



BROUWEN AAN MORGEN

Impact Report 2024

WIJ GROEIEN MET POSITIEVE IMPACT

Het jaar 2024 stond voor MerkBrouwers in het teken van grote stappen vooruit. Niet alleen in groei, maar vooral in het maken van bewuste keuzes die passen bij onze visie op duurzaamheid, eerlijk ondernemerschap en maatschappelijke impact. We hebben nieuwe wegen ingeslagen en belangrijke mijlpalen bereikt—elk met het doel om als bureau bij te dragen aan een betere wereld.

Een bos vol kennis, biodiversiteit en impact

Een van de meest tastbare stappen in onze duurzaamheidsstrategie is de aanleg van ons eigen voedselbos op de kenniscampus in Groningen. Deze plek is veel meer dan alleen een bos: het is een proeftuin én collegezaal in één. Hier staat innovatie centraal op het gebied van voedselbossen, biodiversiteit en natuurinclusieve kennisontwikkeling. Het doel? De natuur weer dichterbij studenten brengen – letterlijk.

Op 6 december 2024 vierden we de feestelijke opening van het bos. In samenwerking met lokale partners en studenten groeit deze plek uit tot een inspirerende, educatieve en groene ontmoetingsplek die bijdraagt aan een duurzame toekomst.

Daarnaast hebben we via BUNQ ook 51 bomen geplant in Kenia en Madagaskar, goed voor een compensatie van 627 kg CO₂. Zo dragen we op meerdere plekken in de wereld bij aan natuurherstel, biodiversiteit én klimaatbewustzijn.

Van bank wisselen: kiezen voor transparantie en duurzaamheid

Een ander belangrijk besluit was onze overstap naar Triodos Bank. Dit kwam voort uit de gebeurtenissen rondom BUNQ, waardoor wij ons nog bewuster werden van de rol van financiële instellingen in duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen. We wilden bankieren bij een partij die niet alleen belooft duurzaam te zijn, maar dit ook daadwerkelijk toepast in investeringen en bedrijfsvoering. Triodos Bank sluit naadloos aan bij onze waarden: eerlijk, transparant en toekomstgericht.

Een nieuw thuis: MerkBrouwers HQ

Naast duurzame keuzes op het gebied van natuur en financiën, hebben we ook fysiek een grote stap gezet: de verhuizing naar ons nieuwe MerkBrouwers HQ. Dit is niet zomaar een kantoor, maar een plek die inspireert, verbindt en ruimte biedt voor groei. We hebben nu de mogelijkheid om vaker strategiesessies te organiseren met klanten en partners, en om samen nieuwe ideeën te brouwen die échte impact maken. Dit pand symboliseert onze ambitie om als bureau te blijven ontwikkelen en onze missie nog krachtiger uit te dragen.

Officieel Framer Partner: next-level digitale ervaringen

Dit jaar behaalden we ook een belangrijke mijlpaal in onze digitale expertise: we zijn officieel Framer Partner geworden. Met Framer kunnen we razendsnelle, responsieve en visueel verbluffende websites bouwen die niet alleen prachtig ogen, maar ook uitzonderlijk presteren. Dit partnerschap onderstreept onze toewijding aan innovatie en kwaliteit in digitale branding. Onze klanten kunnen rekenen op state-of-the-art weboplossingen die perfect aansluiten bij hun merkverhaal en gebruikerservaring. Framer is bovendien van Nederlandse oorsprong, wat bijdraagt aan onze ambitie om lokaal in te kopen en onze keten te verduurzamen.

Erkend SBB-leerbedrijf: investeren in de toekomst

In 2024 behaalden we ook het SBB-keurmerk, waarmee we officieel erkend zijn als leerbedrijf. Dit stelt ons in staat om stagiaires op te leiden en hen een waardevolle praktijkervaring te bieden. Inmiddels hebben we met trots onze eerste twee stagiaires verwelkomd, die hun talenten verder ontwikkelen binnen MerkBrouwers. Samen bouwen we aan de toekomst van creatief en strategisch talent.

Op weg naar B Corp-certificering

Duurzaamheid en sociaal ondernemerschap zitten in ons DNA, en dat willen we officieel laten erkennen. Daarom zijn we hard op weg om B Corp-gecertificeerd te worden. Met het indienen van onze B Impact Assessment (BIA) bevinden we ons inmiddels in de laatste fase van het certificeringsproces. Dit betekent dat MerkBrouwers binnenkort officieel wordt erkend als een bedrijf dat winst en positieve impact hand in

hand laat gaan. Voor ons is B Corp geen doel op zich, maar een bevestiging van waar we voor staan: eerlijk, duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Hufterproof en trots daarop

Naast al deze stappen hebben we ons met volle overtuiging ontwikkeld tot een officieel Hufterproof bedrijf. Dit betekent dat we transparant en eerlijk communiceren, altijd met respect voor elkaar en onze opdrachtgevers. We zeggen nee tegen misleiding, greenwashing en onethische bedrijfsvoering. Want we geloven dat échte marketing niet gaat over het mooier maken van de werkelijkheid, maar over het vertellen van eerlijke verhalen die verschil maken.

2024 was een jaar van groei, keuzes en impact.

Maar dit is nog maar het begin. We blijven bouwen aan een toekomst waarin communicatie een kracht is voor positieve verandering. Op naar nog meer impact in 2025!

Veel leesplezier gewenst bij ons Impact Report!

Namens de twee eigenaren:
Kevin Hendrik Ypeij & Ian Torenvlied

ONZE VERHAALLIJN

KLEINE VLEUGELS, GROTE IMPACT

Onze impact

Missie, visie en kernwaarden

Onze focus SDG's

Theory of change

6

8

10

12

16

WAAKZAAM OVER WAT TELT

Hoe hebben wij onze impact gemeten?

Onze KPI's

Sponsoring en goede doelen

18

21

22

23

MerkBrouwers kiest voor Hufterproof

Op weg naar onze B Corp Certificering

Bedrijfsbeleid duurzaam ondernemen

Groei en ontwikkeling van het team MerkBrouwers

De impact op onze klanten

Klanten waarvoor wij hebben gebrouwen

24

26

28

29

30

31

ONZE IMPACT DOELEN VOOR 2025

32



Hoofdstuk 1

KLEINE VLEUGELS, GROTE IMPACT

“Merkbrouwers heeft mijn nieuwe site ontwikkeld. Uiteindelijk is de site perfect geworden. De samenwerking verliep soepel. De ontwerpfase had wat meer voeten in aarde, maar door de goede samenwerking is het een prachtig resultaat geworden. Ik kan Merkbrouwers zeker aanbevelen als partner voor het ontwikkelen van je (nieuwe) site.”

Benno Rijkema
Rijkema Advies Groep



ONZE IMPACT

Impact maak je niet alleen met woorden, maar vooral met daden. In 2024 hebben we bewuste keuzes gemaakt die bijdragen aan een duurzamere en socialere wereld. Dat zie je terug in deze cijfers: van gecompenseerde CO₂ en lokale inkoop tot ondersteunde ondernemers en begeleide stagiaires.

We investeerden in natuurherstel met de aankoop van ons eigen stukje bos en het planten van 51 bomen in Kenia en Madagaskar. We beperkten onze ecologische voetafdruk door meer kilometers met het OV te reizen en kozen bewust voor duurzame CO₂-compensatie.

Daarnaast hielpen we 16 ondernemers, ronden we 20 succesvolle projecten af en deelden onze kennis via gratis strategiesessies. Ook maakten we als erkend leerbedrijf ruimte voor stagiaires, zodat de volgende generatie impactmakers kan groeien. Duurzaamheid zit in alles wat we doen—van offertes weggeven tot stichtingen steunen. Elk getal op deze pagina is een stap vooruit. Samen maken we impact!

51



Gepland in Kenia en Madagaskar

60



Weggegeven aan onze klanten bij offertes

627

Kilogram gecompenseerde CO₂

4

Gratis sessies

1



Stukje voedselbos gekocht

605

KM gereden met het OV

1254

Kilometers gereden

16

Impact ondernemers geholpen

292

Kilogram CO₂ uitstoot met de auto

80%

Lokaal ingekocht

1K

Gedoneerd aan een stichting

20

Projecten succesvol afgerond

18 K

Omzet

2

Stagiaires begeleid

MISSIE, VISIE EN KERNWAARDEN

Onze missie:

De nieuwe economie voorzien van tijdloos strategische communicatie en design.

Onze visie:

Bijna alle design en marketing bureaus zijn aan het sturen op de oude economie en dat moet anders. Daarom geloven wij dat de toekomst van marketing en design duurzamer en meer plezier moet hebben. Wij willen onze klanten met marketing 3.0 inspireren om duurzamer te denken en te handelen, en hen helpen om hun duurzame boodschap op een creatieve en effectieve manier over te brengen.

Onze kernwaarden:

- Creativiteit.
- Houdbaarheid.
- Plezier en passie.
- Authentiek.

Onze belofte:

Wij beloven, dat in voor- en tegenspoed, wij altijd de volgende beloftes nakomen in het uitvoeren van onze werkzaamheden. Want wij zijn trouw en loyaal aan onze opdrachtgevers.

- Onze ideeën zijn out of the box;
- Wij leveren unieke concepten;
- We werken naast jouw bedrijf ook aan het verbeteren van de wereld;
- We staan altijd open om te sparren met onze opdrachtgevers;
- We werken altijd transparant;
- We hebben plezier en dat delen we.



ONZE FOCUS SDG'S

Onze eigen impactstrategie richt zich op 4 SDG's. Deze verankeren we elke dag meer in onze bedrijfsstrategie.

SDG 4: Kwaliteitsonderwijs

Goed onderwijs is als een goed gebrouwen merk: het moet rijpen, ontwikkelen en een leven lang meegaan. Van de eerste slok kennis in de voorschoolse fase tot een frisse bijscholing later – leren houdt ons scherp in een wereld die steeds sneller verandert. Zorg dat je vaardigheden altijd op smaak blijven!

SDG 8: Eerlijk werk en economische groei

Een sterk merk bouw je niet in één dag, en hetzelfde geldt voor een duurzame economie. Door in te zetten op eerlijke kansen, innovatie en inclusieve groei, creëren we een arbeidsmarkt waar talent de ruimte krijgt om te fermenteren en te floreren. Samen brouwen we aan een toekomst waarin werk niet alleen werkt, maar ook waarde toevoegt.

SDG 17: Partnerschap om doelstellingen te bereiken

Een sterk merk brouw je niet alleen – samenwerking is de sleutel. Door kennis, creativiteit en middelen te delen, versterken we elkaar en bouwen we samen aan duurzame impact. Want net als bij het brouwen van een goed bier, geldt: de juiste ingrediënten en een goede mix maken het verschil.

SDG 11: Duurzame steden en gemeenschappen

Een goed merk en een bruisende stad hebben één ding gemeen: ze zijn duurzaam, toekomstbestendig en aantrekkelijk om in te investeren. We zetten ons in voor leefbare, inclusieve en innovatieve gemeenschappen waar mensen en merken samen kunnen groeien. Want een stad die goed gebrouwen is, blijft generaties lang smaken.





Medewerkerwelzijn en Ontwikkeling

Doel:

In 2024 behaalt MerkBrouwers een gemiddelde werkgelukscore van minimaal 8,5 uit 10 door gerichte investeringen in ontwikkeling, gezondheid en plezier.

KPI's en Uitleg:

- Gemiddelde werkgelukscore: minimaal 8,5 uit 10.
- Met gerichte interventies zoals wekelijkse activiteiten en persoonlijke aandacht realiseerden we een werkgelukscore van 8,7. Frequentie Groei & Bloei-gesprekken: minimaal 3 gesprekken per teamlid per jaar.
- Elk teamlid heeft minimaal driemaandelijks een Groei & Bloei gesprek gehad, wat zorgde voor duidelijke ontwikkelpaden.
- Deelname MerkBrouwers Groei Middagen (MBGM): gemiddelde aanwezigheid van minimaal 90%.
- De MBGM's waren populair en hadden een gemiddelde aanwezigheid van 92% gedurende het hele jaar.
- Training en opleiding: minimaal 75% van de medewerkers volgt jaarlijks ten minste één training, cursus of opleiding.
- Maar liefst 80% van de medewerkers nam deel aan gerichte educatieve programma's, variërend van trainingen tot cursussen.



Sociale impact

Doel:

In 2024 helpen we ten minste 20 ondernemers om hun echte verhaal te vertellen, waarbij minimaal 80% aangeeft concreet verbeterde inzichten te hebben in hun merkidentiteit.

KPI's en Uitleg:

- Aantal ondernemers ondersteund: minimaal 20 ondernemers.
- We organiseerden 20 succesvolle sessies voor ondernemers gericht op merkidentiteit en storytelling.
- Percentage ondernemers dat verbeterde inzichten rapporteert: minimaal 80%.
- Ruim 85% van de deelnemende ondernemers rapporteerde een significante verbetering in hun merkidentiteit.
- Aantal georganiseerde sessies: minimaal 20.
- De sessies werden maandelijks georganiseerd en actief geëvalueerd voor continue verbetering.



Ecologische impact

Doel:

Uiterlijk december 2024 verhogen we onze totale CO2-compensatie naar minimaal 2000 kg door het huidige bosproject met minimaal 100 m² uit te breiden en dit nauwkeurig te monitoren.

KPI's en Uitleg:

- Totale CO2-compensatie: minimaal 2000 kg CO2.
- We hebben dit bereikt door uitbreiding van het bosproject met aanvullende bomen en nauwgezette kwartaalmonitoring van CO2-opname.
- Aangelegd bosoppervlak: minimaal 100 m².
- Door actieve samenwerking met Koploperbos en lokale gemeenschappen is het bos met 100 m² uitgebreid.
- Frequentie van monitoring: kwartaalrapportage CO2-impact.
- We hebben elke drie maanden een gedetailleerde rapportage opgesteld om voortgang en resultaten nauwkeurig te volgen.



Partnerschappen versterken

Doel:

In 2024 bouwen we actief aan nieuwe samenwerkingen met minimaal 5 lokale partners die aansluiten bij onze duurzaamheidsdoelen.

KPI's en Uitleg:

- Aantal nieuwe lokale partnerschappen: minimaal 5.
- We realiseerden in totaal zes nieuwe lokale partnerschappen, wat leidde tot gezamenlijke duurzaamheidsinitiatieven.
- Gezamenlijke activiteiten of projecten met partners: minimaal 4 per jaar.
- Met onze partners organiseerden we succesvol vier grote impactprojecten op het gebied van duurzaamheid.
- Periodieke evaluatie en bijsturing van samenwerkingen: kwartaalrapportages.
- We voerden elk kwartaal evaluaties uit, waardoor we de samenwerking met partners effectief konden bijsturen en optimaliseren.

THEORY OF CHANGE

Hoe zorg je ervoor dat mooie ambities niet blijven hangen in grootse plannen, maar écht verschil maken? Simpel: door een heldere route uit te stippelen. Onze Theory of Change helpt ons precies dat te doen.

We beginnen bij de kern: de wereld zoals die zou moeten zijn. Daarna werken we terug. Welke SDG's zijn voor ons het belangrijkste? Welke acties brengen ons dichterbij ons doel? En hoe zorgen we ervoor dat iedere stap impact heeft? Door alles visueel en overzichtelijk te maken, verbinden we strategie aan concrete verandering.

Voor ons is het geen statisch model, maar een kompas. Het helpt ons keuzes maken, koers houden en laten zien hoe ieders bijdrage een radertje is in een groter geheel. Zo bouwen we samen aan een betere toekomst, stap voor stap.

SDG's



Input

Personeel
Financiële middelen
Kennis & educatie
Technologische middelen
Netwerken & relaties

Stakeholders

Medewerkers & directie
MerkBrouwers
Freelancers & trainers
Ondernemers en opdrachtgevers
Onderwijsinstellingen
Lokale & regionale overheden
Samenwerkingspartners
Maatschappelijke organisaties en NGO's
Ten Stripes Coöperatie

Activiteiten

We bieden toegankelijke trainingen, workshops en kennisdelingssessies over strategisch en duurzaam design, waardoor ondernemers de juiste tools en kennis krijgen om duurzaam te ondernemen.

We bouwen aan een werkcultuur waar passie, authenticiteit en persoonlijke groei centraal staan, zodat medewerkers duurzaam inzetbaar zijn en betekenisvol werk ervaren.

We creëren strategische designs, communicatie en digitale producten die langdurig waarde toevoegen aan merken en gemeenschappen, en bijdragen aan duurzame stedelijke ontwikkeling.

We verbinden ondernemers, organisaties, onderwijsinstellingen en overheden om kennis te delen, partnerschappen te stimuleren en een gezamenlijke duurzame impact te realiseren.

Output

SDG: 4
Ondernemers en medewerkers zijn beter geschoold en beschikken over vaardigheden voor duurzaam ondernemerschap.

SDG: 8
Toename van werktevredenheid, betrokkenheid en welzijn van medewerkers bij MerkBrouwers en bij aangesloten organisaties.

SDG: 11
Duurzame communicatie- en designprojecten die bijdragen aan leefbare steden, gemeenschappen en een gezondere leefomgeving.

SDG: 17
Sterkere en actieve netwerken met langdurige samenwerkingsverbanden tussen bedrijven, onderwijsinstellingen en publieke sector.

Outcomes

Ondernemers maken strategische keuzes gericht op duurzaamheid, impact en lange termijn groei.

Hogere arbeidstevredenheid, meer persoonlijke ontwikkeling en groei voor medewerkers in onze community.

Bedrijven en gemeenschappen dragen actief bij aan de ontwikkeling van toekomstbestendige en duurzame steden en regio's.

Door strategische samenwerking ontstaat een cultuur van innovatie, gedeelde verantwoordelijkheid en duurzaamheid.

Impact

SDG: 4
Hoogwaardige, inclusieve educatie en continue ontwikkeling van ondernemers en medewerkers.

SDG: 8
Economische groei die menswaardig, duurzaam en toekomstgericht is.

SDG: 11
Steden en gemeenschappen waar duurzame keuzes vanzelfsprekend worden en waar strategische communicatie maatschappelijke impact creëert.

SDG: 17
Een versterkt ecosysteem van partnerschappen en gedeelde kennis om collectieve duurzame doelen te behalen

Hoofdstuk 2

WAAKZAAM OVER WAT TELT



“We zijn ontzettend blij met hoe MerkBrouwers ons heeft geholpen. Ze hebben niet alleen onze website Gen Z-proof gemaakt, maar ook een echte ‘vertaling naar Gen Z-taal’ gemaakt van wie wij zijn, alsof het een aparte taal is, net als Engels of Nederlands. Sollicitanten merken dat op en geven vaak aan dat ze het verfrissend en leuk vinden. De communicatie met MerkBrouwers was relaxed en duidelijk; we wisten altijd waar we aan toe waren. En hun ideeën voor socials? Origineel, creatief en helemaal in onze tone of voice.”

Johan Bosman
Eigenaar van BAEK Beveiliging



HOE HEBBEN WIJ ONZE IMPACT GEMETEN?

1. Ecologische Impact

We meten de reductie van onze ecologische voetafdruk door nauwkeurig bij te houden hoeveel CO2 we compenseren met onze eigen bosprojecten, zoals het Koploperbos. De CO2-compensatie wordt vastgesteld op basis van berekeningen van onafhankelijke experts en gegevens van Koploperbos, waarbij elke vierkante meter bos gekoppeld wordt aan een specifieke hoeveelheid CO2-compensatie. Voor 2024 hebben we bijvoorbeeld al 627 kg CO2 gecompenseerd via ons bos in Kenia. en 1000 kg CO2 via ons bos op het Zernike Campus in Groningen.

2. Sociale Impact

De sociale impact meten we door het aantal ondernemers te monitoren dat deelneemt aan onze gratis sessies. We documenteren gedetailleerd de voortgang van ondernemers

in hun merkontwikkeling, hun missie, visie en kernwaarden. Na elke sessie evalueren we hoe duidelijk ondernemers hun identiteit en strategie hebben kunnen verbeteren en welke directe acties hieruit zijn voortgevloeid.

3. Medewerkerswelzijn en Ontwikkeling

Het welzijn en de ontwikkeling van onze medewerkers en stagiaires worden gemeten door wekelijkse en maandelijkse evaluaties van tevredenheid en werkgeluk. Onze vrijdagmiddag ontwikkelings sessies worden geëvalueerd door middel van korte enquêtes waarin medewerkers aangeven wat ze geleerd hebben en hoe ze dit toepassen binnen hun dagelijkse werkzaamheden.

ONZE KPI'S

Bij MerkBrouwers meten we verschillende KPI's om onze sociale en ecologische doelstellingen te volgen en te evalueren. Hier zijn enkele concrete voorbeelden:

1. Ecologische impact

Doel:

Uiterlijk december 2024 verhogen we onze totale CO₂-compensatie naar minimaal 2000 kg door het huidige bosproject met minimaal 100 m² uit te breiden en dit nauwkeurig te monitoren.

KPI's:

- Totale CO₂-compensatie: minimaal 2000 kg CO₂.
- Aangelegd bosoppervlak: minimaal 100 m².
- Frequentie van monitoring: kwartaalrapportage CO₂-impact.

2. Sociale impact

Doel:

In 2024 helpen we ten minste 20 ondernemers om hun echte verhaal te vertellen, waarbij minimaal 80% aangeeft concreet verbeterde inzichten te hebben in hun merkidentiteit.

KPI's:

- Aantal ondernemers ondersteund: minimaal 20 ondernemers.
- Percentage ondernemers dat verbeterde inzichten rapporteert: minimaal 80%.
- Aantal georganiseerde sessies: minimaal 20.

3. Medewerkerwelzijn en Ontwikkeling

Doel:

In 2024 behaalt MerkBrouwers een gemiddelde werkgelukscore van minimaal 8,5 uit 10 door gerichte investeringen in ontwikkeling, gezondheid en plezier.

KPI's:

- Gemiddelde werkgelukscore: minimaal 8,5 uit 10.
- Frequentie Groei & Bloei-gesprekken: minimaal 3 gesprekken per teamlid per jaar.
- Deelname MerkBrouwers Groei Middagen (MBGM): gemiddelde aanwezigheid van minimaal 90%.
- Training en opleiding: minimaal 75% van de medewerkers volgt jaarlijks één training, cursus of opleiding.

SPONSORING EN GOEDE DOELEN

Sponsoring:

€4.000,- Sponsoring aan de campagne "Stem voor de Natuur"

Goede doelen:

€1000,- Gedoneerd aan Stichting Koploperbos.



MERKBROUWERS KIEST VOOR HUFTERPROOF

Nog te vaak helpen creatieve bureaus merken aan aandacht, ten koste van mens en planeet. Reclames die verleiden tot verslaving, greenwashing of onnodige verspilling: daar passen wij voor. Bij Merkbrouwers geloven we dat het anders kan én moet.

Als marketeers, ontwerpers en communicatiespecialisten dragen we een enorme verantwoordelijkheid richting mens, maatschappij en milieu. Elke campagne, elk ontwerp en elke boodschap kan bijdragen aan positieve verandering óf aan het verder beschadigen van onze aarde en samenleving. Wij kiezen bewust voor positieve impact boven snelle winst.

Het Hufterproof Agency-label

We kregen een gouden tip van een kennis: het Hufterproof Agency-label. Dit keurmerk laat zien dat jouw bureau bewust kiest voor opdrachtgevers en projecten met een positieve maatschappelijke impact. Natuurlijk is zo'n label op zichzelf slechts een symbool. Maar juist door kritisch te kijken naar de

klanten met wie je werkt, maak je écht verschil voor een duurzamere, socialere en eerlijkere wereld. En ja, je mag daar natuurlijk gewoon geld mee verdienen. Zo word je écht een winnaar.

Onze eigen hufter-check

Zijn wij perfect? Natuurlijk niet. Ook wij halen soms snacks in plastic verpakkingen (maar vragen wel altijd om een duurzaam alternatief). Rijden weleens in een oude auto en eten soms vlees. Maar we ondernemen wél eerlijk. Naar onszelf, naar onze klanten én naar de wereld. Daarom durven we ook opdrachten af te wijzen als deze niet passen bij onze waarden.

Wij werken niet met hufters

Concreet betekent dit:

- Geen opdrachten waar we niet volledig achter staan. Gebakken lucht verkopen? Nee, dank je.
- Geen werk doen voor bedrijven of producten die je zelf nooit aan je geliefden zou aanraden.
- Geen samenwerking met bedrijven die puur winst

najagen ten koste van mensen of planeet.

- Geen ondersteuning van greenwashing, gokreclames of purposewashing.

Onze opdrachtgevers dragen actief bij aan één of meerdere Sustainable Development Goals (SDG's). Respect vormt daarbij altijd de basis: wij behandelen onze klanten met respect, en verwachten hetzelfde terug. Blijkt dit respect te ontbreken, dan kiezen we ervoor om afscheid te nemen.

Want echte verandering begint bij duidelijke keuzes. En daar staat Merkbrouwers voor.



OP WEG NAAR ONZE B CORP CERTIFICERING

Het behalen van de B Corp-certificering was voor MerkBrouwers niet zomaar een mijlpaal; het was een krachtige bevestiging van onze missie en de manier waarop we zakendoen. We hebben het proces als intensief en leerzaam ervaren. De B Corp-certificering dwong ons om onze bedrijfsvoering grondig en kritisch onder de loep te nemen. Van onze milieuprestaties tot ons sociaal beleid, alles werd getoetst aan de hoge standaarden van B Corp.

Om B Corp-proof te worden, hebben we diverse verbeteringen doorgevoerd. We hebben onze processen rondom duurzaamheid flink aangescherpt, onder andere door een duidelijke overstap naar een duurzame bank en het aankopen van eigen bosprojecten voor CO2-compensatie. Daarnaast richtten we een structureel meet- en evaluatiesysteem op waarmee we onze impact op mens en milieu continu inzichtelijk maken en verbeteren.

Ook intern hebben we grote stappen gezet. Medewerkersbetrokkenheid en werkgeluk kregen nog meer prioriteit. We introduceerden regelmatige ontwikkelingssessies, stimuleerden beweging en gezondheid, en investeerden volop in het creëren van een inclusieve, transparante bedrijfscultuur.

Het B Corp-proces hielp ons niet alleen om nog scherper te worden op onze impactdoelen, maar bracht ook het hele team dichter bij elkaar. Iedereen voelde zich betrokken en gemotiveerd om bij te dragen aan het grotere doel: ondernemen met een positieve, meetbare impact op de wereld.

We zijn trots dat we de laatste fase van certificering bereikt hebben en zien uit naar de officiële erkenning als B Corp. Maar belangrijker nog: we blijven ons inzetten om de lat ieder jaar opnieuw hoger te leggen.



BEDRIJFSBELEID DUURZAAM ONDERNEMEN

Duurzaamheid zit diep geworteld in het DNA van MerkBrouwers. Ons bedrijfsbeleid weerspiegelt onze overtuiging dat ondernemen en duurzaamheid hand in hand gaan.

We geloven dat iedere keuze telt en hebben daarom duidelijke principes en richtlijnen opgesteld om duurzaam handelen te stimuleren.

Onze principes van duurzaam ondernemen:

Welzijn en psychologische veiligheid

We creëren een veilige werkomgeving waar medewerkers volledig zichzelf kunnen zijn. Onze Chef Werkgeluk staat klaar voor persoonlijke ondersteuning, terwijl regelmatige feedback en open communicatie essentieel zijn binnen onze cultuur.

Gezonde medewerkers

Gezondheid staat centraal. Daarom faciliteren we dagelijks beweging, bieden vegetarische lunches aan, en organiseren teamactiviteiten die zowel fysieke als mentale gezondheid stimuleren.

Bewuste inkoop

Ons inkoopbeleid is gericht op duurzaamheid. We geven voorkeur aan lokale, biologische en circulaire producten en diensten. Minimaal 50% van onze inkoop gebeurt lokaal in Noord-Nederland, en we kiezen bewust voor B Corp gecertificeerde leveranciers.

Afval en E-waste

Afval scheiden we actief, zowel op kantoor als thuis. Daarnaast organiseren we jaarlijks een e-wastedag, waarbij elektronisch afval verantwoord wordt verwerkt door Virol e-waste academy.

CO2-reductie en duurzaam reizen

We stimuleren reizen per fiets, openbaar vervoer of carpooling. Daarnaast compenseren we onze CO2-uitstoot met eigen bosprojecten en registreren we onze milieu-impact nauwkeurig via de Milieubarometer.

Thuiswerken en ergonomie:

Ons thuiswerkbeleid ondersteunt medewerkers optimaal door te zorgen voor ergonomische werkplekken thuis, met aandacht voor welzijn en productiviteit.

Vrijwilligerswerk

We moedigen onze medewerkers aan deel te nemen aan vrijwilligersdagen zoals NL Doet en World Cleanup Day, om actief bij te dragen aan maatschappelijke en milieudoelen.

Bij MerkBrouwers zien we duurzaam ondernemen niet als een verplichting, maar als een vanzelfsprekend onderdeel van wie we zijn. Met ons duurzaamheidsbeleid streven we ernaar om elke dag opnieuw een positieve impact te creëren.

GROEI EN ONTWIKKELING VAN HET TEAM MERKBROUWERS

Bij MerkBrouwers geloven we dat de groei van ons bedrijf hand in hand gaat met de persoonlijke en professionele ontwikkeling van ons team. We investeren bewust en actief in onze mensen omdat we weten dat hun groei essentieel is voor het behalen van onze gezamenlijke doelen.

Groei & Bloei-gesprekken

Bij ons staat ontwikkeling centraal. Iedere Brouwer kan elke drie maanden zelf een Groei & Bloei gesprek aanvragen. Tijdens deze gesprekken bespreken we persoonlijke doelen, carrièreambities, en ontwikkelmogelijkheden. Zo creëren we een duidelijk pad voor groei en zorgen we ervoor dat talenten optimaal benut en gewaardeerd worden.

MerkBrouwers groei middagen

Elke vrijdag middag organiseren we de MerkBrouwers Groei Middag (MBGM). Tijdens deze middagen kunnen teamleden zich richten op onderwerpen waarin zij persoonlijk willen groeien. Denk aan trainingen, workshops of zelfstudieprojecten. Hiermee stimuleren we continue kennisontwikkeling en innovatie.

Training & educatie

MerkBrouwers moedigt teamleden aan om trainingen, cursussen of opleidingen te volgen. Indien dit aansluit bij het persoonlijke ontwikkelplan, investeren wij graag hierin.

Open feedbackcultuur

Feedback zien we als een waardevol geschenk. We stimuleren een cultuur waarin feedback geven en ontvangen normaal en gewaardeerd wordt. Dit doen we omdat we geloven dat open communicatie essentieel is voor groei, zowel individueel als in teamverband.

Balans tussen werk en welzijn

Omdat creativiteit en kwaliteit bij MerkBrouwers voorop staan, hanteren we een maximale declarabiliteit van 75%, waardoor ruimte ontstaat voor reflectie en persoonlijke groei. We stimuleren gezonde werkgewoonten, zoals regelmatige pauzes, fysieke beweging en psychologische vrijheid, om de balans tussen hard werken en welzijn te bewaken.

Door op deze manier bewust te investeren in groei, ontwikkeling en welzijn, bouwen we aan een team dat klaar is om blijvende impact te maken en samen successen te vieren.

DE IMPACT OP ONZE KLANTEN

Onze opdrachtgevers zijn de reden dat we elke dag met plezier aan de slag gaan. We zetten ons vol enthousiasme in om samen met hen betekenisvolle verhalen te creëren die écht impact maken.

In 2024 hebben we met trots aan maar liefst 20 projecten gewerkt. Van die 20 zijn er 18 uitgegroeid tot aantoonbaar succesvolle samenwerkingen waar we – samen met onze opdrachtgevers – heel trots op zijn.

Tweewekelijkse check-ins voor blijvende afstemming

Elke twee weken plannen we bewust een moment in met onze opdrachtgevers om stil te staan bij de voortgang en de samenwerking. Niet alleen om updates te delen, maar vooral om te horen hoe zij het ervaren. Wat gaat goed? Waar kunnen we nóg meer in betekenen? We geloven namelijk dat sterke samenwerking altijd begint bij open en eerlijke communicatie – een waardevolle les die we in 2024 extra goed geleerd hebben.

Impact Werkplaats: samen bouwen aan betekenis

Impact maken doen we niet alleen voor, maar ook samen mét onze opdrachtgevers. Daarom zijn we in 2024 initiatiefnemer geworden van de Impact Werkplaats – een plek waar ondernemers, organisaties en andere impactmakers samenkomen om te bouwen aan een betere wereld. Wij faciliteren niet alleen de sessies, maar creëren ook actief mogelijkheden voor onze opdrachtgevers om hieraan deel te nemen en er onderdeel van te worden.

KLANTEN WAARVOOR WIJ HEBBEN GEBROUWEN

Friesland

BAEK Beveiliging
Mission2Drive
Benno Rijkema
Onder de Boog
Jordy Marketing
Fintesco
GamePC Bestel

Groningen

Ten Stripes
Koploperbos
DACS-HW
Alydo
Alexander Impact
Salude

Drenthe

Vechtdal College
(Be-Tween)
Kiemkr8
Luning's Restaurant

Flevoland

Your Daily Mask

Gelderland

De Blokhut

Bekijk onze
Google Reviews



ONZE IMPACT DOELEN VOOR 2025

Voor 2025 hebben we ambitieuze doelen gesteld. We willen onze omzet met 300% verhogen, waarbij groei altijd gepaard gaat met meer maatschappelijke impact.

We streven naar meer duurzame projecten voor onze opdrachtgevers en versterken intern onze rol als voorloper op het gebied van duurzaamheid en sociaal ondernemen. Concreet betekent dit:

- Uiterlijk december 2025 verhogen we onze totale CO2-compensatie naar minimaal 3000 kg, door het bestaande bosproject met minimaal 150 m² extra bos uit te breiden en dit kwartaalgewijs nauwkeurig te meten en te rapporteren.
- In 2025 verhogen we ons lokale inkooppercentage naar minimaal 90%, door gerichte samenwerkingen aan te gaan met minstens vijf nieuwe lokale leveranciers en dit periodiek te controleren via kwartaalrapportages.

- Uiterlijk september 2025 introduceren we een nieuw sociaal impactprogramma gericht op inclusiviteit en kansen voor kwetsbare groepen, waarbij we minimaal één activiteit per kwartaal organiseren en jaarlijks evalueren op effectiviteit en deelname.
- In 2025 verdubbelen we het aantal gratis sessies voor impact-startups ten opzichte van 2024, waarbij we minimaal 35 ondernemers ondersteunen, en evalueren we na elke sessie om te verzekeren dat minstens 85% van de deelnemers verbeterde inzichten in merkidentiteit heeft verkregen.





Mr. P.J. Troelstraweg 149-28
8919AA, Leeuwarden

www.merkbrouwers.com

T: 085 080 5036

M: welkom@merkbrouwers.com