

Hesselink Koffie

Al 130 jaar koffiekunstenars



Het fundament van Hesselink Koffie is in 1885 gelegd. J.W. Hesselink begon toen een winkel in koloniale waren zoals, peper, zout, koffie en thee. De koffie van Hesselink ging ongemalen in grote zakken naar kruidenierswinkels en andere verkopers in Oost-Nederland. In de jaren 30 legde Hesselink zich steeds meer toe op het produceren van koffie en werd ook voorverpakte en voorgemalen koffie verkocht. Na de Tweede Wereldoorlog moesten de kleine kruideniers plaatsmaken voor supermarkten. Hesselink Koffie schakelde bijtijds om en ging koffie produceren voor de horecasector. Vanaf de jaren 80 profileerde de koffiebrander zich als leverancier van een totaalconcept op het gebied van koffievoorzieningen.

Ambachtelijk

In 1983 nam Gerrit Hesselink de zaak over en in de loop der jaren heeft Hesselink Koffie haar werkveld verbreed van regionaal opererend naar landelijk opererend. “De doelgroep is de out of home-markt: horeca en bedrijven”, vertelt Hesselink. “Middels de kwaliteit van onze koffie hebben we een naam opgebouwd. We zijn minder bekend bij de consument omdat we onze koffie niet in de supermarkt verkopen. Maar men komt ons met enige regelmaat wel tegen in de horeca.”

Hesselink Koffie is geen heel groot bedrijf. “We zijn een middelgrote, ambachtelijke koffiebrander, of een kwaliteitsbranderij zoals we dat zelf graag noemen. Kwaliteit is natuurlijk een rela-

tief begrip, maar technisch weet ik dat wij goede koffies inkopen. Dit leveren wij, in combinatie met een totaalconcept, aan onze klanten en eindgebruikers.”

Totaalconcept

Het totaalconcept van Hesselink Koffie beslaat alles wat maar met koffie te maken heeft. Hesselink: “Wij begeleiden de klanten in het hele traject. Van koffie tot machine en van kop en schotel tot de suiker aan toe.” Nieuwe klanten van Hesselink Koffie worden ontvangen in het Coffee Coaching Center. “We gaan met de klant om tafel en bekijken de verschillende opties. Wat wil de klant? Wat voor een bedrijf heeft de klant? Horeca of kantoor? Gedurende dat gesprek komen we achter de wensen van de klant. Is dat

Het drinken van een goede kop koffie is een verrijking van het dagelijkse leven. Het is een moment van genieten, van rust of juist nieuwe energie op doen. Koffie wordt niet voor niets 'de zwarte motor' genoemd. De redactie van Oost-Gelderland Business toog naar Winterswijk en schoof, uiteraard onder genot van een heerlijke kop verse koffie, aan tafel bij Gerrit Hesselink, vierde generatie koffiebrander en directeur bij Hesselink Koffie.



kwaliteitskoffie? Of juist "snelle" koffie? Op die manier komen we tot een oplossing, dan weten we welke koffie de klant wil en welke machine daar het beste bij past."

Voor horecaondernemers is het mogelijk om trainingen te volgen. Hesselink: "Wij nodigen de ondernemer en zijn personeel dan hier uit om ze een koffietraining te geven. Dat is een stukje theorie, maar ook praktisch zoals het maken van een goede ristretto of cappuccino. Maar ook waar je op moet letten bij het afstellen van de machine."

Kwaliteit

De kwaliteit van koffie is niet veranderd. De kwaliteitsbehoefte van de koffiedrinker echter wel. Die trend is langzaam

begonnen in 2001, toen de eerste Senseomachines op de markt verschenen. Die trend trekt volgens Hesselink door naar de werkvloer. "De koffie die men thuis drinkt is kwalitatief een stuk beter dan 10 jaar geleden. En het niveau is met de komst van koffiecapsules alleen maar hoger geworden. Thuis drinkt men gemiddeld al een goede kop koffie, dus alles wat buiten de deur wordt gedronken moet minimaal gelijkwaardig zijn. En dat kunnen wij bieden."

Bruin water

Mede door deze ontwikkeling zit de grootste groei voor Hesselink in de bedrijven- en instellingenmarkt. "Vroeger lag de focus voornamelijk op de horeca, maar het bedrijfsleven gaat voor ons een steeds

belangrijkere rol spelen. Deze verschuiving van de koffiekwaliteit zien we nu ook op de werkvloer. Men wil niet meer worden afgescheept met een kopje bruin water. Maar ook de ontwikkelingen op het gebied van Het Nieuwe Werken dragen er aan bij dat men een goede kop koffie steeds meer gaat waarderen op de werkvloer en daar kunnen wij Hesselink Koffie over meedenken. Welk type machine nu het beste bij een bepaald soort bedrijf past, de plaatsing van de machine en natuurlijk de ruimte er omheen. We hebben een groot aantal klanten die echt bewust voor ons totaalconcept hebben gekozen. Voor hen is het de combinatie van de kwaliteitskoffie, het familiebedrijf en het hofleverancierschap." ■