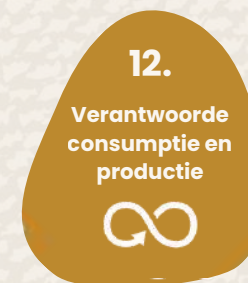
De resultaten zijn zichtbaar én meetbaar. Het watertransport werd 60–70% efficiënter, terwijl het totale waterverbruik met 70% daalde. Dankzij het gebruik van zwaartekracht nam het diesel- en elektriciteitsverbruik voor irrigatie met maar liefst 95% af.

Door herstelde bodemvruchtbaarheid en gerichte watertoevoer steeg de landbouwproductie op twee boerderijen met 50%. Wat eerder onproductieve grond was, draagt nu weer bij aan voedselzekerheid en inkomen.

Tegelijkertijd is geïnvesteerd in het herstel van het ecosysteem. In het Weruweru-stroomgebied zijn 2.024 inheemse bomen geplant, waarmee biodiversiteit wordt versterkt, CO<sub>2</sub> wordt vastgelegd en de natuurlijke waterbalans wordt ondersteund. In totaal profiteren 2.700 families direct van deze aanpak: via verbeterde oogsten, stabielere inkomens en trainingen in duurzaam waterbeheer.

Op dezelfde plantage wordt de koffie Tumaini geproduceerd, Swahili voor 'hoop'. Die naam symboliseert wat dit project voor Hesselink betekent: niet alleen hoogwaardige koffie met karakteristieke tonen van bessen, melkchocolade en tabak, maar vooral een keten waarin kwaliteit, klimaatverantwoordelijkheid en gemeenschapsontwikkeling hand in hand gaan. Met Kilimanjaro Water & Food for All laten we zien dat echte duurzaamheid begint bij partnerschap en eindigt bij blijvende impact.

Dit project draagt bij aan de volgende duurzame ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties, met een specifieke focus op de door onze organisatie geselecteerde SDG's:



# Hesselink Koffie Foundation

Project Honduras (Zero Carbon)

Hesselink Koffiebranders investeert via de Hesselink Koffie Foundation in toekomstbestendige koffieproductie in Honduras. Met het project zero carbon ondersteunen wij 360 koffieboeren en hun families bij de overgang naar klimaatvriendelijke en regeneratieve landbouw. Het project, met een budget van € 32.740, wordt uitgevoerd van juni 2025 tot juni 2027 in samenwerking met CAFICO en EFICO Central America/EFICO Foundation.

De aanpak start met een grondige inventarisatie per boerderij, waarbij zowel de CO<sub>2</sub>-uitstoot als de koolstofopslag in bomen en gewassen in kaart wordt gebracht. Op basis hiervan worden gerichte verbetermaatregelen doorgevoerd. Boeren implementeren agroforestry-systemen waarbij koffieplanten worden gecombineerd met schaduwbomen en andere gewassen. Deze werkwijze verhoogt de koolstofvastlegging en draagt bij aan een positieve koolstofbalans.

Daarnaast worden biologische en regeneratieve landbouwpraktijken toegepast. Dit leidt tot gezondere bodems, verbeterde waterretentie en een grotere biodiversiteit. De plantages worden hierdoor beter bestand tegen klimaatverandering en extreme weersomstandigheden.

De resultaten zijn zowel ecologisch als economisch van waarde. Boeren verbeteren hun opbrengsten en leveren koffie van hogere kwaliteit, wat hun marktpositie en inkomenszekerheid versterkt. Tegelijkertijd wordt actief bijgedragen aan klimaatmitigatie en herstel van lokale ecosystemen. Met dit project onderstreept Hesselink Koffiebranders dat duurzaamheid integraal onderdeel is van onze ketenverantwoordelijkheid.



Door te investeren in de oorsprong van onze koffie bouwen wij samen met onze partners aan een veerkrachtige, klimaatbestendige koffieketen. Dit project draagt bij aan de volgende duurzame ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties, met een specifieke focus op de door onze organisatie geselecteerde SDG's:



# ESG doelen

**Bij Hesselink Koffiebranders geloven we dat échte kwaliteit meer is dan alleen smaak. Het betekent ook: goed zorgen voor mens én milieu. Daarom staan onze ESG-doelstellingen, op het gebied van milieu, maatschappij en goed bestuur, centraal in ons beleid.**

Deze doelen sluiten naadloos aan bij de Sustainable Development Goals (SDG's) en vormen de basis van onze koers. Op dit moment werken we aan concrete ambities die bijdragen aan een eerlijke koffieketen én een toekomstbestendige organisatie.

Komend jaar scherpen we deze ESG-doelen verder aan. Zo vergroten we onze positieve impact, en blijven we bouwen aan een bedrijf dat goed doet, van boer tot barista.



# ESG: Environmental

Voor Hesselink Koffiebranders is zorg voor het milieu een integraal onderdeel van onze bedrijfsvoering en B Corp-ambitie. Wij nemen verantwoordelijkheid voor onze impact op klimaat, water, bodem en biodiversiteit – zowel binnen onze eigen organisatie als in de gehele koffieketen.

We meten en verminderen actief onze CO<sub>2</sub>-uitstoot, verduurzamen onze productie- en distributieprocessen en investeren in regeneratieve landbouw en biodiversiteitsherstel in de landen van herkomst. Zo werken wij continu aan een koffieketen die waarde creëert met respect voor natuurlijke hulpbronnen, vandaag én in de toekomst.

	Huidig	2026	2030
<b>Carbon footprint management</b> Voornamelijk scope 1, 2 en 3e missies die we uitstoten	2. Betrokken	3. Toegewijd	4. Geïntegreerd
<b>Environmental management</b> Monitoren van energieverbruik	1. Reactief	3. Toegewijd	4. Geïntegreerd



# Slimme energie

## EOS

**In 2025 hebben we een duidelijke keuze gemaakt: energieneutrale koffie niet alleen als ambitie opschrijven, maar als iets wat je in de praktijk kunt aanwijzen. Daarom investeren we in een EOS (energieopslagsysteem) in combinatie met een EMS (energiemanagementsysteem). Vanaf januari 2026 draait dit systeem volledig mee in onze dagelijkse operatie.**

Onze 850 zonnepanelen wekken ruimschoots groene stroom op. Tot nu toe was een deel van die opbrengst vooral afhankelijk van het moment: zon op het dak betekent niet automatisch energie op het juiste tijdstip in het productieproces. Met energieopslag verandert dat. We kunnen de stroom die we overdag opwekken bewaren en inzetten op het moment dat de productie daarom vraagt. Zo wordt koffie steeds vaker geproduceerd op onze eigen energie, in plaats van op stroom van het net.

Die stap gaat verder dan alleen slimmer omgaan met onze eigen opwek. Door lokaal op te slaan en te gebruiken, belasten we het elektriciteitsnet minder. In een tijd waarin netcongestie steeds vaker een praktische beperking is, helpt dit systeem om pieken op het net actief te vermijden. We gebruiken onze zonnestroom niet alleen efficiënter, we dragen ook bij aan een stabielere energievraag in de omgeving.

De aansturing gebeurt via AI, die het EOS aanstuurt met behulp van het EMS. Het systeem kijkt vooruit op basis van verwachte energievraag, zoninstraling en netbelasting. Als de belasting laag is, wordt energie opgeslagen. Op momenten dat de productie draait en de behoefte hoger is, zetten we die opgeslagen energie in. Zo ontstaat een proces dat automatisch meebeweegt met zowel onze operatie als de omstandigheden op het net.



Het resultaat: koffie met een minimale externe energievraag en een duidelijke stap richting energieneutraliteit. Met EOS en EMS benutten we naar verwachting 40–55% meer van onze eigen zonne-energie. Daarmee neemt onze afhankelijkheid van het elektriciteitsnet af, en komt energieneutrale koffie dichterbij als dagelijks uitgangspunt in plaats van een toekomstplan.

## E-tuk

**Onze service op locatie heeft een nieuwe look én een kleinere voetafdruk: de Piaggio is vervangen door een E-tuk.**

De Piaggio stootte 57 gram CO<sub>2</sub> per kilometer uit, terwijl de E-tuk geen CO<sub>2</sub>-uitstoot veroorzaakt. Daarmee maken we niet alleen een duurzamere keuze, maar geven we onze service ook een frisse, moderne uitstraling die past bij klanten die bewust willen kiezen. De koffie-ervaring blijft hetzelfde, alleen de impact erachter is een stuk lager.

# Walibi Holland

**Een goede kop koffie is voor Walibi meer dan een moment van genieten. Het is ook een kans om elke dag duurzamere keuzes te maken, samen met Hesselink Koffiebranders.**

De samenwerking draait daarbij niet alleen om goede koffie, maar vooral om een partner die past bij de koers die Walibi heeft ingezet: een park dat in 2030 volledig CO<sub>2</sub>-neutraal wil zijn voor alles wat we zélf uitstoten en gebruiken (scope 1 en 2). De tenderprocedure maakte al snel duidelijk dat Hesselink hierin meer biedt dan een productwissel: lokale productie, CO<sub>2</sub>-neutrale uitgangspunten, duurzame verpakkingen en volledige ketentransparantie vormen een stevige basis voor een toekomstbestendige samenwerking.

Walibi maakt leverancierskeuzes steeds vaker op basis van ESG-principes en kijkt daarbij nadrukkelijk naar de impact van partners. In dat proces maakte Hesselink het verschil met een aanpak die inzicht geeft van koffieboer tot koffiekopje. Deze transparantie helpt Walibi om duurzame keuzes beter te onderbouwen en sluit aan bij de bredere ambities van het park, aldus Olav Peek (Director Park Spending).

Een belangrijk speerpunt in Walibi's verduurzaming is afvalreductie. Het park werkt intensief aan het inzichtelijk maken én verminderen van afvalstromen, onder andere met rapportages en dashboards van afvalverwerker Remondis. Omdat afvalscheiding voor gasten niet altijd vanzelfsprekend is, investeert Walibi ook achter de schermen in betere processen, duidelijke containers en ondersteuning voor medewerkers om afvalstromen efficiënter te scheiden en verwerken.

Binnen deze aanpak draagt Hesselink concreet bij via het concept Wooden Cups in Walibi Village. In de 141 bungalows werd voorheen



vooral filterkoffie aangeboden, maar met nieuwe koffiemachines en wooden cups wordt nu gewerkt aan zowel kwaliteitsverbetering als minder plastic afval. Daarmee sluit de koffievoorziening beter aan bij een duurzamere “to go”-beleving.

Duurzaamheid zit daarnaast ook in de dagelijkse operatie. Walibi koos bij de overstap voor machines met een verdubbelde zetcapaciteit, waardoor er twee koppen tegelijk kunnen worden bereid. Dit draagt bij aan snelheid en gasttevredenheid, en biedt kansen om efficiënter om te gaan met energiegebruik tijdens piekmomenten. Ook efficiënt watergebruik blijft een aandachtspunt binnen het park en past binnen de bredere verduurzaming van faciliteiten.

De eerste ervaringen met de samenwerking zijn positief. De installatie van de machines verliep snel en soepel en medewerkers ervaren het gebruiksgemak als prettig, onder andere bij het opstarten en schoonmaken. Met Hesselink als partner zet Walibi met lokale productie, ketentransparantie, minder plastic en efficiëntere koffiemachines een volgende stap richting 2030.

# Van Boon tot Kopje: De Reis van Koffie

**De koffie in je kopje is bijzondere koffie. Jouw kopje koffie komt tot stand door het werk van veel mensen en processen, dat maken we graag zichtbaar. Door de QR-code op onze koffiezakken te scannen ontdek je de volledige reis van onze koffie: van het besje in de oorsprong tot in het kopje bij jou.**

Voor Hesselink Koffiebranders betekent "Geluk in je kop" een bijzonder koffiemoment dat verder gaat dan smaak alleen. Het draait om genieten, ontmoeten en even bewust stilstaan, mogelijk gemaakt door vakmanschap, duurzame keuzes en een eerlijke samenwerking met koffieboeren en partners in de hele keten.

## Zeebrugge: Van zee naar zintuigen

2.

Daarna gaan de bonen via importeur EFICO op transport naar magazijn SEABRIDGE in Zeebrugge. Dit magazijn is ontworpen volgens Green Building-normen, heeft klimaatgereguleerde opslag en gebruikt zonnepanelen. Dat verlaagt de CO<sub>2</sub>-uitstoot in opslag en handling.

4.

## Het geluk in jouw kop

Goede dingen vergen geduld, we laten de gebrande koffie nog even rusten in ons magazijn, dat komt de smaak en aroma's ten goede. Onze bezorgers brengen ze naar je favoriete horecapplek, je werk of gewoon bij jou thuis.

1.

## Land van herkomst: Waar de reis begint

De reis start in het land van herkomst. Daar werken koffieboeren aan een sterkere en eerlijkere koffieketen, met aandacht voor natuur en bodem. Als partner spelen wij daar ook een rol in.

3.

## Winterswijk: Ambacht van branden

De bonen uit Zeebrugge worden getest in ons lab en daarna langzaam gebrand voor de beste smaak. Melanges combineren koffies uit verschillende landen. Na het branden verpakken we de koffie meteen voor optimale versheid.



# ESG: Social

**Bij Hesselink Koffiebranders geloven we dat duurzaamheid niet alleen gaat over milieu en grondstoffen, maar vooral ook over mensen. Daarom vormt het onderdeel social een belangrijk onderdeel van ons ESG-beleid. Voor ons betekent dit dat we verantwoordelijkheid nemen voor de manier waarop we met collega's omgaan, hoe we samenwerken binnen onze keten en welke rol we spelen in de samenleving om ons heen.**

We willen een organisatie zijn waar mensen met plezier werken, zich kunnen ontwikkelen en zich gezien en gewaardeerd voelen. Tegelijkertijd vinden we het belangrijk dat onze keuzes en samenwerkingen bijdragen aan een eerlijke en sterke community, zowel lokaal als in de koffieketen. Dit vraagt om bewuste keuzes, transparantie en een aanpak waarbij we continu blijven verbeteren.

Met onze B Corp certificering is onze sociale impact bovendien meetbaar gemaakt. Het geeft ons waardevolle inzichten en een duidelijk kader om gericht te blijven bouwen aan goed werkgeverschap, maatschappelijke betrokkenheid en duurzame relaties met klanten en partners.

Daarnaast is er onlangs een medewerkerstevredenheidsonderzoek (MTO) uitgevoerd. In deze rapportage gaan wij hier verder en specifiek op in, omdat we het belangrijk vinden om de ervaringen en inzichten van onze medewerkers mee te nemen in onze verbeterpunten en toekomstplannen.

	Huidig	2026	2030
<b>Carbon footprint management</b> Voornamelijk scope 1, 2 en 3e missies die we uitstoten	1. Reactief	2. Betrokken	3. Toegewijd
<b>Environmental management</b> Monitoren van energieverbruik	3. Toegewijd	4. Geïntegreerd	4. Geïntegreerd
<b>Employee engagement</b> Betrokkenheid tussen werkgever en werknemer	2. Betrokken	2. Betrokken	3. Toegewijd

# Inspiratiedag

**In 2025 bestond Hesselink Koffiebranders 140 jaar. Een mijlpaal die we samen gevierd hebben met onze klanten en werknemers.**

## **Inspiratiedag: samen werken aan impact**

Bij Hesselink Koffiebranders geloven we dat verduurzamen niet iets is wat je alleen doet. Juist door kennis te delen, elkaar te inspireren en samen in gesprek te blijven, ontstaan de ideeën en samenwerkingen die écht het verschil maken. Vanuit die gedachte organiseerden we in 2025 een bijzondere Inspiratiedag: een moment waarop klanten, partners en relaties samenkwamen om vooruit te kijken naar de toekomst van koffie én de wereld daarachter.

## **Een bijzondere editie: 140 jaar Hesselink Koffiebranders**

De Inspiratiedag van 2025 had een extra speciaal karakter, want in dat jaar bestond Hesselink Koffiebranders 140 jaar. Een mijlpaal waar we met trots op terugkijken en die we graag samen wilden vieren met onze klanten, partners en relaties. Het was een mooi moment om stil te staan bij onze geschiedenis, de relaties die we hebben opgebouwd en de stappen die we door de jaren heen hebben gezet. Tegelijkertijd gaf deze dag ons ook energie om vooruit te kijken en samen te praten over wat er nodig is om de koffieketen verder te verduurzamen.

## **Inspiratie, verbinding en een blik op de keten**

Tijdens de Inspiratiedag stond één boodschap centraal: goed doen en goede koffie gaan hand in hand. De dag bood volop ruimte voor ontmoeting, gesprekken en nieuwe ideeën. Met inspirerende sessies en sprekers die onze bezoekers meenamen in thema's als duurzaam ondernemen, ketenverantwoordelijkheid en de rol van organisaties in maatschappelijke verandering. Zo gaf Pieter van Osch inzichten over hoe ondernemerschap en impact elkaar kunnen versterken. Ook werd er ingezoomd op de uitdagingen achter een kop koffie,



maar vooral ook op de kansen die er liggen om samen stappen te zetten. Dit soort gesprekken maakt duidelijk dat impact niet alleen zit in ambities, maar vooral in samenwerking en bewust kiezen.

## **Impactplein: duurzame initiatieven zichtbaar maken**

Een belangrijk onderdeel van de dag was het impactplein, waar duurzame initiatieven en organisaties samenkwamen en lieten zien welke innovaties en oplossingen bijdragen aan een toekomstbestendige koffieketen. Dit past bij onze overtuiging dat verduurzaming niet één route kent, maar juist ontstaat door samen te leren, te delen en te verbeteren.

## **Een dag die past bij wie we zijn**

De Inspiratiedag sluit naadloos aan bij onze missie: geluk in je kop, voor iedereen in de koffieketen – van boer tot eindgebruiker. Niet alleen door de koffie die we branden, maar ook door de verbinding die we creëren en de stappen die we samen zetten richting een eerlijkere en duurzamere keten. Want als we elkaar blijven inspireren, blijft “geluk in je kop” ook morgen vanzelfsprekend.



# Partnerdag

**We wilden ons 140 jarige jubileum niet alleen vieren als bedrijf, maar juist ook samen met de mensen die elke dag bijdragen aan Hesselink: onze collega's. Daarom hebben we een partnerdag georganiseerd, waarbij medewerkers samen met hun partner werden uitgenodigd bij Hesselink Koffiebranders. Een moment om stil te staan bij het jubileum én om iets terug te geven aan het personeel.**

## **Een kijkje achter de schermen**

Tijdens de partnerdag kregen collega's en hun partners een kijkje achter de schermen met een rondleiding door het bedrijf. Ook was er volop ruimte voor gezelligheid: er werden spelletjes gespeeld, we hebben samen gelachen en natuurlijk hebben we lekker met elkaar gegeten. De dag zorgde voor een ontspannen sfeer en bracht collega's op een andere manier met elkaar in contact, wat zichtbaar heeft bijgedragen aan nog meer verbinding binnen het team.

## **Aandacht voor duurzaamheid**

Ook duurzaamheid past bij deze dag: aandacht voor mensen, betrokkenheid en samen bouwen aan een organisatie die sterk blijft voor de toekomst. Want duurzaam ondernemen betekent voor Hesselink óók zorgen voor een fijne plek om te werken, waar waardering en samenwerking centraal staan.

# Klantencase Rouwmaat

**Rouwmaat en Hesselink Koffiebranders werken sinds 2013 samen vanuit één gedeelde overtuiging: duurzaamheid is pas waardevol als het zichtbaar is in de praktijk én aantoonbaar resultaat oplevert.**

Naast de gezamenlijke focus op circulariteit en impact, levert Hesselink inmiddels al 13 jaar koffie aan Rouwmaat en haalt Rouwmaat al 13 jaar het afval bij Hesselink op, naar volle tevredenheid. Juist doordat de één sterk is in logistiek, inzameling en verwerking van stromen, en de ander in een productieproces waar kwaliteit en verantwoordelijkheid samenkomen, versterken ze elkaar. De samenwerking draait niet om grote woorden, maar om keuzes die je kunt meten en herhalen.

## **Nuchtere blik op verantwoordelijkheid**

Wat hen hierin vergelijkbaar maakt, is hun nuchtere blik op verantwoordelijkheid. Beide bedrijven geloven dat verduurzamen niet draait om grote woorden, maar om doen: verbeteren, testen, bijsturen en vooral volhouden. Juist doordat Rouwmaat sterk is in logistiek, inzameling en het verwerken van stromen, en Hesselink Koffiebranders duurzaamheid verweeft in een productieproces waarin kwaliteit centraal staat, sluiten hun werelden naadloos op elkaar aan. Het resultaat is een samenwerking die werkt omdat die meetbaar en herhaalbaar is.

## **Zichtbaar effect in de regio**

Dat effect is vooral zichtbaar in de regio, waar beide bedrijven stevig geworteld zijn. Ze werken met lokale mensen, leveranciers en klanten, waardoor de keten kort blijft en de impact beter te volgen is. Die regionale verbondenheid maakt het eenvoudiger om samen stappen te zetten: verbeteringen kunnen sneller worden



*“Wij doen het niet voor de vlag, maar het moet ook effect hebben.” – Jos Rouwmaat*

Doorgevoerd en blijven overzichtelijk. Ook op de lange termijn sluiten Rouwmaat en Hesselink Koffiebranders op elkaar aan. Binnen Rouwmaat zie je dit terug in het vasthouden van kennis en vakmanschap. Veel medewerkers blijven langdurig verbonden aan het bedrijf, wat zorgt voor stabiliteit en continuïteit. Daarmee vormt duurzaamheid niet alleen een onderwerp van samenwerking, maar ook een manier van werken: lokaal, betrouwbaar en gericht op blijvend resultaat.

# Klantencase rouwmaat

## Kern van de samenwerking

De kern van de samenwerking met Hesselink ligt in circulariteit: het zó organiseren van reststromen dat zij opnieuw worden ingezet als waardevolle grondstoffen. Rouwmaat heeft daarin een infrastructuur opgebouwd waarin veel verschillende stromen gescheiden kunnen worden ingezameld en verwerkt, met als doel zo hoogwaardig mogelijk hergebruik of recycling.

Dat sluit aan op de vraagstukken binnen een productieomgeving zoals die van Hesselink, waar stromen ontstaan die je liever niet als "afval" beschouwt, maar als materiaal met potentie.

## Nieuwe bestemming koffieresten

Een concreet voorbeeld is de verwerking van koffiereststromen. De vliezen die vrijkomen bij het branden van koffie worden via Rouwmaat afgevoerd naar de biovergister in Wilp. Daar krijgen ze een nieuwe bestemming in de vorm van biogas en compost.

Zo blijft de waarde van de reststroom behouden en wordt de impact van de keten verkleind, zonder dat dit extra complex hoeft te zijn in de dagelijkse operatie.

## Samenwerking in de bouw

De samenwerking heeft bovendien al eerder vorm gekregen in de bouw. In 2019 leverde Rouwmaat beton voor het BREEAM-pand van Hesselink. Daarmee werd de link gelegd tussen circulaire bouwmaterialen en een duurzame huisvesting van een productiebedrijf.

Het laat zien dat de samenwerking niet op één project leunt, maar meebeweegt met wat er op dat moment nodig en mogelijk is.



## De stap naar Beter inzicht

Wat de samenwerking de komende periode extra betekenis geeft, is de stap naar betere inzichtelijkheid. Rouwmaat werkt aan een verdere professionalisering van impactmeting. Per klant worden gewichten per afvalstroom al nauwkeurig geregistreerd. De volgende stap is het ontwikkelen van een rekentool die per afvalstroom ook de CO<sub>2</sub>-impact inzichtelijk maakt. Met de overstap naar een nieuw ERP-pakket wordt de rapportage uitgebreid: niet alleen kilo's, maar ook de klimaatimpact wordt onderdeel van de dienstverlening.

Voor Hesselink is dat waardevol omdat het helpt om duurzaamheidskeuzes beter te onderbouwen richting klanten en stakeholders.

# MVO

**Bij Hesselink Koffiebranders vinden we het belangrijk dat onze impact verder reikt dan onze eigen organisatie. We streven ernaar om niet alleen waarde te creëren voor onze klanten, maar ook bij te dragen aan een samenleving waarin iedereen mee kan doen. Daarom zijn wij trots dat we in 2025 verschillende maatschappelijke initiatieven hebben kunnen ondersteunen.**

**In 2025 is er in totaal € 8.714,86 (lokaal) gedoneerd aan maatschappelijke doelen.**

## **Productdonaties aan Stichting Present**

Naast financiële bijdragen hebben wij in 2025 ook producten gedoneerd, waaronder 2 Pixie's, aan de Haring party. De Pixie's zijn geveild en de opbrengst hiervan is naar Stichting Present gegaan. De totale opbrengst van de Haring party was **€5.000,-**.

Stichting Present ondersteunt mensen die extra hulp kunnen gebruiken, bijvoorbeeld door armoede, eenzaamheid of andere kwetsbare omstandigheden. Vrijwilligers organiseren activiteiten die draaien om persoonlijke aandacht en gelijkwaardig contact.

Daarnaast biedt Present ook praktische ondersteuning, zoals hulp bij opruim- en kluswerkzaamheden. In samenwerking met lokale organisaties zorgen zij ervoor dat hulp terechtkomt waar deze het hardst nodig is.

## **Bijdrage aan Stichting Sport-Z**

Een van de bijdragen betrof een donatie van **€ 2.500** aan Stichting Sport-Z. Deze cheque konden wij overhandigen dankzij de opbrengst van de verkoop van het Quinten Art servies uit onze Meaningful Art-servieslijn.

Sport-Z zet zich in voor het stimuleren van beweging, plezier en persoonlijke ontwikkeling bij mensen binnen specifieke doelgroepen. De stichting biedt activiteiten die aansluiten op de mogelijkheden en uitdagingen van de deelnemers en draagt daarmee bij aan zelfvertrouwen, sociale verbinding en succeservaringen. Dit zijn aspecten die niet voor iedereen vanzelfsprekend zijn binnen het reguliere aanbod.



# Medewerkers

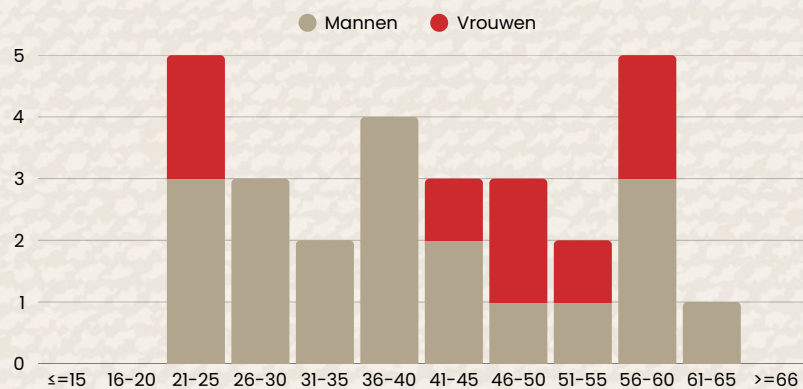
Hesselink Koffiebranders vindt het belangrijk dat iedereen in de koffieketen het geluk in de kop ervaart. De medewerkers van Hesselink Koffiebranders zijn een zeer belangrijke schakel hierin.

## Medewerkerstevredenheidsonderzoek

In 2025 heeft er een medewerkerstevredenheidsonderzoek plaatsgevonden, waarbij medewerkers een volledig anonieme vragenlijst met 11 vragen hebben ingevuld. Deze vragen waren onderverdeeld in vier verschillende onderdelen. Het onderzoek resulteerde in een gemiddelde score van 7,8.

## Zelfstandig en doordacht handelen

De gemiddelde leeftijd van onze medewerkers is 41 jaar. Dat is een mooie balans: voldoende werkervaring om zelfstandig en doordacht te handelen, terwijl de organisatie tegelijk profiteert van frisse ideeën en leergierigheid. Deze mix zorgt voor stabiele teams, goede kennisoverdracht en een cultuur waarin mensen elkaar versterken in plaats van vervangen. Dat draagt bij aan continuïteit én duurzame inzetbaarheid op de lange termijn.



# ESG: Governance

**Goed bestuur vormt de basis van onze duurzame ambities. Vanuit onze ESG-strategie en B Corp-principes verankeren wij sociale en milieudoelstellingen in onze bedrijfsvoering, besluitvorming en prestatiebeoordelingen, met heldere verantwoordelijkheden en transparante rapportage.**

Hesselink Koffiebranders staat voor transparantie, ethisch handelen en duidelijke verantwoording over onze impact. Wij rapporteren actief over onze voortgang, betrekken stakeholders bij onze keuzes en zorgen ervoor dat duurzaamheid niet alleen een ambitie is, maar structureel onderdeel van onze governance en dagelijkse praktijk.

	Huidig	2026	2030
<b>Management of Material Social and Environmental issues</b> Managen van identificering, metingen en beheren van de belangrijkste sociale- en milieukwesties	2. Betrokken	3. Toegewijd	4. Geïntegreerd
<b>Ethics policies and practices</b> Ethische beslissingen nemen en preventie van corruptie	1. Reactief	2. Betrokken	3. Toegewijd
<b>Integration of ESG strategy</b> Integratie van ESG in onze bedrijfsvoering	1. Reactief	3. Toegewijd	4. Geïntegreerd



**h** **HESELINK**  
*Koffiebranders*

**- HET GELUK IN JE KOP -**

Koffiebranderij J.W. Hesselink & Zn. B.V.  
Rondweg Zuid 95, 7102 JD Winterswijk, +31 (0) 543 51 24 16  
info@hesselinkkoffie.nl, hesselinkkoffie.nl



BIJ KONINKLIJKE BESCHIKKING  
HOFLEVERANCIER