SUSTAINABILITY REPORT 2025

Voorwoord 3

Over Hogewoning 4

Zo creëren wij waarde 12

Trends en ontwikkelingen in de markt 16

Stakeholderanalyse & materialiteit 19

In gesprek met de directie 22

SDG's 24

Investing in the future 26

Innovatief bouwen voor een energiezuinige toekomst 27

Strategie en waardecreatie 28

People: 'de mens centraal' 30

Planet: 'De keuzes die we nu maken, hebben direct invloed op de wereld van morgen' 34

Prosperity for All: 'Giving back from a solid base' 39

Governance 41

Duurzaamheidsverklaringen 44

Dataoverzicht 45

VOORWOORD

Hogewoning Sustainability: Investing in the future

"Be our guest", hiermee verwelkomen wij onze bezoekers en onze klanten. Waarbij wij ook maar al temeer beseffen dat ook wij te gast zijn en de verantwoordelijkheid hebben om onze wereld op een goede manier door te geven aan de volgende generaties. Dat is in de kern wat sustainability voor ons betekent. Dit heeft dan ook direct invloed op de keuzes die we maken, op onze bedrijfsvoering in het geheel, van productontwikkeling tot transport, van wetgeving tot social compliance.
In dit Sustainability Report delen we met u onze visie, hoe deze is verankerd in de strategie, in de keten en de feitelijke meetbare ESG-resultaten van 2025.

Terugblik op 2025

De wereld stond op z'n zachtst gezegd niet stil in 2025. Door geo-politieke spanningen en conflicten stond de internationale handel onder druk. Een aanzienlijke impact op de logistieke keten en kostenstructuur, een blijvende uitdagende context. Zo leidde de dynamiek op de wereldmarkt, mede als gevolg van verhoogde Amerikaanse invoerheffingen, tot stijgende transporttarieven. Daarnaast namen transitietijden toe doordat containerschepen genoodzaakt waren alternatieve vaarroutes te kiezen, wat directe gevolgen had voor zowel planning als kosten.

Ook dichter bij huis ondervonden we verstoringen. Congestie in de haven van Rotterdam, gevolgd door stakingen, zorgde voor verdere vertragingen in de afhandeling van goederenstromen. Onstuimige weersomstandigheden, waaronder sneeuwval en harde wind, versterkten deze effecten en droegen bij aan operationele onzekerheid.

Desondanks is consequent gefocust op de factoren die wél beïnvloedbaar waren, met een doelgerichte inzet op continuïteit, efficiëntie en het beperken van risico's binnen de keten. We zijn trots en dankbaar op wat we als team hebben bereikt, de focus is scherp en de mate van flexibiliteit is hoog. De fundamenten van onze organisatie zijn versterkt, fundamenten waar sustainability volledig in is geïntegreerd.

2025 is het jaar waarin de totale borging voor social compliance middels de Amfori BSCI en de Hogewoning Suppliers Code of Conduct is gerealiseerd. Mensenrechten zijn tenslotte niet onderhandelbaar.

Het is ook het jaar van de lancering van onze virtuele showroom voor internationale klanten. Via deze weg hebben we klanten mogen ontvangen van Curaçao tot Japan, van IJsland tot Zuid Spanje. We mogen ons preferred supplier noemen van diverse internationale retailers en onze producten zijn in meer dan 10.000 winkels te vinden.
Tot slot is de traditioneel gedrukte catalogus vervangen door een digitale catalogus. Geen papier, geen verspilling, sneller, slimmer en bovenal duurzamer. Met daarbij voor onze klanten altijd de meest actuele collectie.

Vooruitblik op 2026

In 2026 bestaat Hogewoning 100 jaar! Een geweldig jubileum wat we gaan vieren in ons nieuwe duurzame pand. (hierover leest u meer verderop in dit report). We gaan met vertrouwen voort, met een plan, de mogelijkheden en een team met een passie om te groeien in het leveren van mooie producten, zo duurzaam als mogelijk van ontwerp, tot transport, tot uitlevering.

Onze belofte voor de komende eeuw: we zetten ons in voor de mens, milieu en de maatschappij. Terwijl we doen waar onze klanten ons van kennen: het creëren van de mooiste collecties.

"De toekomst vraagt om de verantwoordelijkheid van vandaag. Daarom staan we voor 'Investing in the Future' en maken duurzame keuzes door de gehele keten.

Therèse Boersma

Manager Sustainability & Compliance

Over *Hogewoning*

Introductie

Hogewoning is een internationale importeur van woonaccessoires. We zijn er trots op al drie generaties lang hét toonaangevende bedrijf te zijn op het gebied van natuurlijke decoratiematerialen.

Creativiteit, duurzaamheid en klantgerichtheid vormen het fundament waarmee wij sterke merken ontwikkelen met een herkenbare 'Hogewoning-touch'. Vanuit onze eigentijdse visie, internationale keten en hechte bedrijfscultuur realiseren wij duurzame groei. "Inspired by nature" zit in ons DNA.

Hogewoning BV komt voort uit een lange traditie van droogbloemen, gedroogde materialen en artikelen voor de bloemist. Hiermee is er een ongeëvenaard fundament van kennis van materialen, herkomst en de sector. Tel daarbij op het inzicht in trends en ontwikkelingen op het gebied van lifestyle, decoratie en hobby en je hebt de gouden combinatie voor de artikelen die we ontwikkelen. Decoratief, onderscheidend, met een goede kwaliteit en voor een prima prijs.

Wij combineren een rijke historie met een moderne, creatieve én duurzame blik, waarbij de mensen centraal staan en producten, service en dienstverlening altijd van topkwaliteit zijn.

Hogewoning BV levert aan vele landen binnen en buiten Europa. Het hoofdkantoor bevindt zich in Rijnsburg met lokale vertegenwoordiging in het noorden en in het zuiden van China en in India.

Onze *waarden*

Een echt thuis creëren op een duurzame manier, dat is waar het bij Hogewoning om gaat. Met persoonlijke aandacht, creativiteit, oog voor de natuur en voor de mensen die voor ons de artikelen maken, ontwerpen we woon- en tuindecoratie die verrast en inspireert.

Onze bedrijfswaarden

- **Aandacht voor elkaar**
- **Kennis van de (interne) klant**
- **Doen wat je belooft**
- **Leergierig en continue verbetering**
- **Ondernemerschap**

Onze merkwaarden

- **Betrokken**
- **Servicegericht**
- **Creatief**
- **Duurzaam**
- **Sfeervol**

Onze *geschiedenis*

Willem Hogewoning
Oprichter & Directeur
1926 - 1956

Daan Hogewoning
Algemeen Directeur
1956 - 1994

Cees Hogewoning
Operationeel Directeur
1956 - 1994
Algemeen Directeur
1994 - 1996

Tromp Hogewoning
Commercieel Directeur
1976 - 1996
Algemeen Directeur
1996 - heden

19 26 In 1926 start **Willem Hogewoning**, de grootvader van Tromp Hogewoning, de huidige directeur, met **de teelt van bloemen** en later de handel in droogbloemen.

19 56 Dertig jaar later nemen **Daan en Cees Hogewoning**, de zoons van Willem Hogewoning, het stokje over. Het is dan 1956. Het bedrijf blijft zich succesvol ontwikkelen en in de jaren '70 staat er een **professioneel export-georiënteerd bedrijf** met een ongekende groei in een wereldwijde afzetmarkt in de droogbloemen. Dit duurde tot ver in de jaren negentig.

19 76 Ondertussen is in 1976 ook de derde generatie in het bedrijf actief, **Tromp Hogewoning** start als Commercieel Directeur. Eind jaren '90 is een zichtbare verandering in de trends in woondecoratie. De explosieve groei van droogbloemen is over en ze raken uit de mode. Hogewoning BV beweegt mee met de ontwikkelingen en richt zich op **grootschalige import van decoratie-artikelen**. De natuur als inspiratiebron bleef een vaste waarde.

20 25 **Inmiddels alweer bijna 100 jaar na de oprichting door Willem Hogewoning, bloeit Hogewoning BV tot op de dag van vandaag.** Van droogbloemen tot een breed assortiment woon- en tuindecoratie, hobbymaterialen, dierbenodigdheden en natuuraccessoires. Met een professioneel team worden iedere dag keuzes gemaakt vanuit de laatste trends, specifieke wensen van onze klanten, duurzaamheid en creativiteit. Met inzet op een blijvende groei op gebied van sustainability, certificering en compliance, blijft Hogewoning BV **koploper in de branche**.

Hogewoning zet koers op de toekomst

en viert in 2026 haar 100-jarig bestaan

Hogewoning neemt je mee naar 1926: Een klein schuurtje, de geur van vers gedroogde bloemen en een man met een droom; de opa van de familie Hogewoning. Wat begon als een ambachtelijke passie voor droogbloemen groeide in bijna honderd jaar uit tot een internationaal home deco expert.

Een rijke historie & een veelbelovende toekomst

Volgend jaar viert Hogewoning haar 100-jarig bestaan. Een indrukwekkend moment, maar vooral een startpunt. Want bij Hogewoning kijken we niet alleen terug, we kijken ook vooruit: naar de kansen, de innovaties en de duurzame stappen. Een mijlpaal die we aangrijpen om terug te kijken op prachtige hoogtepunten én vooruit te blikken op het meest ambitieuze hoofdstuk tot nu toe. Stappen waarmee we de branche vooruit willen helpen, naar een hoger niveau tillen, vormgeven voor de komende jaren.

In de afgelopen decennia introduceerden we ieder jaar twee spraakmakende collecties. Altijd trendgericht, commercieel sterk en ontworpen om maximaal te verkopen in de winkels van onze klanten. De afgelopen jaren werden we beloond met de 'Goed en Groen Katwijk' award, lanceerden we ons eerste Sustainable Report, zijn we prefered supplier van diverse internationale retailers, zijn onze artikelen in meer dan 10.000 winkels in Europa terug te vinden en introduceerden we een virtuele showroom voor onze internationale klanten. Om van Curaçao tot Japan, onze collectie op afstand kunnen beleven.

Innovatie die écht waarde toevoegt

Bij Hogewoning geloven we in vernieuwing die de klant direct voordeel oplevert. Om nog efficiënter te werken, printen we geen papieren catalogus meer. In plaats daarvan werken de salesmanagers nu met een digitale, waste-free presentatie: sneller, slimmer en volledig future proof. Zo toont het bedrijf bij de klant altijd de meest actuele collectie; geen papier, geen verspilling, maximale inspiratie.

Nieuw hoofdstuk met een nagenoeg CO2-neutraal pand

Binnenkort openen we de deuren van ons gloednieuwe, nagenoeg CO2-neutrale bedrijfspand. Een plek die laat zien waar Hogewoning voor staat.

- Gebouwd met toekomstbestendige, duurzame materialen
- Voorzien van energiezuinige installaties
- Ontworpen voor hogere efficiëntie en betere processen
- Een inspirerende omgeving waar we klanten en partners met trots ontvangen

Dit nieuwe pand vormt de perfecte basis voor de komende 100 jaar Hogewoning. Een toekomst waarin we blijven groeien, vernieuwen en onze positie in de internationale home deco-markt verder versterken.

Duurzame ambities

Onze duurzame ambities gaan verder dan gebouwen alleen. Duurzame sourcing en hout uit FSC bossen zijn bij ons standaard. Hieraan hebben we toegevoegd dat we vanaf dit jaar voor iedere order een boom planten waarmee we een extra bijdrage doen aan de groei van bossen. Daarnaast volgen wij proactief de ontwikkelingen op de huidige en toekomstige wetgeving rondom duurzaamheid, waaronder de EUDR, CBAM en PPWR.

Onze belofte voor de komende eeuw is helder: we zetten ons in voor mens, planeet en prosperity for all, terwijl we blijven doen waar onze klanten ons van kennen: het creëren van de mooiste collecties.

Dit zijn *onze merken*

Hogewoning is leverancier voor diverse marktsegmenten, zowel hoge volumes als het midden en laag volume segment. Onze merken zijn geïnspireerd op de natuur, met elk een eigen uitstraling en doelgroep, voor ieder bieden we een eigen unieke assortiment.

HOUSE OF NATURE
Natural Home Decorations

House of Nature is hét lifestylemerk van Hogewoning. We presenteren tweemaal per jaar een nieuwe collectie die inspeelt op de laatste trends. Verrassende basics en luxe eyecatchers vullen elkaar aan in de verschillende stijlen. Stuk voor stuk prachtige items van veelal natuurlijke materialen die voor warmte en sfeer zorgen. House of Nature staat bekend om haar hoge niveau en prachtige kwaliteit. Niet voor niets zien we onze woonaccessoires en meubelen regelmatig terug op social media en in lifestyle (woon)bladen.

Natures Accents

Innovatief en duurzaam, met focus op de natuur. Natures Accents biedt een breed scala aan natuurlijke accessoires voor binnen en buiten. Van manden van houtmateriaal tot vazen van keramiek. Van bindmaterialen tot bijvoorbeeld decoratieve vogels en vlinders; alles is ontworpen om creatieve, duurzame bloem- en interieurcreaties te versterken.
Met materialen als jute, kokos, katoen, mos en metal wires, sluit deze collectie perfect aan bij de vraag naar eerlijke, ambachtelijke producten met karakter.
Natures Accents is een innovatief, duurzaam merk met een eenvoudige insteek dat geschikt is voor bloemisten, tuincentra en retailers.

Floral Accents

Een collectie van levensechte kunstbloemen en botanische decoraties. Elk ontwerp is geïnspireerd door de seizoenen en gemaakt met oog voor detail en duurzaamheid. Floral Accents vangt de kracht van de natuur in verfijnde vormen, tijdloos, onderhoudsvrij en altijd in bloei. Perfect voor wie sfeer wil brengen met een natuurlijke uitstraling.

HGW INTERIOR DECORATIONS

HGW Interior Decorations is het merk voor volumeklanten zoals verschillende grootwinkelbedrijven, bouwmarkten, warenhuizen en supermarktketens. Eigentijdse woonaccessoires die duurzaam zijn ontworpen en geproduceerd. De artikelen kunnen doorontwikkeld worden op basis van de wensen van de klant. Dit merk kent een minimale afname waardoor we per item de beste prijs kunnen garanderen.

HOME ACCENTS

Een veelzijdige collectie van trendy woonaccessoires en seizoensdecoratie met een uitstekende prijs-kwaliteitverhouding. Home Accents wordt geleverd aan een select aantal retail ketens.

Hobby Flora
craft & hobby materials

Hobby Flora is een volumelabel met een uitgebreide collectie hobby- en knutselproducten. Het is ontwikkeld voor de consument en kenmerkt zich door marktgerichte designs en aantrekkelijke verpakkingen.

HOGEWONING SEASONAL

Vier de seizoenen in stijl met de sfeervolle home deco van Hogewoning Seasonal. Van een vrolijke voorjaarscollectie, een sfeervolle najaarscollectie tot een prachtige kerstcollectie, om het huis in stijl aan te kleden tijdens ieder seizoen.

Natural Pine
COLLECTION

De uitstraling van een Scandinavisch dennenbos met alle voordelen van een kunstkerstboom, dat zijn de kernmerken van de Natural Pine Collectie. Naar keuze zijn de bomen zowel met als zonder LED verlichting beschikbaar.

Zo creëren *wij waarde*

On-demand productie: geen voorraden in magazijnen, maar productie op basis van de klantorders.

Een **scherp oog** voor de wensen van de markt.

Langdurig partnership in de gehele keten, met contacten die al bijna een halve eeuw bestaan: een betrouwbaar fundament.

Afspraak is afspraak: onze partners en klanten kunnen op ons rekenen.

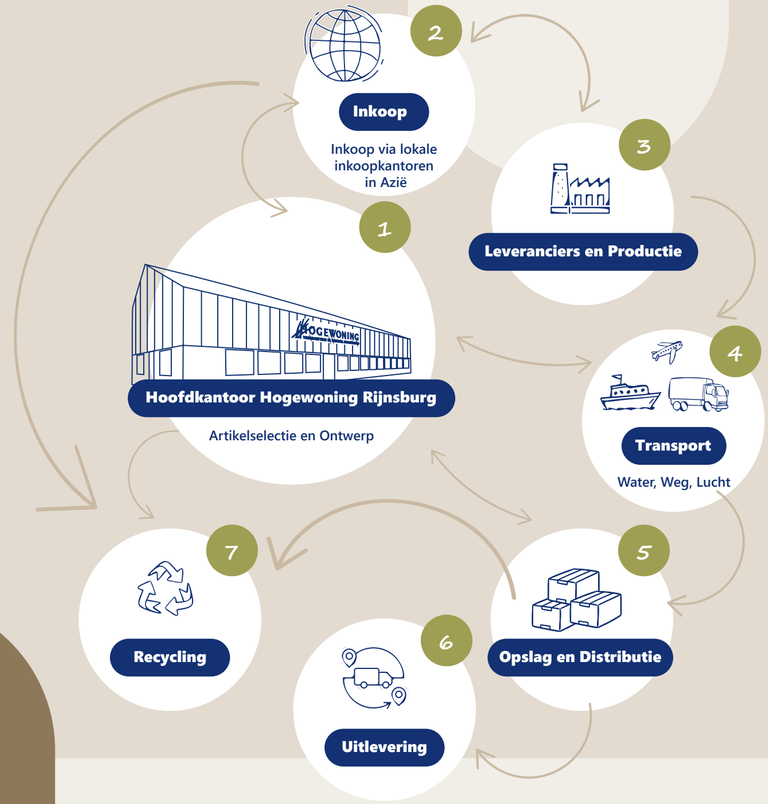
Gezamenlijk met onze partners groeien in én voorbij **doelstellingen op het gebied van duurzaamheid en wet- en regelgeving**.

Teams van specialisten voor de verschillende marktsegmenten en grootte.

Onze *waardenketen*

Bij Hogewoning vinden we het belangrijk om inzicht te hebben in onze ketens. Van ontwerp en selectie tot productie en uitlevering: we gaan voor een solide keten met duurzame relaties. Dit is tevens ondersteunend aan de diverse compliance wetgeving welke we in Europa kennen, hierbij is inzicht en goed partnerschap de sleutel. Zeker waar het gaat om sustainability in de meest brede zin van het woord, maken we samen met onze ketenpartners het echte verschil.

Onze waardeketen van ontwerp tot de uitlevering van het eindproduct ziet er als volgt uit:



1 Artikelselectie en Ontwerp

Onze artikelen worden geselecteerd en ontworpen met een focus op esthetiek, kwaliteit en duurzaamheid. Samen met ontwerpers en leveranciers kiezen we de materialen die zoveel als mogelijk duurzaam zijn, zoals FSC-gecertificeerd hout, gerecycled materiaal en verantwoord geteeld katoen. Waarbij social compliance altijd geborgd moet zijn.

Duurzaamheidsinspanningen:

- Gebruik van hernieuwbare en gerecyclede grondstoffen.
- Vermindering van chemische stoffen in productieprocessen.
- Vermindering van verpakkingsmaterialen en het gebruik van gerecycled materiaal voor de verpakkingen.
- Social Compliance.

2 Inkoop via lokale inkoopkantoren in Azië

De inkoop vindt plaats via onze kantoren in het zuiden en in het noorden van China en onze partner in India. Deze locaties zijn verantwoordelijk voor de dagelijkse relatie met de lokale leveranciers en fabrikanten. Hiernaast vindt er ook inkoop plaats in Europa (onder andere Polen en Spanje).

Duurzaamheidsinspanningen:

- Leveranciersaudits om arbeidsomstandigheden en milieunormen te controleren.
- Prioriteit geven aan lokale producenten waarmee tevens transportafstanden worden verkort.

3 Leveranciers en Productie

De productie van de artikelen vindt plaats bij zorgvuldig geselecteerde leveranciers.

Duurzaamheidsinspanningen:

- Social compliance, als lid van Amfori worden de richtlijnen zoals vastgelegd door de Verenigde Naties ter plaatse geaudit op gebied van social compliance.
- Selectie op basis van duurzame herkomst van gecertificeerde grondstoffen. Zoals FSC, GRS en BCI.
  Hierbij is tevens social compliance een onderdeel.
- Partnership in relaties met leveranciers waarmee we voortbouwen op ontwikkeling in duurzame materialen, - verpakkingen, -energie en -transport.

4 Transport (Water, Weg, Lucht)

Het intercontinentale transport van onze artikelen gaat voornamelijk via zee en in uitzonderlijke gevallen bij zeer lage aantallen en/of in geval van spoed per luchttransport. Het transport binnen Europa vindt plaats via wegtransport en trein.

Duurzaamheidsinspanningen:

- Optimalisatie van transport om emissies te verminderen.
- Optimalisatie van de efficiencygraad van containers.
- Investering in biofuels voor de schepen.
- Gebruik van collo module dozen, ontworpen om efficiënt te stapelen en vervoeren, wat zorgt voor maximale ruimtebenutting in magazijnen en vrachtwagens.

5 Opslag en Distributie

In onze warehouses beheren we de kortdurende opslag en distributie naar onze klanten in Europa.

Duurzaamheidsinspanningen:

- Duurzame samenwerking met warehouse-partners die zich inzetten voor ontwikkeling op het verkleinen van emissies.

6 Uitlevering

Onze klanten ontvangen producten met duidelijke informatie over herkomst, duurzaamheid en gebruik.

Duurzaamheidsinspanningen:

- Transparante en consumentgerichte labelweergave van aard, kenmerken, herkomst en gebruik van het product.
- Product gerelateerde informatie over recycling en hergebruik van producten.

7 Recycling

We faciliteren recycling en verantwoord afvalbeheer in onze organisatie, voor onze producten en retourstromen van verpakkingsmaterialen.

Duurzaamheidsinspanningen:

- Samenwerking met recyclingpartners voor hergebruik van materialen.
- Voortdurend onderzoek naar mogelijkheden inzet van duurzame / circulaire materialen voor onze artikelen.

Conclusie

Iedere schakel in onze waardeketen weerspiegelt geïntegreerde inzet van duurzame bedrijfsvoering. We volgen de ontwikkelingen voortdurend en hebben een blijvende inzet voor het verkleinen van onze ecologische voetafdruk en circulaire economie.

Trends en ontwikkelingen *in de markt*

In 2025 zagen we dat duurzaamheid binnen alle trends een belangrijk thema bleef met daarbij een sterke nadruk op technologie en persoonlijkheid. Natuurlijke materialen zoals hout, steen, katoen en linnen waren onverminderd populair vanwege hun milieuvriendelijke eigenschappen en esthetische aantrekkingskracht. Persoonlijke accenten, zoals handgemaakte items gaven interieurs een unieke en authentieke uitstraling. Deze trends weerspiegelden een streven naar milieubewustzijn, comfort en individualiteit in het moderne interieurontwerp.

Voor de Lente & Zomer collectie 2025 introduceerde Hogewoning in lijn met de trends drie thema's:

Slow Life

Dit thema legt de nadruk op rust en eenvoud, met aardse kleuren en natuurlijke materialen die een gevoel van exclusiviteit en verfijning uitstralen.

Sunday Best

Geïnspireerd door nostalgie en gezelligheid, brengt dit thema authentieke prints en een knusse sfeer in het interieur, met een focus op ontspanning en het genieten van de kleine geneugten van het leven.

Radiant Paradise

Met uitbundige kleuren en levendige patronen doet dit thema denken aan een weelderige oase in volle bloei, waarbij de natuur in al haar pracht wordt gevierd en het interieur tot leven wordt gebracht.

In 2026 zien we dat de kern ligt in comfort, karakter en echtheid. Warmte, ambacht, natuurlijke materialen en persoonlijke styling winnen het van kille, generieke en steriele looks. Waarbij duurzaamheid en natuurlijke accenten blijvend zijn. Iets wat perfect aansluit bij de Hogewoning Touch. Interieurs worden gezelliger, gelaagder én expressiever, een thuis dat niet alleen mooi oogt, maar ook betekenisvol aanvoelt.

Kleuren & sfeer:

Warmte boven koelte
Warme neutrale tinten zoals clay, zand, sage, caramel en mossgroen domineren in 2026. Deze geven ruimtes een gezellige en natuurlijke uitstraling. Met sterke accentkleuren zoals diepe terracotta, moody greens en rijke tinten. Met het doorvoeren van een kleur op muren, plinten en zelfs op plafonds, zien we colour drenching steeds meer populair worden.

Textuur en materiaal:

Ambacht & natuurlijke tactiliteit
Handgemaakte en natuurlijke materialen winnen terrein, van keramiek en handgeweven stoffen tot ongelakte metalen en natuursteen. Deze texturen geven karakter en verwijzen naar vakmanschap. Tactiele oppervlakken en lagen textiel (zoals dikke wol, alpaca, mohair) zorgen voor comfort én visuele diepte. Rijke houtsoorten en donkere afwerkingen (zoals walnoot of mahonie) vervangen lichte, geschilderde oppervlakken voor een warmere, klassiekere look.

Vormtaal:

Zachte lijnen & sculpturale objecten
We zien meer organische vormen en sculpturale meubelen en woonobjecten creëren een creatieve en comfortabele sfeer.

Stijlmatige terugkeer:

Retro en Art-Deco invloeden verschijnen met geometrische details, metallic accenten en luxe materialen zoals messing en gepolijst marmer. Wat blijft zijn de retro-elementen uit de jaren ‘60 en ‘70, met warme houten wandpanelen, fluweel, ruit- en retro-motieven, vanzelfsprekend wel met moderne twist.

Persoonlijke & gelaagde interieurs:

De strakke minimalistische kamers verdwijnen; in plaats daarvan zie je meer **comfort en gelaagdheid** met boeken, kunst, souvenirs en unieke vondsten die een **persoonlijk verhaal** vertellen. Hierbij staan texturen, patronen en kleuren met een warme en uitnodigende uitstraling centraal.

Duurzaamheid & natuurlijke accenten:

Natuurlijke elementen, planten, organische materialen, **duurzame** lokaal geproduceerde en vintage items winnen aan waarde boven wegwerptrends.

Stakeholderanalyse & materialiteit

De stakeholders voor Hogewoning zijn te verdelen in de volgende groepen: leveranciers in Polen, Spanje en Azië, medewerkers in Nederland en in Azië, grote en kleinere klanten, logistiek partners en de bank.

Materiële thema's & SDG's

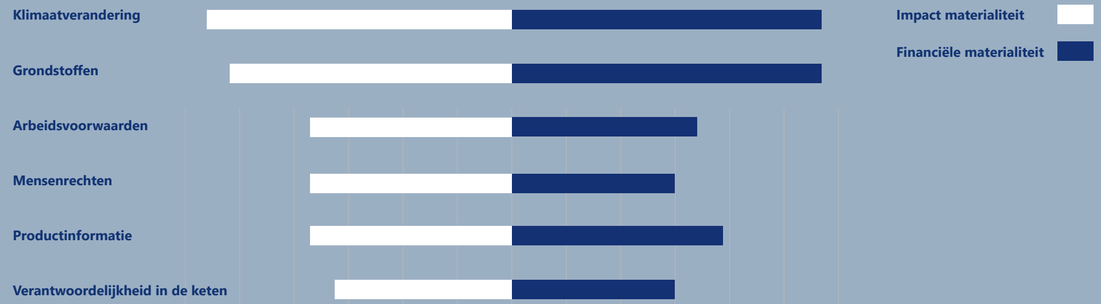
Uit de analyse van de feedback van de interne en externe stakeholders zijn de volgende materiële thema's gedefinieerd:

Materieel thema	Toelichting	SDG
Grondstoffen	**'Het duurzaam (her) gebruik van grondstoffen'.** De impact van onze producten en verpakkingen start al bij de keuzes tijdens het ontwerp. Dit thema gaat dan ook om de keuze van de grondstoffen en het bevorderen van een circulaire keten. Over het minimaliseren van verpakkingsmaterialen en het gebruik van duurzame grondstoffen die verantwoord zijn geoogst, zijn gerecycled en/of recyclebaar zijn.	8, 12, 13
Klimaatverandering	**'De verantwoordelijkheid van een organisatie om de (impact van) klimaatverandering te verminderen door directe en indirecte CO2 uitstoot te verlagen'.** Het grootste deel van onze emissies zitten in de productie en het transport van de artikelen. Door proactief te investeren in alternatieve brandstoffen zoals biofuel, verlagen we deze emissies maximaal.	13
Mensenrechten	**'Verantwoordelijkheid van een organisatie ten aanzien van mensenrechtenschendingen in haar eigen operaties en in de gehele toeleveringsketen'.** We zijn ons er bewust van dat mensenrechten niet overal op eenzelfde manier worden gezien, vooral als we dieper in de keten kijken. Dit thema is voor Hogewoning materieel omdat we willen waarborgen dat in de gehele keten mensenrechten gerespecteerd worden.	1, 12
Arbeidsvoorwaarden	**'Het belang van het bieden van fatsoenlijke arbeidsvoorwaarden voor eigen medewerkers en ingehuurde medewerkers, inclusief eerlijke beloning, sociale zekerheid (vangnet) en gezondheidszorg'.** Goed werkgeverschap staat hoog in het vaandel bij Hogewoning. Hier horen goede arbeidsvoorwaarden voor eigen medewerkers en ingehuurde medewerkers bij, inclusief markconforme beloning en sociale zekerheid. Goede arbeidsvoorwaarden dragen mede bij aan een duurzame arbeidsrelatie en een stabiel team.	1, 8
Productinformatie	**'Het belang van eerlijke marketingpraktijken, inclusief transparantie en feitelijke informatie over producten en diensten, en over het geven van informatie met betrekking tot recycling en het (duurzaam) afvoeren van afval'.** Transparante en feitelijke informatie is van belang om consumenten te informeren over herkomst, gebruik en duurzaam afvoeren (recycling) aan het eind van het gebruik van ieder product.	12
Verantwoordelijkheid in de keten	**'De verantwoordelijkheid van organisaties om maatschappelijk verantwoordelijk ondernemen te bevorderen in hun waardeketen, inclusief leveranciers, aannemers en andere zakelijke partners'.** Door verantwoordelijkheid in de keten te nemen, hebben we een positieve invloed op het milieu en de mensen die in de keten werken. Het is belangrijk om in gesprek te blijven, intern, met leveranciers en partners om duurzame praktijken te bevorderen en eventueel voorkomende praktijken aan te pakken.	8, 13

Dubbele materialiteitsanalyse

Aan de hand van de dubbele materialiteitsanalyse heeft Hogewoning de impact van duurzaamheid en ESG-factoren (milieu, maatschappij, governance) op de organisatie én de impact van de organisatie op de samenleving en het milieu beoordeeld.

Per potentieel materieel thema is een analyse uitgevoerd op schaal, reikwijdte, omkeerbaarheid en waarschijnlijkheid alsook omvang, tijdshorizon en soort effect op zowel impact materialiteit als financiële materialiteit. Deze analyse heeft geleid tot de definitieve vaststelling van de materiele thema's die van toepassing zijn op Hogewoning.



In gesprek met de directie :
Duurzaamheid als kompas voor internationale handel

Van persoonlijke visie op duurzaamheid tot integraal leiderschap. In gesprek met de directie over duurzaamheid als kompas voor internationale handel.

Gedeelde visie

"Duurzaamheid staat voor mij voor de toekomst, een bewuste keuze bij alles wat je doet", vertelt Gideon. "De wereld beter achterlaten voor de volgende generaties", vult Ruud aan. Tromp onderschrijft dit en voegt toe "Ervoor zorgen dat je je footprint beperkt houdt en de producten die je aanbiedt kunt traceren met de borging van duurzaamheid. Voor nu en in de toekomst."

Concreet betekent dit voor de directie unaniem: budget vrijmaken om het niet alleen te verwoorden maar ook werkelijk te doen. Dit zien we terug in de certificeringen zoals bijvoorbeeld FSC en GRS. Maar ook in het investeren in biofuels voor transport.

Tromp: "Natuurlijk word je ook geleid door de maatschappij en de klanten. Maar voor mij is het altijd een vast gegeven geweest om aandacht aan duurzaamheid te besteden. Dit deed mijn vader al in de tijd dat hij directeur was. In 1978 waren we bezig met (veilige) verfstoffen en samen met bedrijven in de buurt is een commissie opgericht om zo duurzaam mogelijk te werken."

Duurzaam ondernemen vraagt van de directie het richting geven aan verduurzaming van de werkomgeving, sourcing en werving. Dit komt terug in ieder beslismoment en is volledig geïntegreerd in de processen. "Duurzaamheid is een speerpunt in onze organisatie."

Duurzaamheid als strategische keuze

Omdat Hogewoning wereldwijd werkt, vormt transport de hoogste emissie-bron binnen de supply chain. Door hiervoor te investeren middels aankoop van biofuels maken we de grootst mogelijke impact. Hiermee verminderen we meer dan 80% van de emissie!
Gideon: "Duurzaamheid start al bij het ontwerp van de artikelen, de materialen en de keuze voor een producent. Hierbij nemen we dan ook de leidende en adviserende rol. Alsook bij de logistieke processen." "Wanneer de duurzame keuze vraagt om een investering, dan maken we hier budget voor vrij. Dit is een gegeven voor Hogewoning.", aldus Ruud.

De keten: van grondstof tot consument

Niet alleen in Europa, ook in Azië speelt duurzaamheid een grote rol. Op de beurzen zien we het bij de stands van aanbieders uit bijvoorbeeld India heel duidelijk terug en in China is een sterk opkomende wetgeving op duurzame topics.
Tromp: "Onze uitdaging ligt bij de lagere aantallen. De unieke artikelen welke we vaak afnemen bij de kleinere leveranciers. We willen graag die unieke artikelen sourcen, maar het moet wel voldoen aan onze visie." We werken met een Code of Conduct en hierin is bijvoorbeeld beschreven dat de leverancier moet voldoen aan een minimale waarde voor de BSCI (of gelijkwaardig). Dit is voor ons van belang om de mensenrechten te borgen. "Door te blijven vragen om certificeringen en keuzes te maken op basis van onze visie, zien we dat ook steeds meer leveranciers die stap maken. Een mooie zichtbare ontwikkeling" aldus Tromp.

"We besteden ook veel aandacht aan de verpakkingen", vertelt Gideon, "We willen geen lucht vervoeren, maar de verpakking moet natuurlijk wel het artikel beschermen. Hiervoor is blijvende aandacht nodig en onze inzet is om steeds opnieuw te blijven verbeteren."

De dilemma's in de realiteit

De realiteit maakt dat de ideale oplossing niet altijd per se past bij de haalbare oplossing. Zo is er natuurlijk altijd een deadline, halen we dat qua compliance (bijvoorbeeld alle traceerbaarheids-documenten) en vorm van transport? Onze teams ter plaatse zijn dan ook voortdurend in contact met de leveranciers om het hoogst haalbare te realiseren.

Leiderschap & de toekomst

"Duurzaamheid is geen vraag maar het gezonde verstand van ondernemen" aldus Tromp, "De aarde laat weten wat we moeten doen. We moeten nu handelen voor een goede toekomst voor de volgende generaties."
Ruud: "Gezonde bedrijfsvoering is noodzakelijk voor een duurzaam model. Er is altijd de afweging tussen budget en kosten. We maken de keuzes vanuit visie, inzicht en mogelijkheden." "Zo bedden we in de goede tijden alles in, wat gelijk inhoudt dat in de tijden dat het mogelijk iets minder gaat, de gemaakte keuzes een feit zijn waar niet aan getornd wordt" zegt Gideon.

Het communiceren over hoe beslissingen tot stand komen is belangrijk om het niet alleen in de processen in te bedden, maar ook in de gehele bedrijfscultuur. Gideon: "Dit doen we door er over te blijven vertellen al vanaf de eerste kennismaking en ook door het jaarlijkse Sustainability Report op te stellen. We maken het zichtbaar, bijvoorbeeld door de banners die we hebben staan in de verschillende vergaderruimtes en in de showrooms. Hiermee laten we zien waar we als bedrijf voor staan", aldus Ruud. Tromp vult aan: "Het is voor ons van dusdanig belang, dat we 2 jaar geleden hebben besloten om een Sustainability Manager aan te trekken. Voor het managen van de duurzaamheids-vraagstukken; zowel de door de wetgeving gedreven, door ons gekozen alsook kwaliteit en certificeringen."

Als we naar de toekomst kijken, dan zien we werken en leven vanuit een groen kloppend hart en letterlijk vanuit een duurzaam nieuw kantoor. Vasthouden van het goede en groeien waar het kan, gebruik makend van de ontwikkelingen die er zijn.
In 2026 gaan we ons SBTi commitment uitspreken, een belangrijke volgende stap in het duurzaam verlagen van onze emissies.

Tot slot, een laatste woord met betrekking tot duurzaamheid

Ruud: Trots dat het zo leeft! **Gideon**: Doen!

Tromp: Dankbaar!

SDG's

De UN Sustainable Development Goals bij Hogewoning

SDG's (Sustainable Development Goals) zijn de zeventien duurzame ontwikkelingsdoelen die door de Verenigde Naties zijn opgesteld om tegen 2030 een betere en duurzamere wereld te realiseren. Ze richten zich op wereldwijde uitdagingen zoals armoede, ongelijkheid, klimaatverandering, milieubescherming, vrede en rechtvaardigheid.

Iedere SDG kent specifieke onderdelen, dit worden de targets genoemd. Zo zijn er in totaal 169 targets verdeeld over de zeventien SDG's. Met de targets is het mogelijk om lokaal, specifiek en gericht te werken.
De SDG's zijn onderdeel van de strategie van Hogewoning, ons werk en de dagelijkse bedrijfsvoering, met de volgende vier SDG's als speerpunten:

SDG1 Geen armoede

SDG 1 is gericht op de afname van armoede in al haar vormen. Zowel financiële aspecten als de impact van armoede op het leven van mensen maken daar deel van uit. Hogewoning draagt hieraan bij door zich in te zetten voor leefbaar loon voor de mannen en vrouwen die de artikelen maken. Hiervoor zijn we lid van Amfori, en monitoren ter plaatse middels onafhankelijke BSCI audits of er inderdaad sprake is van leefbaar loon (e.a.). Dit is een specifieke bijdrage aan **1.4**: Er tegen 2030 voor zorgen dat alle mannen en vrouwen, in het bijzonder de armen en de kwetsbaren, gelijke rechten hebben op economische middelen, alsook toegang tot basisdiensten, eigenaarschap en controle over land en andere vormen van eigendom, nalatenschap, natuurlijke hulpbronnen, gepaste nieuwe technologie en financiële diensten, met inbegrip van microfinanciering.

SDG 8 Waardig werk en economische groei

Economische groei is pas duurzaam als kapitaal, arbeid en grondstoffen verantwoordelijk worden ingezet en als winsten en inkomens eerlijk verdeeld worden tussen burgers en bedrijven. Bevordert aanhoudende, inclusieve en duurzame economische groei, volledige en productieve tewerkstelling en waardig werk voor iedereen Subdoel **8.8** beschrijft de arbeidsrechten beschermen en veilige en gezonde werkomgevingen bevorderen voor alle werknemers, met inbegrip van migrerende werknemers, in het bijzonder vrouwelijke migranten, en zij die zich in precaire werkomstandigheden bevinden. Ook dit doel is onderdeel van BSCI van Amfori (zie hierover meer op pagina 28 Strategie; de basis van duurzaamheid bij Hogewoning.)

SDG 12 Verantwoorde consumptie en productie

Duurzame productie en consumptie, met een efficiënter gebruik van grondstoffen, verlaagt de druk op het milieu en vermindert de afhankelijkheid van die grondstoffen.
Bij de keuze van materialen in de compositie van de artikelen en verpakkingen staat duurzaamheid bij Hogewoning centraal. Verantwoorde grondstoffen, recycling, natuurlijke materialen en het waar mogelijk verminderen van verpakkingsmateriaal hebben altijd de voorkeur. Door het verminderen van verpakkingsmaterialen en gebruik van duurzame materialen wordt de afvalproductie beperkt en recycling bevorderd. Zowel tijdens het proces, als bij end of use van het artikel. Dit linkt direct aan subdoel **12.5**: Tegen 2030 de afvalproductie aanzienlijk beperken via preventie, vermindering, recyclage en hergebruik.

SDG 13 Klimaatactie

SDG 13 is gericht op de aanpak van door mensen veroorzaakte klimaatcrisis. In 2015 is het Parijs-akkoord tot stand gekomen dat beoogt klimaatverandering en de nadelige effecten daarvan te verminderen. De effecten van klimaatverandering vormen een bedreiging voor mens en natuur.
Subdoel **13.2** beschrijft de maatregelen inzake klimaatverandering integreren in beleidslijnen, strategieën en planning. Duurzaamheid is geïntegreerd in het beleid en de strategie van Hogewoning. Van afvalscheiding tot CO_2 emissie reductie, van grondstoffen tot hergebruik van gerecyclede materialen.

Investing *in the future*

Hogewoning investeert in duurzaamheid voor de wereld van morgen. We vinden het onze verantwoordelijkheid om verder te kijken dan vandaag en bij te dragen aan de wereld van de huidige- en toekomstige generaties.

We duiden duurzaamheid als Sustainability, de Engelse term die hetzelfde betekent maar toch meer lading heeft als begrip. Dat is wat we willen uitdragen, we hebben het namelijk over de mensen, het klimaat en de maatschappij, waarbij we kijken naar de gehele keten: van ontwerp, productie, vervoer en uitlevering van de artikelen.

Juist omdat we kijken naar de gehele keten is het belangrijk om vertegenwoordiging te hebben in de landen waar onze artikelen worden gemaakt. Wij werken daarom nauw samen met onze inkoopkantoren, partners en leveranciers ter plaatse. De collega's aldaar letten erop dat alle artikelen van een constante hoge kwaliteit zijn en op een duurzame, eerlijke manier worden gemaakt.

Om gemaakte afspraken kracht bij te zetten en te borgen, tekenen we met onze leveranciers voor de Hogewoning Supplier Code of Conduct, de gedragscode voor leveranciers.
Deze gedragscode heeft betrekking op mensenrechten, milieu en ethiek.

Certificeringen en erkenningen

- FSC
- GRS
- BCI
- Amfori BSCI

Innovatief bouwen voor een *energiezuinige toekomst*

Interview met Gerrit van der Vijver

Architectenbureau Gerrit van der Vijver verzorgt de ontwikkeling en de bouw van het nieuwe bedrijfspand van Hogewoning BV.

In 2025 is gestart met de bouw van het nieuwe bedrijfspand voor Hogewoning BV. Een prachtige nieuwe plek voor de groeiende organisatie. Overigens in een vertrouwde omgeving, slechts een paar honderd meter van het huidige pand.
Het gehele traject is in handen van Gerrit van der Vijver en zijn dochter (tevens architect, en mede-eigenaar) Lisette van der Vijver. Een mooie samenwerking van twee familiebedrijven.

Van der Vijver vertelt: "Een traject als deze start met een inventarisatie: wat is belangrijk, hoe moet het eruit komen te zien, met welke afmetingen en hoe ziet de locatie eruit. Aan welke functionaliteiten moet het pand voldoen en wat is de ideale logistieke indeling. Na deze inventarisatie, kunnen de eerste schetsen gemaakt worden. Hiermee worden de eisen en wensen vertaald naar een werkelijk gebouw. Dit wordt gedaan in 3D, een specialiteit van Lisette, hiermee komt het geheel echt tot leven. Veel glas en ruimtelijke opzet zorgt voor transparantie, licht en verbinding."

"Een van de speerpunten is ook dat het pand duurzaam moet zijn, zowel qua materialen als ook in het dagelijks gebruik. Het is dan ook gebouwd volgens 'GPR Gebouw' en heeft een score van 8,5!" aldus Van der Vijver. Deze hoge score staat voor een zeer duurzaam gebouw. Het cijfer komt voort uit vijf thema's: energie, milieu, gezondheid, gebruikskwaliteit en toekomstwaarde, waarmee people, planet en profit (prosperity) in samenhang worden bekeken. "Daarnaast -voor ons vanzelfsprekend- de vaste waarden van BENG (Bijna Energie Neutrale Gebouwen) en MPG (MilieuPrestatie Gebouwen)".

De grootste uitdaging binnen het project was de beschikbaarheid van stroom. Dit, in combinatie met het streven naar een zo energie neutraal mogelijk pand, heeft geleid tot extra investering in duurzame keuzes.
"Hogewoning wil zoveel als mogelijk zelfvoorzienend zijn, dit realiseren we met 600 zonnepanelen op het dak en opslag van overflow in inpandige batterijen. Hiermee wordt voor circa 80% van de verwachte energiebehoefte voorzien. De overige 20% komt via een aansluiting op het energienet.", zo licht Van der Vijver toe.
Verder is het dak bedekt met sedum, dit draagt bij aan koeling, wateropslag en biodiversiteit. En daar blijft het niet bij, onder het parkeerterrein zijn 28 bronnen aangeboord voor het systeem voor verwarming in de winter èn verkoeling in de zomer. Het pand is volledig zonder gas. "Alles wat maar mogelijk is, is uitgenut", met als gevolg dat het pand een ontzettend lage footprint kent en 50% minder energie verbruik dan wanneer er een klassieke installatie in zou staan.

Duurzaamheid van het pand is veelal onzichtbaar, zo is voor al het bouwmateriaal de duurzame keuze gemaakt en is er onder het pand een waterbassin met 100.000 liter water ten behoeve van de vloerverwarming en energieopslag.

"We hebben veel ervaring opgedaan met de allernieuwste duurzame technieken, iets wat we weer meenemen naar toekomstige projecten."

"Als je aan komt rijden, dan staat er echt iets onderscheidends. Het pand is echt state of the art! We zijn heel trots op dit project welke we voor Hogewoning mogen realiseren, een project waar functionaliteit, duurzaamheid en architectuur bij elkaar komen."

Strategie *en waardecreatie*

Visie en beleid

De collecties van Hogewoning zijn geïnspireerd door de natuur. Wij nemen nadrukkelijk onze verantwoordelijkheid om onze producten te ontwikkelen en produceren op een manier die zorgvuldig omgaat met natuurlijke bronnen en met de mensen binnen onze waardeketen. Daarbij richten wij ons niet alleen op het heden, maar nadrukkelijk ook op toekomstige generaties.

Deze uitgangspunten zijn verankerd in ons beleid. Wij hanteren hoge normen op het gebied van integriteit, transparantie en naleving van geldende nationale en internationale wet- en regelgeving, evenals relevante gedragscodes in alle landen waar wij actief zijn. In onze besluitvorming en dagelijkse bedrijfsvoering staan mens, milieu en maatschappelijke verantwoordelijkheid centraal.

Duurzaamheid binnen Hogewoning richt zich op meerdere kernthema's: veiligheid en gezondheid in de volledige keten, verantwoorde keuzes in materialen, verpakkingen en transport, en het aantrekken, ontwikkelen en behouden van talent. Social compliance, het waarborgen van goede arbeidsomstandigheden binnen onze wereldwijde toeleveringsketen, heeft daarbij hoge prioriteit en verwachten van onze partners dat zij dezelfde normen hanteren. De Hogewoning Suppliers Code of Conduct maakt integraal onderdeel uit van de contractuele afspraken met leveranciers en borgt onze normen op het gebied van sociale verantwoordelijkheid en duurzaamheid.

Met ons sustainability-beleid verbinden wij duurzame bedrijfsvoering aan productkwaliteit en ketenverantwoordelijkheid. In een dynamische en snel veranderende markt blijven wij ons proactief ontwikkelen en spiegelen aan relevante best practices. Zo zijn en blijven wij een betrouwbare en kwalitatieve partner binnen de internationale markt voor decoratiematerialen.

People, Planet, Prosperity for all

Onze duurzaamheidsstrategie is gebaseerd op drie samenhangende pijlers: People, Planet en Prosperity for All.

- **People**: borging van social compliance, veilige en gezonde werkomstandigheden en respect voor mensenrechten in de keten.
- **Planet**: inzet op duurzame materialen, reductie van CO2-uitstoot en beperking van milieu-impact.
- **Prosperity for All**: duurzame waardecreatie, transparantie richting stakeholders, een toekomstbestendig bedrijfsmodel en bijdragen aan de maatschappij.

Een evenwichtige integratie van de drie pijlers is essentieel. Wanneer één van deze onderdelen onvoldoende wordt geborgd, komt de duurzaamheid van het eindproduct en de organisatie als geheel onder druk te staan. Alleen wanneer People, Planet en Prosperity in balans zijn, kunnen wij duurzame waarde creëren en hoogwaardige, toekomstbestendige producten leveren.

Prosperity for all

Het is voor ons niet alleen belangrijk dat we bijdragen en investeren in waar wij voor staan, maar ook dat dit transparant, aantoonbaar en controleerbaar gebeurt. Daarom werken we nauw samen met certificerende instellingen en gespecialiseerde partners. We beschikken over de volgende certificaten en erkenningen:

FSC, responsible forest management for a greener future

FSC (Forest Stewardship Council) is een internationaal keurmerk dat staat voor verantwoord en duurzaam bosbeheer. Het certificeert hout- en papierproducten die afkomstig zijn uit bossen die op een verantwoorde manier worden beheerd. Voor boseigenaren betekent dit dat duurzaam beheer bijdraagt aan stabiele inkomsten op de lange termijn, een gezondere bodem, betere toegang tot eerlijke markten voor gecertificeerde hout- en niet-houtproducten alsook social compliance. De producten met en van hout van Hogewoning zijn FSC-gecertificeerd.

GRS; Global Recycled Standard

GRS is een internationaal keurmerk dat de gerecyclede inhoud van producten certificeert en tegelijkertijd milieuvriendelijke productie en sociale verantwoordelijkheid waarborgt. GRS gaat verder dan alleen de compositie van het artikel, het staat ook voor goede arbeidsomstandigheden, zoals veilige werkomgevingen, eerlijke lonen en naleving van sociale en milieunormen in de productie van gerecyclede materialen.

Biofuel, Sustainable energy, powered by nature

Hogewoning investeert in biobrandstof om de CO2-emissie van onze zeevracht met meer dan 80% te verminderen.

BCI; Better Cotton Initiative, Growing cotton with care for people & environment

BCI is het grootste duurzaamheidsprogramma voor katoen ter wereld. Het BCI-programma heeft als doel de wereldwijde katoenproductie beter te maken voor de mensen die het produceren, beter voor het milieu waarin het groeit en beter voor de toekomst van de sector.
Tot 2025 staat BCI voor een investering in duurzame katoenproductie volgens het mass balance principe. In 2025 is de omslag naar certificering, waarbij het gebruikte katoen aantoonbaar komt van een gecertificeerde bron, en alle schakels daaropvolgend. Hogewoning is hiervoor in 2026 gecertificeerd.

Amfori, working together for better working conditions worldwide

Amfori BSCI (Business Social Compliance Initiative) is een wereldwijd initiatief dat bedrijven ondersteunt bij het verbeteren van sociale omstandigheden binnen hun toeleveringsketens. Een uitgebreid programma dat is ontworpen om sociale risico's binnen toeleveringsketens te identificeren, beoordelen en te beperken.
Amfori BSCI stelt ons in staat om ESG due diligence uit te voeren, de transparantie te vergroten en schendingen van arbeidsomstandigheden aan te pakken binnen internationale kaders voor arbeidsrechten. Fabrieken worden geaudit op onder andere arbeidsvoorwaarden, zoals eerlijke beloning, veilige werkomstandigheden en respect voor hun rechten volgens internationale standaarden.
Voor Hogewoning vormt BSCI een belangrijke basis in de samenwerking met onze leveranciers. Het is dan ook een eis binnen de Suppliers Code of Conduct.

People
'de mens centraal'

People, *social impact*

Bij People staat de mens centraal. Hierbij bedoelen we álle mensen die betrokken zijn bij onze artikelen: van ontwerp tot productie, van transport tot administratie. We vinden het belangrijk dat iedereen zichzelf kan zijn en dat er voor ieder een veilige en gezonde werkomgeving is.

De mens centraal geldt niet alleen voor onze eigen organisatie, maar voor de gehele supply chain. Vanaf de productie van de artikelen tot en met vervoer en uitlevering in Europa, van de medewerkers op de kantoren in Azië tot en met de medewerkers in Nederland. Iedere schakel is van even groot belang. Daarom staat social compliance hoog in het vaandel en is het integraal onderdeel van de overeenkomsten met onze leveranciers middels de 'Supplier Code of Conduct'.

De speerpunten onder People zijn:

- **Investeren in onze medewerkers middels coaching en training**
- **Social compliance in de supply chain**
- **Leefbaar loon in de supply chain**
- **Goede arbeids-omstandigheden**
- **Gezond en veilig werken**

Deze speerpunten komen voort uit de materiele thema's:

Mensenrechten **Arbeidsvoorwaarden** **Verantwoordelijkheid in de keten**

Amfori BSCI; het sociale auditprogramma

In Nederland zorgt wet- en regelgeving ervoor dat veel zaken goed zijn geregeld, maar in onze productielanden is dat niet altijd vanzelfsprekend. Daarom is Hogewoning aangesloten bij Amfori. Samen met Amfori waarborgen we de social compliance van de fabrieken waar onze producten worden geproduceerd.
Via het social audit monitoringprogramma worden deze fabrieken minimaal één keer per jaar gecontroleerd. Onafhankelijke, lokale auditors beoordelen of onze leveranciers voldoen aan de eisen van de Amfori BSCI Code of Conduct, die op het gebied van social compliance gelijkwaardig is aan de Hogewoning Suppliers Code of Conduct. De resultaten van de audits worden weergegeven in een beoordeling van A, B, C, D of E. Een D- of E-rating wordt beschouwd als onvoldoende.

Na elke audit wordt een rapport opgesteld waarin mogelijke verbeterpunten zijn opgenomen in een Corrective Action Plan. Tijdens een opvolgaudit wordt specifiek gekeken naar de voortgang op deze punten, zodat leveranciers worden ondersteund bij het doorvoeren van verbeteringen en het versterken van de werkomstandigheden.

Wanneer een leverancier een D- of E-rating ontvangt zonder een duidelijk verbeterplan, wordt dit door Hogewoning als onvoldoende beschouwd. Is er wel een concreet verbeterplan, dan is Hogewoning bereid om samen met de leverancier te werken aan verbetering, met als doel minimaal een C-rating (of hoger) te behalen, voor zover dit binnen onze mogelijkheden ligt.
Hogewoning werkt alleen met leveranciers die zich inzetten voor social compliance, die beschikken over een BSCI-rating van C of hoger, of een gelijkwaardige certificering, zoals bijvoorbeeld SEDEX of SA8000. De algemene monitoring vindt plaats via het Amfori-platform en door het vastleggen van auditdocumentatie in lokale dossiers.

amfori
Trade with purpose

We are a member of amfori
We act for a more sustainable supply chain with amfori BSCI

54
medewerkers
+6% tov 2024

46,8
FTE
+9% tov 2024

17%
Omzetgroei
+17% tov 2024

Man (19 mannen, 18 FTE)

Vrouw (35 vrouwen, 28,8 FTE)

Leeftijdsopbouw medewerkers:

<30 jr	12
30-50 jr	29
>50 jr	13

7,9%
Ziekteverzuimpercentage
Totaal 2025

1,21%
Ziekteverzuimpercentage
zonder langdurig verzuim (>8 dagen)

Planet

‘De keuzes die we nu maken, hebben direct invloed op de wereld van morgen’

Planet

Het milieu, emissies, middelen en materialen, dit zijn de onderwerpen die vallen onder Planet. Als internationale groothandel met veel logistiek, zijn kleine keuzes bepalend voor grote resultaten.

In 2024 is voor het eerst de gehele scope 3 in kaart gebracht en deze informatie was de start van het stellen van nieuwe doelen en de daaraan verbonden acties. Dit zien we terug in de data van 2025, dat wil zeggen, we zien een groei in accuraatheid en compleetheid. De diverse ketenpartners hebben zich naar aanleiding van de uitvraag blijvend ontwikkeld en leveren meer en betere data op. We zien dan ook dat de cijfers omhoog zijn gegaan. Niet 1 op 1 in lijn met de groei van de organisatie, wel in lijn met de ontwikkeling en verbetering van de beschikbare data.

De speerpunten onder Planet zijn:

- **CO2 emissie-reductie**
- **Investeren in biofuel ten behoeve van CO2 reductie**
- **Recycling en circulariteit**
- **Duurzame materialen en verpakkingen**

Deze speerpunten komen voort uit de materiele thema’s:

Grondstoffen **Klimaatverandering** **Productinformatie**

Afval als grondstof
afvalscheiding bij Hogewoning BV

144.000

liter LDPE

309% meer dan 2024!

ca 5 kg per zak van 400 liter

-> 360 zakken= 1.800 kg

LDPE staat voor Low-Density Polyethylene (polyethyleen met lage dichtheid). Het materiaal is licht, flexibel en waterafstotend. Een zachte, flexibele meestal doorzichtige plasticsoort die veel wordt gebruikt in verpakkingen, wrapping folies, bubbleplastic en plastic zakken.

LDPE folie, wat is dat eigenlijk?

Folie (LDPE) wordt dagelijks gebruikt voor het verpakken en beschermen van artikelen en dozen. Omdat het puur wordt gebruikt voor het beschermen tijdens transport is dit een groot aandeel van het restafval. Door folie apart te scheiden en in te zamelen, maken we een duurzame keuze. Het mooie is: LDPE folie is uitstekend recyclebaar.

In oktober 2024 is Hogewoning gestart met het scheiden van LDPE plastics. In dat jaar is in drie maanden al 35.200 liter aan LDPE plastics aangeboden voor recycling. In 2025 is dit doorgezet en is 144.000 liter verzameld! Voor ons afval, maar ondertussen ook een grondstof die heel goed opnieuw te gebruiken is.

144.000 liter komt neer op circa 1.800 kg materiaal. Uit 1.800 kg gerecycled LDPE kan na verwerking ongeveer 1.500 kg bruikbaar granulaat worden geproduceerd. Met deze hoeveelheid materiaal kunnen bijvoorbeeld circa 37.500 vuilniszakken worden gemaakt, wat voldoende is om ongeveer 720 huishoudens een jaar lang van vuilniszakken te voorzien. Daarnaast kan dezelfde hoeveelheid plastic ook worden verwerkt tot ongeveer 25 parkbanken, ongeveer 200 meter kunststof planken of 250.000 plastic tasjes.

Door dit plastic te recyclen in plaats van nieuw plastic te produceren, wordt bovendien naar schatting 2,7 tot 3,6 tCO2-uitstoot bespaard. **Dat staat gelijk aan ca 13.000 km autorijden!**

Met een eenvoudige aanpassing hebben we zo met het -voor ons- LDPE afval dat voornamelijk voortkomt uit de verwerking van de ontvangen samples in ons magazijn, een significante impact kunnen maken: het leveren van een waardevolle grondstof voor mooie circulaire producten!

144.000 liter = **1.800** kg materiaal = **1.500** kg granulaat

= **37.500** gerecyclede vuilniszakken

= **250.000** gerecyclede plastic tasjes

4 LDPE

Biofuel

Hogewoning investeert al meerdere jaren structureel in biofuel voor het transport over water. Hiermee is in 2025 op desbetreffende schepen tot 85% emissie reductie gerealiseerd! Dit is ook direct de maximale reductie die gerealiseerd kàn worden met biofuel voor schepen. Dit geldt voor iets meer dan 83% van ons vervoer over water.

Acties 2026 met betrekking tot emissiereductie in scope 3:

- Voortzetten investering in biofuel voor de containerschepen, tot het zowel praktisch als bedrijfseconomisch maximaal haalbare.
- Duurzaam vervoer over de weg: ontwikkelingen in deze zijn naast biofuel ook de mogelijke inzet van elektrisch aangedreven vrachtwagens. Dit is een blijvend onderwerp van gesprek met onze partners in deze onderzocht.

Verpakkingen; deze veranderingen zijn gerealiseerd:

- FSC papier & karton
- Minimalisatie van plastics in verpakkingen
- Geen plastificering over drukwerk
- Single materials eenvoudig te scheiden
- Geen zwarte plastics meer
- Reductie van folies in transport
- Reductie van het gebruik van opp-bags
- EPS in plaats van polyfoam
- Minimaliseren verpakkingsmateriaal
- Efficiënt laden en daarmee zo min mogelijk vervoer van lucht.

Grote stappen zijn ook gezet in duurzame materialen in artikelen:

- **FSC**: 100% certificering voor alle houtartikelen.
- **GRS**: in 2025 hebben we onze certificering kunnen verlengen, de inzet voor artikelen in grote volumes blijft groeien.
- **BCI**: het bestaande mass balance-principe is uitgefaseerd. In 2025 is Better Cotton over gegaan op een certificering van traceable physical cotton. Hierbij is gestart bij de boeren en per iedere volgende schakel in de supply chain is de certificering uitgevoerd. In 2025 lag de inzet bij Hogewoning met name bij de voorbereiding voor de BCI certificering. (welke succesvol is afgerond in het eerste kwartaal van 2026)

26.088 tCO2

totaal

Ingekochte goederen	22.010
Logistiek	3.850
Huisvesting	91.5
Zakelijk reizen	58
Woon/werk	43
Wagenpark	35.4

Biofuel

Door investering in biofuel hebben we in 2025 de CO2 emissie voor 83% van het vervoer via water gereduceerd met 85% (in totaal is gemiddeld 74% bespaard)

Wist je dat?

41,65% van onze artikelen zijn van duurzame oorsprong, geregistreerd onder FSC, GRS of BCI.

Hogewoning is niet voorraadhoudend. Dat betekent dat we alleen artikelen invoeren welke ook werkelijk zijn verkocht. Door voor dit model van verantwoorde productie te kiezen, geven wij prioriteit aan duurzaamheid op de lange termijn boven het korte termijn gemak.

Prosperity for all

Prosperity for all, de overtreffende trap van Profit zoals de derde P oorspronkelijk is aangeduid. Onder profit gaat het om een gezonde bedrijfsvoering, dit is namelijk de basis voor alles wat je doet én kunt doen. Met Prosperity for all gaat Hogewoning hierin een stap verder, ieder jaar schenkt Hogewoning BV een substantieel bedrag aan de Stichting Hogewoning Foundation, waarmee de maatschappelijke bijdrage een standaard waarde is in de organisatie. Met deze vaste bijdrage kan de stichting een werkelijk verschil maken voor mensen die het nodig hebben.

'Prosperity for all' kent de volgende onderwerpen:

Ondersteuning van sociale initiatieven

Goede doelen, regionaal en internationaal

Solide bedrijfsvoering

Via deze weg zijn en worden onder andere de volgende doelen ondersteund:

Dorcas | **Mercy Ships** | **Kerk in Actie**

Unicef | **Leger des Heils** | **GIRO 555**

Hartstichting | **KWF Kankerbestrijding**

HOGEWONING FOUNDATION

De Hogewoning Foundation, opgericht in 1994, ondersteunt goede doelen en organisaties die positieve veranderingen in de wereld teweegbrengen. Het verbeteren van levens en bevorderen van welzijn vormen de basisvoorwaarden voor samenwerking om de wereld iedere keer weer een beetje een betere plek te maken.

Dorcas

Al jaren werkt Hogewoning met veel plezier samen met de kringloopwinkel Dorcas, locatie Katwijk-Rijnsburg-Valkenburg. Met onze donaties dragen we bij aan projecten voor mensen in nood in Oost-Europa, Afrika en het Midden-Oosten.

Goed Groen Groei Katwijk

GoedGroenGroei

Mede dankzij deze samen-werking in combinatie met onze voortdurende inzet voor duurzaamheid in het algemeen, hebben we vanuit GoedGroen-Groei Katwijk de 'Goed en Groen Katwijk -onderscheiding' mogen ontvangen. Iets waar we enorm trots op zijn!

Governance

Dit overzicht laat integraal het beschrevene in GOV-1 en GOV-5 van de ESRS zien: De verantwoordelijkheidsgebieden van het directie team van Hogewoning BV. Het daarbij zorgdragen voor de interne controle van de hieraan verbonden data alsook toezicht op impacts, risico's en kansen. Hierbij is sustainability integraal onderdeel van alles wat we doen bij Hogewoning, en daarmee direct onderdeel van ieder verantwoordelijkheidsgebied en wordt dan ook alszodanig geïnformeerd door Sustainability & Compliance.

Er is geen sprake van een specifieke beloning op duurzaamheidsfactoren.
De duurzaamheidsstrategie is opgenomen in de totale bedrijfsstrategie. De succesvolle uitvoering van de totale strategie is wel onderdeel van de beloningsstructuur van directie. (GOV3)

Directie-team Hogewoning BV	Tromp Hogewoning CEO	Ruud Bakker CFO	Gideon Devilee Director Category Management
Overall eindverantwoordelijk	✓		
Sustainability	✓	✓	✓
International Business	✓	✓	✓
HR		✓	
Finance		✓	
IT		✓	
Category Management en vormgeving, eindverantwoordelijk			✓
Supply Chain Management			✓
Product Development	✓		✓
Marketing	✓		
Showroom	✓		✓
Magazijn	✓		

Statement of Due Diligence (GOV-4)

Hogewoning BV erkent het belang van zorgvuldige due diligence om negatieve effecten op het gebied van mens, milieu en goed bestuur die verband houden met onze activiteiten te identificeren, te voorkomen en aan te pakken. De uitkomsten van onze processen in deze vormen dan ook het fundament van de beoordeling van de risico's en kansen met betrekking tot de dubbele materialiteitsanalyse. (zie 'Stakeholderanalyse, materialiteit en DMA' pg 20). Ieder jaar herhalen wij dit proces en passen aan waar aan de orde, om aangesloten te blijven bij de ontwikkelingen in de organisatie, sociaal- maatschappelijke ontwikkelingen en (inter)nationale wet- en regelgeving.

De principes die zijn vastgelegd in de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens van de Verenigde Naties (1), de Verklaring van de fundamentele beginselen en rechten op het werk van de International Labour Organisation (ILO) (2) en de Richtlijnen voor multinationale ondernemingen van de OESO zijn hierbij de basis.

De directie wordt voortdurend geïnformeerd over duurzaamheids- en compliance kwesties. In het hiervoor weergegeven Governance overzicht is zichtbaar dat sustainability integraal onderdeel is van alle disciplines binnen de organisatie.

Vanaf boekjaar 2024 publiceert Hogewoning een jaarlijks openbaar beschikbaar duurzaamheidsverslag voor haar stakeholders en belangstellenden gebaseerd op de richtlijnen van de CSRD.

(1) Universal Declaration of Human Rights | United Nations
(2) ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work | International Labour Organization Guidelines for MNEs - Organisation for Economic Co-operation and Development

Duurzaamheidsverklaringen

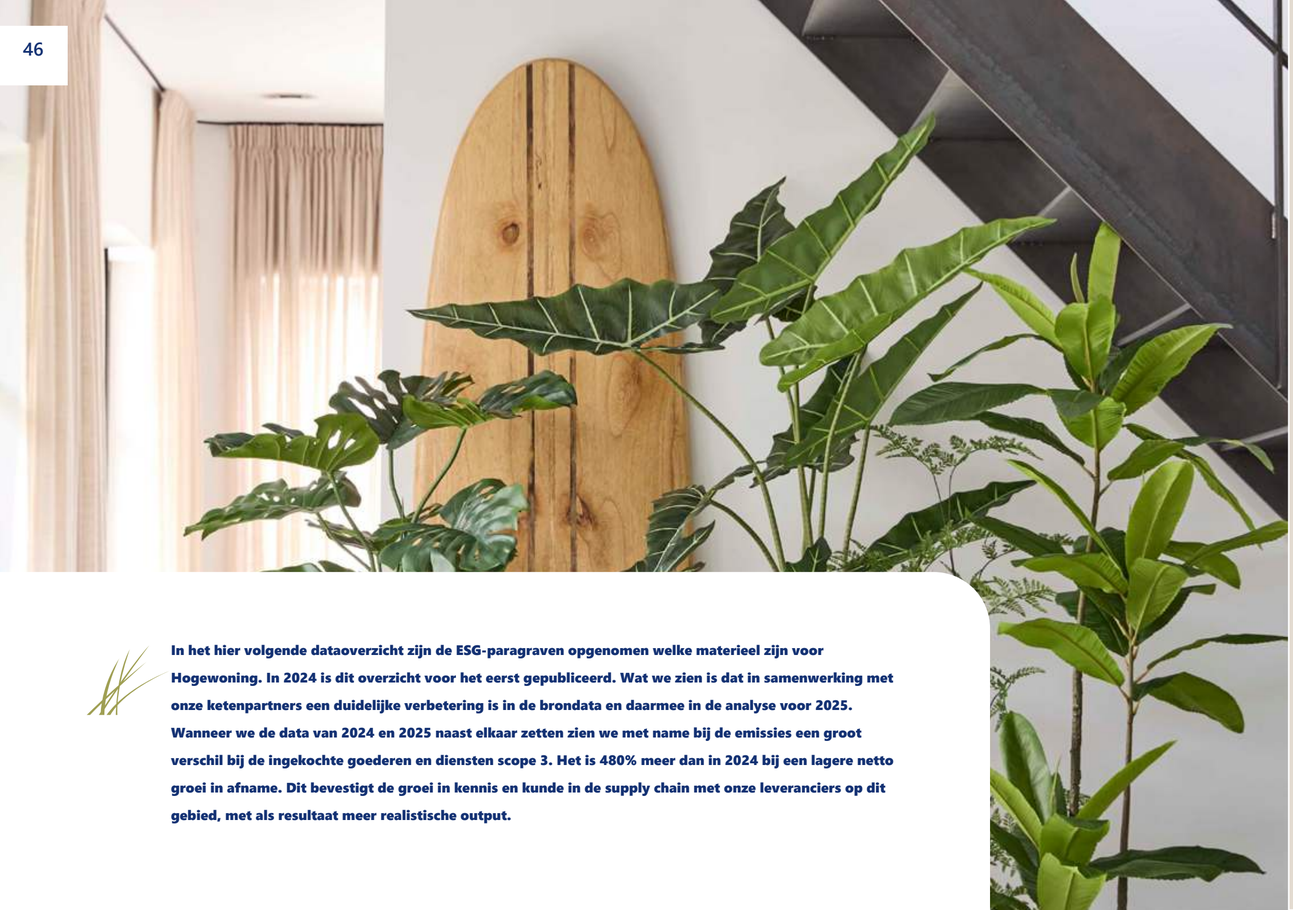
Dit jaarverslag is gebaseerd op de ESRS en de CSRD. Ondanks dat Hogewoning BV volgens wetgeving niet valt onder de scope van de CSRD, werd het eerste jaarverslag op deze basis over boekjaar 2024 gepubliceerd. Hogewoning BV heeft twee dochterondernemingen: Guangzhou Hongchuang Trading Company LTD in China en Hogewoning (UK) Ltd. in Engeland.
Hogewoning (UK) Ltd. is ons verkoopkantoor voor de Britse markt. Na de Brexit bleek het werken met een lokale vennootschap de handelsrelaties te vereenvoudigen.

De jaarcijfers van beide deelnemingen worden niet geconsolideerd in de jaarrekening van Hogewoning BV, omdat de vennootschap een beroep doet op de tussenholdingsvrijstelling van artikel 2:408 BW. Derhalve zijn beide deelnemingen ook geen onderdeel van het geïntegreerde jaarverslag.

Additioneel wordt gebruik gemaakt van internationale standaarden en raamwerken om specifieke duurzaamheidsaspecten inzichtelijk te maken. Zo wordt gebruik gemaakt van het Greenhouse Gas Protocol (GHGP) voor het bepalen van onze scope 1, 2 en 3 emissies en ISO26000 als internationale richtlijn voor duurzame bedrijfsvoering. Alsook onze certificaten en deelnames zoals vermeld op pagina 26.

Dataoverzicht

ESG Data: ‘Weten wat je nu doet is de basis voor duurzame ontwikkeling’



In het hier volgende dataoverzicht zijn de ESG-paragraven opgenomen welke materieel zijn voor Hogewoning. In 2024 is dit overzicht voor het eerst gepubliceerd. Wat we zien is dat in samenwerking met onze ketenpartners een duidelijke verbetering is in de brondata en daarmee in de analyse voor 2025. Wanneer we de data van 2024 en 2025 naast elkaar zetten zien we met name bij de emissies een groot verschil bij de ingekochte goederen en diensten scope 3. Het is 480% meer dan in 2024 bij een lagere netto groei in afname. Dit bevestigt de groei in kennis en kunde in de supply chain met onze leveranciers op dit gebied, met als resultaat meer realistische output.

Environmental standards

E1-5

Inzicht in het totale energieverbruik van de onderneming in absolute waarde, de verbetering inzake energie-efficiëntie, de blootstelling aan kolen-, olie- en gasactiviteiten en het aandeel hernieuwbare energie in haar totale energiemix.

Energieverbruik fossiele bronnen (MWh)	118,607
Energie-intensiteit (MWh per netto-opbrengst)	0,00000103

E1-6

Inzicht in de broeikasgasemissies van de onderneming en in de vraag of deze afkomstig zijn van haar eigen activiteiten of van de upstream- en downstreamwaardeketen.

Scope 1-emissies

Gasverbruik verwarming (tCO2e)	32,6
Zakelijke autos (tCO2e)	35,4
Totaal ton CO2e scope 1	**68,0**

Scope 2-emissies

Elektriciteit (tCO2e locatiegebaseerd)	31,8
Elektriciteit (tCO2e marktgebaseerd)	58,9
Totaal ton CO2e scope 1+2 (locatiegebaseerd)	**99,8**
Totaal ton CO2e scope 1+2 (marktgebaseerd)	**126,9**

Scope 3-emissies

Ingekochte goederen en diensten (tCO2e)	20.711
Upstream transport en distributie (tCO2e)	3.850
Zakelijk reizen (tCO2e)	58
Woon-werkverkeer (tCO2e)	43
Upstream geleaste activa (tCO2e)	65
Totaal ton CO2e scope 3	**24.727**
Totaal ton CO2e (locatiegebaseerd)	**24.826,8**
Totaal ton CO2e (marktgebaseerd)	**24.853,9**

Broeikasgasemissie-intensiteit (tCO2e per netto-opbrengst)	0,000236

E5-4

Inzicht in het materiaalgebruik in de eigen activiteiten en de upstream-waardeketen van de onderneming.

Totaalgewicht producten (ton)	22.532
Percentage biologische materialen duurzaam ingekocht	86,88%
Percentage gerecycled materiaal	1,46%

E5-5

Inzicht in de wijze waarop de onderneming aan de circulaire economie bijdraagt door: i) producten en materialen volgens beginselen van circulaire economie te ontwerpen, en ii) de toename of maximalisering van de mate waarin product-, materiaal en afvalverwerking in de praktijk opnieuw circuleren na primair gebruik.

Totaalgewicht afval (kg)	23.234
Gewicht afval voor recycling (kg)	15.754
Gewicht afval voor verbranding (kg)	7.480
Gewicht niet-gerecycled afval (kg)	7.480
Percentage gewicht niet-gerecycled afval	32%

S1-6
Inzicht in de benadering van de onderneming van de arbeidsverhoudingen, met inbegrip van de reikwijdte en aard van impacts die voortkomen uit de arbeidsvoorwaarden die zij biedt, om zo contextinformatie te verschaffen die helpt inzicht te krijgen in de informatie die bij andere rapportages wordt gerapporteerd en die als basis kan dienen voor het berekenen van kwantitatieve maatstaven die moeten worden vermeld op grond van andere rapportage-eisen in deze standaard.

Totaal aantal FTE	46,8
Waarvan vrouw (FTE)	28,8
Waarvan man (FTE)	18,0
Totaal aantal medewerkers	54
Waarvan vrouw	35
Waarvan man	19
Nieuw in dienst	22
Uitdienst	18

S1-8
Inzicht in de mate waarin eigen werknemers van de onderneming gedekt worden door via collectieve onderhandelingen tot stand gekomen overeenkomsten (cao's) en door de sociale dialoog.

Percentage van medewerkers dat valt onder een CAO	0%

S1-9
Inzicht in de genderdiversiteit op het niveau van het hoger management en in de leeftijdsverdeling van de werknemers van de onderneming.

Vrouwen in directie/managementteam	0
Mannen in directie/managementteam	3
Percentage vrouwen in directie/management-team	0%
Percentage mannen in directie	100%
Werknemers jonger dan 30 jaar	12
Werknemers tussen 30 en 50 jaar	29
Werknemers ouder dan 50 jaar	13

S1-10
Inzicht in de vraag of alle werknemers van de onderneming al dan niet een leefbaar loon volgens toepasselijke benchmarks betaald krijgen.

Percentage werknemers met leefbaar loon	100%

S1-11
Inzicht in de vraag of de werknemers van de onderneming sociale bescherming genieten tegen inkomensverlies als gevolg van grote levensgebeurtenissen; en indien dat niet het geval is, in welke landen dit niet het geval is.

Percentage werknemers beschermd tegen inkomensverlies	100%

S1-12
Inzicht te geven in welke mate mensen met een beperking deel uitmaken van de werknemers van de onderneming.

Percentage werknemers met een arbeidsbeperking	0%

S1-13
Inzicht in de activiteiten op het gebied van opleiding en ontwikkeling van vaardigheden die werknemers aangeboden kregen, binnen de context van de permanente professionele groei, om de vaardigheden van werknemers te actualiseren en bij te dragen aan hun blijvende inzetbaarheid.

Percentage werknemers dat heeft deelgenomen aan regelmatige evaluatie prestaties en loopbaanontwikkeling	100%

S1-14
Inzicht in de reikwijdte, kwaliteit en prestaties van het beheersysteem voor gezondheid en veiligheid op het werk dat is opgezet om arbeidsongevallen te voorkomen.

Percentage werknemers dat onder veiligheids-beheersysteem valt	100%
Aantal sterfgevallen	0
Aantal arbeidsongevallen	0
Aantal gevallen van te registreren beroeps-ziekten	0
Aantal dagen verzuim door letsel en overlijden als gevolg van arbeidsongevallen, beroeps-ziekten en sterfgevallen door beroepsziekte	0

S1-17
Inzicht in de mate waarin incidenten op het werk en ernstige gevallen van impacts op mensenrechten van invloed zijn op het eigen personeel van de onderneming.

Totale aantal incidenten van discriminatie	0
Aantal meldingen bij vertrouwenspersoon	9
Totale bedrag aan geldboeten, geldstraffen en schadevergoedingen voor schade veroorzaakt door de hierboven gerapporteerde incidenten en klachten	€ 0
Aantal ernstige incidenten op het gebied van mensenrechten	0
Totale bedrag aan boeten, geldstraffen en schadevergoedingen voor deze incidenten	€ 0

S2: Mensenrechten
Identificatie van de impact op mensenrechten, risico's beheren en due diligence-processen toepassen.

Percentage BSCI of gelijkwaardig gecertificeerde leveranciers	100%
Percentage leveranciers die de Code of Conduct hebben getekend.	100%

Governance standards

G1-2
Inzicht te geven in de beheersing van het inkoopproces van de onderneming, met inbegrip van een eerlijke omgang met leveranciers.

Percentage van betalingen binnen afgesproken betaaltermijnen	99%
Aantal gerechtelijke procedures wegens laattijdige betalingen.	0

G1-4
Transparantie te verschaffen over de incidenten van corruptie of omkoping tijdens de rapportageperiode en de uitkomsten daarvan.

Aantal veroordelingen en het bedrag van geld-boeten voor inbreuken op wetgeving tegen corruptie en omkoping	0

G1: Verantwoordelijkheid in de keten

Duur van langst lopende leverancier relatie	>30 jaar
Duur van langst lopende klant relatie	>45 jaar

HOGEWONING

TRENDSETTERS IN NATURAL DECORATIONS

Bankijkerweg 12
2231 MH Rijnsburg
The Netherlands

+31 (0)71 40 28 501
sales@hogewoning.com
sustainability@hogewoning.com
www.hogewoning.com