



RWS BEDRIJFSINFORMATIE

Supplement Categorieplan Catering

Warme Dranken automaten

Datum	16 juli 2015
Status	DEFINITIEF



Colofon

Uitgegeven door Rijkswaterstaat Corporate Dienst, IUC Bedrijfsvoering
 Informatie Rob Heijink
 Telefoon 06-10413165
 Fax
 Uitgevoerd door
 Opmaak
 Datum 16 juli 2015
 Status DEFINITIEF
 Versienummer 1.0
 Versiebeheer tabel

Versienummer	Datum	Besproken met	Opmerkingen
Versie 0.1	Sept 2013	IUC EZ	Volgend op goedkeuring categorieplan catering
Versie 0.2	Juni 2014	IUC RWS	Overdracht categorie naar RWS, ervaringen met aanbestedingen
Versie 0.3	Juli 2014	Coordinator IMT	Veel toelichting verplaats naar bijlage
Versie 0.4	Sept 2014	Klantenraad catering	Discussie over basiskwaliteit koffie
Versie 0.5	Januari 2015	Klantenraad catering	Instemming klantenraad
Versie 0.6	Februari 2015	Inkoop management team	
Versie 0.7	Maart 2015	Tactisch inkoopoverleg	
Versie 0.7.3.	April 2015	Portfoliomanager facilitair Contractmanager	Tekstuele aanpassingen
Versie 0.7.4	Mei 2015	Directeur Inkoop en bedrijfsvoering CD RWS	Toegevoegd basispakketten en vergaderkoffie
Versie 0.7.5	Mei 2015	ICFH	Contractduur nadere overeenkomsten beperkt. Kleine aanpassingen in bijlage.
Versie 0.8	Juni 2015	Voorleesgroep	Onderzoek naar verwerking koffiebekers als actie toegevoegd.
Versie 0.8.1	Juli 2015	ICIA	Naamswijziging : warme dranken automaat en losse opmerkingen FMH Goedgekeurd
Versie 1.0	Juli 2015		



Voorwoord

In het Categorieplan Catering uit 2013 is reeds aangekondigd dat er een supplement categorieplan zou volgen, speciaal voor de warme dranken automaten. Dit supplement ligt nu voor u. Het geeft aan hoe de rijksoverheid in de toekomst om wil gaan met de warme dranken (en koud water) voorziening in haar kantoren. De ervaringen die de afgelopen jaren zijn opgedaan met de marktpartijen en de interne opdrachtgevers zijn in dit plan verwerkt.

Aangezien het een supplement is, wordt niet op alle punten voldaan aan de nieuwe leidraad categorieplan, voor de algemene teksten wordt verwezen naar het categorieplan catering.

De koffie- en thee voorziening op het werk is belangrijk voor een goede sfeer en motivatie bij de medewerkers. Vaak wordt gratis koffie en thee gezien als secundaire arbeidsvoorwaarde en een verworven recht. Het budget voor koffie- en thee voorziening is in verhouding tot het gehele facilitaire budget klein, maar het effect op de tevredenheid van de werknemer is groot. Het is een belangrijk facilitair product, waar de facilitaire dienst een visitekaartje mee af geeft. Met een score van 7,1¹. ten opzichte van de andere facilitaire voorzieningen in 2013, zit de warme dranken automaat in de middenmoot.

Gemiddeld drinken we als rijksambtenaar 6 (!) gratis consumpties per dag, dat zou neerkomen op 175 miljoen consumpties per jaar. Dat is ca. 1200 van onderstaande tankwagens, met koffie, thee of andere dranken.



Door de ontwikkelingen van meer verschillende luxe koffies (Starbucks) neemt bij de medewerkers de waardering voor 'goedkope', gratis aangeboden koffie af. De werkgever wil vaak niet teveel uitgeven aan de gratis koffievoorziening, daarom speelt bij de aanbesteding de prijs vaak een belangrijkere rol dan de kwaliteit. Een andere reden is dat kwaliteit lastig te definiëren of te meten is. Daardoor heeft zich een vechtmakrt ontwikkeld, die vaak leidt tot juridische procedures. In die situatie geven veel leveranciers aan dat ze niet de kans krijgen om te laten zien wat ze kunnen, koffie is immers beleving, dat gaat niet voor de laagste prijs. Contractmanagers tenslotte hebben ervaringen waarbij afspraken uit het contract niet nagekomen worden, in sommige gevallen wordt zelfs gesjoemeld met de dosering van de koffie en de facturen. Kortom een lastige situatie, die vraagt om verbetering.

¹ http://www.integron.nl/images/facility_beleving_2014_infographic_digitaal.jpg

In dit plan wordt een andere (inkoop)strategie uitgewerkt, die daar een einde aan moet gaan maken, daarbij ligt ook meer accent op kwaliteit en duurzaamheid. De verwachting is dat door te gaan werken met de catalogus voor verschillende automaten, soorten koffie en andere toevoegingen, er meer sprake is van keuzevrijheid voor de gebruikers. Tegelijkertijd worden gebruikers meer betrokken bij de kwaliteit en beleving van de koffie.

Er wordt transparant gemaakt wat de kosten van de verschillende kwaliteitsniveaus koffie zijn en tegelijkertijd is standaardisatie mogelijk als dat gewenst is. In het eerste hoofdstuk wordt ingegaan worden op de visie en doelen voor de warme drankenvoorziening voor het rijk. In hoofdstuk 2 wordt de opzet van een dergelijke aanpak nader beschreven.

Daarna wordt een aantal belangrijke beleidswijzigingen ingezet met als doel de komende jaren een duurzame warme drankenvoorziening voor het Rijk te realiseren. Belangrijk uitgangspunt in dit deelcategorieplan is de keuze voor de biobased rijkskoffiebeker. Daarna volgen zaken als activiteiten, organisatie, capaciteit en budget. De algemene onderdelen als huidige contracten, markt en ontwikkelingen zijn beschreven in verschillende bijlagen.

Er zal een speciale versie van dit plan uitgebracht worden, geschikt voor externe verspreiding. Deze versie kan alleen verspreid worden naar bekende contacten binnen de (rijks)overheid.

De Categoriemanager Catering, Rijkswaterstaat

Rob Heijink
Juli 2015



Inhoud

1	Managementsamenvatting—7
2	Doelstelling Categoriemanagement—8
2.1	Scope—8
2.2	Besparing en standaardisatie—9
2.3	Rijksbrede PDC—10
3	Aanbestedingsstrategie—12
3.1	Aanpak—12
3.2	De catalogus warme drankautomaten—13
3.3	KPI's - Warme dranken automaten—14
4	Kwaliteit en Prijs—16
4.1	Koffie = Beleving—16
4.2	Kosten—17
5	Duurzaamheid—21
6	Drinksystemen (Koffiebekers)—23
6.1	Waarom één rijkskoffiebeker?—23
6.2	Marktpartijen als ketenregisseur.—25
6.3	Kosten bekens—26
6.4	Vervolgstappen.—26
7	Activiteiten en Contractmanagement—28
7.1	Activiteiten—28
7.2	Contractmanagement—29
7.2.1	Bonus/malus—29
7.3	Communicatie en Organisatie—29
7.4	Indexering—30
8	Bijlage: Voorbeeld van een catalogus op internet: Coffee@work—31
9	Bijlage: Supplement Warme drankautomaten—32
10	Bijlage: Aspecten duurzaamheid—33
10.1	De automaat—33
10.1.1	Hergebruik automaten en onderdelen—33
10.1.2	Levensduur—34
10.2	Ingrediënten—35
10.2.1	De Teelt: Sociale voorwaarden—35
10.2.2	Transport—35
10.2.3	Verpakkingen—36
10.2.4	Afvoer koffie residu (optioneel)—36
10.2.5	Onderhoud: Social return—37
11	Bijlage: Nadere uitwerking hergebruik automaten—38
12	Bijlage B-93 Green Deal Duurzame Koffie in Nederland in 2015—39

13	Bijlage: Achtergronden koffiebeker—42
14	Bijlage: Kabinetsbeleid Biobased Economy—44
15	Bijlage: Aanbieders bekens voor warme dranken (biobased en composteerbaar)—47
16	Bijlage: Huidige situatie—49
16.1	Inkoopvolume—51
16.2	Doelgroep—51
16.2.1	Leefijdsopbouw—51
16.3	De Markt—52
16.4	Dynamiek van de markt—53
16.4.1	Branchevereniging—53
16.5	Inkoopstrategische positionering—54
16.6	Stakeholders en Maatschappelijke context—55
16.6.1	Medezeggenschap:—56
16.7	Trends in de markt—56
16.7.1	Technologische ontwikkelingen—57
17	Bijlage: Zetmethoden—59
17.1	Conclusie—60
18	Bijlage: Kenmerken koffiesystemen—61
19	Bijlage: voorbeeld prijzenblad voor de uitvraag catalogus.—62
20	Bijlage: Indexeringen—64



1 Managementsamenvatting

Dit supplement categorieplan bestaat uit drie hoofdonderdelen:

- De nieuwe aanbestedingsstrategie
- Duurzaamheid
- De (rijks)koffiebeker

Voor deze onderdelen is veel achtergrondinformatie verzameld, die is zoveel mogelijk in de bijlagen weergegeven.

De huidige werkwijze met betrekking tot het aanbesteden van de warme dranken voorziening is intensief en kent veel problemen. Daarom zal worden overgestapt op een andere manier van aanbesteden. Voor alle locaties van een facilitaire Concern Dienstverlener (CDV) zal een catalogus uitgevraagd worden, waaruit verschillende automaten, zetmethoden en soorten koffie te kiezen zijn. Afnemers die nog niet bij een CDV aangesloten zijn, kunnen bestellen uit de catalogus van 1 van de CDV's. Deze aanpak geeft de nodige flexibiliteit in de rijkskantoren, die noodzakelijk is in deze tijd van veranderingen bij de rijksoverheid. Daarbij worden de financiële gevolgen van gemaakte keuzen meteen duidelijk. Door deze aanpak is verdere standaardisering, indien gewenst, makkelijk door te voeren, ook gedurende het contract. Ook veranderingen in de koffiewensen van de gebruikers, zijn snel door te voeren. Er is minder capaciteit voor inkoop en contractmanagement nodig, dan in de huidige situatie met veel aanbestedingen, juridische issues, kleine contracten en ontevreden gebruikers.

Bij de keuze van de automaten en de soorten koffie zal de eindgebruiker meer worden betrokken, er zal om hun mening gevraagd worden bij het maken van de keuze. Ook gedurende de looptijd van het contract zal de leverancier aanpassingen doorvoeren als er teveel ontevreden gebruikers zijn. Een goede kwaliteit koffie hoeft niet (veel) meer te kosten en levert tevreden (en productieve) medewerkers op.

Duurzaamheid is een belangrijk en complex kwaliteitsaspect bij de aanbesteding van koffie(automaten). Om vrijheid en expertise bij de leverancier te laten wordt gebruik gemaakt van een overkoepelende maatstaf voor alle aspecten. Gedacht wordt aan CO2 uitstoot, waarbij het einddoel zou moeten zijn een volledig CO2 neutrale productieketen.

In dit plan wordt ook een voorstel gedaan voor 1 rijkskoffiebeker. Het heeft voordelen voor het rijk om overal dezelfde koffiebeker te gebruiken. Het Kabinetsbeleid heeft sterk ingezet op het gebruik van biobased producten, het ligt dan ook voor de hand om voor de rijksoverheid te kiezen voor een biobased koffiebeker. Gekoppeld daaraan wordt een campagne opgezet om het hergebruik van de beker te stimuleren. Dezelfde beker meer malen gebruiken is duurzamer én goedkoper. Ook de duurzame gezamenlijke verwerking van de biobased koffiebeker is een actiepoint.

2 Doelstelling Categoriemanagement

In het vastgestelde categorieplan catering² staat de volgende visie op catering:

“De visie van het rijk op catering is dat de werkgever er voor zorgt dat lekker en gezond eten en drinken voor zover mogelijk dicht bij het werk beschikbaar is. De eigen vergoeding die hiervoor van medewerkers gevraagd wordt moet redelijk ('marktconform') zijn. De eigen bijdrage van de werkgever wordt zo laag mogelijk gemaakt.”

Het streven is om het grootste deel van de medewerkers gebruik te laten maken van de aangeboden voorzieningen.

De overheid wil een voorbeeld zijn voor ontwikkelingen op het terrein van duurzaamheid, dat heeft betrekking op milieuaspecten van de productie van drinken en voedsel, maar ook op andere aspecten, bijvoorbeeld de bedrijfsvoering van de cateraar en de sociale aspecten die betrekking hebben op de restauratieve voorzieningen.”

Deze vastgestelde visie kunnen we “vertalen” naar de warme drankenvoorziening:

“De werkgever zorgt voor gratis warme drankenvoorziening van goede kwaliteit in de nabijheid van de werkplek. Voor luxere dranken wordt door de medewerker zelf een marktconforme vergoeding betaald. Bij de inkoop van deze voorziening wordt ingezet op alle aspecten van duurzaamheid in de brede zin.”

Door het beleid en de strategie in dit plan uit te voeren, moet deze visie gerealiseerd worden. In 2015 wordt hiermee een start gemaakt. In hoofdstuk 5 worden de bijbehorende activiteiten beschreven.

2.1

Scope

Onder automatencatering worden alle activiteiten, diensten en middelen verstaan die zijn gericht op het decentraal beschikbaar stellen van dranken en versnaperingen op en in de nabijheid van werkplekken door middel van automaten.

In dit plan beperken we ons tot de voorziening van warme dranken en koud water uit de automaat.

Er zijn verschillende soorten dranken beschikbaar in de automaat. In grote lijnen is ongeveer 50% van de genuttigde dranken koffie, 35% is thee (warm water), 10% cacao en de rest is soep en overige smaken. Thee is groeiende ten opzichte van koffie. Thee uit de automaat wordt steeds vaker vervangen door losse theezakjes. Voor de koffie kan er gekozen worden uit een aantal zetmethodes. In bijlage 17 is een overzicht hiervan te vinden.

Het assortiment bestaat standaard uit:

- Koffie (zwart, melk, suiker en melk + suiker)
- Cappuccino (zonder of met suiker)

² Categorieplan catering; Ministerie van EL&I, versie 1.3 d.d. 14 februari 2013



- Espresso (zwart, melk, suiker en melk + suiker)
- Cacao (normaal, luxe, wiener melange)
- Heet water (+ losse theezakjes)
- Koud water

Daarnaast is er de mogelijkheid om extra te bestellen:

- Soep
- Thee (uit automaat)
- Cafeïnevrije keuzes

Let op: deze extra keuzen kunnen niet uit iedere automaat komen en brengen extra kosten met zich mee. Soms is losse toevoeging (bijvoorbeeld bij cafeïnevrije keuzes) de beste oplossing.

Dit plan heeft met name betrekking op de gratis drankenvoorziening voor de medewerkers. Daarnaast is ook sprake van door de cateraar gerunde koffiecorners, waar de medewerker luxe koffie kan kopen. Hierover is reeds het nodige beschreven in het vastgestelde categorieplan catering. Ook is momenteel sprake van een nieuw (commercieel) concept, (bijvoorbeeld "The Coffeekitchen" zie bijlage 10.5.). Hierbij is de keuze in soorten dranken veel groter, maar wordt van de medewerker ook een bijdrage gevraagd van tussen de € 1,20 - € 1,70.

De vendingautomaten³ maken wel onderdeel uit van de categorie catering, maar daar is op dit moment nog geen beleid voor. In het vastgestelde categorieplan is reeds aangegeven dat deze voor rekening en risico van de cateraar, na overleg met de opdrachtgever, geplaatst kunnen worden. In enkele gevallen maken de vendingautomaten onderdeel uit van het warme dranken contract.

2.2

Besparing en standaardisatie

In de voorstudie voor de categorie catering⁴ is nauwelijks aandacht besteed aan warme dranken automaten. Er zijn dan ook geen specifieke kansen op dit terrein benoemd. Wel gelden de algemene kansen als gebundelde aanbestedingen en gezamenlijk uitvoeren van contractmanagement ook voor warme dranken automaten. Zoals in de inleiding gesteld: 'koffie is beleving', kansen liggen hier dan ook minder in financiële besparingen maar meer in een toename van tevredenheid voor alle partijen. De hierna te beschrijven werkwijze, met een catalogus voor koffiemachines en soorten koffie, moet leiden tot minder aanbestedingen en dus ook minder (discussie over) smaaktesten en juridische procedures. Niet meer het wiel uitvinden per aanbestedende dienst, dat is waar het hierbij om gaat. Uiteindelijk leidt dat tot rust en duidelijkheid en dus op die manier ook tot een besparing.

Ervaring heeft geleerd dat de prijs per consumptie maar voor een deel afhangt van de kwaliteit van de koffie. Duidelijk is dat indien een contract meer zekerheid biedt voor een gegarandeerde afzet en er minder risico's naar de leverancier doorgeschoven worden, er voor een goede prijs een goede kwaliteit koffie ingekocht kan worden. Door verschillende kwaliteitsniveaus tegelijk uit te vragen, wordt transparant wat de prijs voor betere kwaliteit is. Gratis koffie moet goed genoeg zijn, maar zal niet het niveau van een luxe 'barista' cappuccino of latte macchiato met verse melk halen. De verschillende kwaliteitsniveaus en de kosten daarvan worden in de nieuwe aanpak transparant.

³ Er kan onderscheid gemaakt worden tussen: snoep, frisdrank en combiautomaten. Daarnaast is in specifieke situaties (bijvoorbeeld bij Defensie) sprake van foodautomaten.

⁴ Voorstudierapport categorie catering; portfolio facilitair, december 2009; Adriaan van der Schans

In principe wordt bij een aanbesteding Warme Dranken Automaten (WDA) de Total Cost of Ownership (TCO) uitgevraagd. Het gaat dan om alle kosten die tijdens de levensduur van een automaat gemaakt worden. Vanaf de productie, het vervoer, het onderhoud, de exploitatie tot en met de ontmanteling. Al deze kosten worden bij voorkeur opgenomen in een integrale kostprijs (ICP) per consumptie. Dat geeft helderheid bij de facturatie en budgettering, heel duidelijk is wat de warme drankenvoorziening kost.

Voordeel van die werkwijze is ook dat voor de gehele factuur het lage BTW percentage van 6% betaald wordt. Bij een splitsing van de prijs in de genoemde onderdelen, wordt voor onderhoud en huur het hoge BTW percentage gerekend. Bij uitvraag van een ICP is belangrijk vooraf aan te geven dat voor koud water alleen de bekerprijs betaald wordt. Voor warm water geldt wel de consumptieprijs omdat er losse theezakjes bij geleverd worden.

2.3

Rijksbrede PDC

De rijksoverheid ontwikkelt zich naar een situatie dat alle rijkskantoren beheerd worden door vier facilitaire dienstverleners, de zogenoemde Concern Dienstverleners. Deze CDV's zijn: FMHaaglanden (voor de panden in De Haagse regio), de facilitaire dienst van de Belastingdienst (B/CFD), RWS, DJI en daarnaast verzorgt Defensie het facilitair beheer voor de eigen panden). De CDV's hebben veel invloed op het beschikbare aanbod aan diensten en leveringen binnen het rijk. Zo is er vorig jaar een Rijksbrede Producten en Dienstencatalogus (RPDC) vastgesteld. Ook voor de consumptieve diensten, inclusief warme dranken is een PDC tekst vastgesteld (zie hieronder).

Voor categoriemanagement geeft dit het kader waar de dienstverlening (minimaal) aan moet voldoen. Daarnaast bevatte het vastgestelde categorieplan catering ook een aantal richtlijnen voor warme dranken automaten (zie bijlage 2). Deze blijven, met een paar wijzigingen, van kracht.

2.1.1.3.1 Warme dranken en koud water 3	Is sprake van een gemeenschappelijke voorziening in het gebouw? Ja
Soort product/dienst	☒ Basispakket ☐ Plusdienst
Omschrijving	Het beschikbaar stellen van warme dranken en koud water door middel van automaten.
Beschikbaarheid	In alle rijkskantoren is deze voorziening beschikbaar. De automaten hebben een beschikbaarheidspercentage van 98.
Bijzonderheden	Het type en het aantal automaten is afhankelijk van het aantal werkplekken op de locatie en de lokale huisvestings situatie. Wel wordt in alle automaten een vergelijkbaar assortiment aangeboden.
Kwaliteit	Niet van toepassing.
Responsetijden	Tussen 8 uur en 17 uur worden gemelde storingen binnen 4 kantooruren na melding beoordeeld en zo mogelijk verholpen.
Aanvraagwijze	Niet van toepassing.
Voorwaarden	Gebruikers melden incidenten, verstoringen en beschadigingen direct bij het Facilitair contactcentrum.
Betaalwijze	N.B. In afwachting van de wijze waarop het basispakket wordt gefinancierd, wordt dit onderdeel op een later moment verder aangevuld.
Verkoopprijs	Deze dienst maakt onderdeel uit van de verrekening van het basispakket.



De PDC geeft nu alleen aan dat er een vergelijkbaar assortiment moet zijn, maar geeft daar verder geen invulling aan. Er wordt door CDV's wel gevraagd om verdere standaardisering, maar op dit moment is er nog geen overeenstemming over het gewenste kwaliteitsniveau. Dit leidt ertoe dat er afhankelijk van het contract en de facilitaire dienstverlener andere koffiesoorten, machines en zetmethoden verkrijgbaar zijn. In de uit te vragen catalogus (zie hoofdstuk 3) zal straks ook die brede keuze (in eerste instantie) beschikbaar zijn.

Standaardisatie is in dat geval wel vrij eenvoudig door te voeren door bepaalde keuzemogelijkheden niet meer aan te bieden. De keuze zal dan in eerste instantie bij de facilitaire bedrijven en hun afnemers komen te liggen. Vanuit categoriemanagement worden de mogelijkheden aangeboden. Doordat de facilitaire dienstverleners gaan werken met 1 vaste verrekenprijs per werkplek, zal de roep standaardisering naar verwachting snel toenemen.

Voorgesteld wordt om in de volgende RPDC-wijziging in ieder geval het assortiment vast te leggen.

De Rijks PDC is niet van toepassing op Defensie, het categorieplan wel. Bij Defensie is niet alleen sprake van Rijkskantoren, maar ook van werkplaatsen, legerplaatsen, kantines etc. Daar wordt ook gezorgd voor warme en koude dranken en is vaak ook nog sprake van andere automaten (zie ook 2.1).

In de verantwoordelijkheidsverdeling tussen leverancier en opdrachtgever is het goed om te bepalen wie verantwoordelijk is voor welk onderdeel. De opdrachtgever is verantwoordelijk voor het aanleggen van de extra waterleidingen en stroomvoorziening voor de machines. De leverancier geeft aan wat daar precies voor nodig is.

3 Aanbestedingsstrategie

Samenvatting:

Er zal worden overgestapt op een andere manier van aanbesteden. Voor de locaties van een CDV zal een catalogus uitgevraagd worden, waaruit verschillende automaten, zetmethoden en soorten koffie te kiezen zijn. De kwaliteit van de koffie wordt door een combinatie van deze factoren bepaald. Dit geeft de nodige flexibiliteit in een tijd van grote veranderingen bij de rijksoverheid, maar maakt ook standaardisering mogelijk. Door deze aanpak is minder capaciteit voor inkoop en contractmanagement nodig.

3.1 Aanpak

De vele (kleine) aanbestedingen, de juridische procedures, de problemen met het contractmanagement en de ontevreden gebruikers zijn aanleiding voor de wens om de aanbesteding voor de warme dranken voorzieningen drastisch anders aan te willen pakken. De rijksbrede aanpak van categoriemanagement biedt deze mogelijkheid.

De aanbesteding van warme dranken automaten is lastiger dan gedacht. De opdrachtgever wil de beste koffie voor de laagste prijs. De markt bedenkt van alles om minder kosten te maken en toch de opdracht binnen te krijgen. De hele situatie lijkt een wapenwedloop, waarbij we bij de inkoop steeds weer nieuwe zaken bedenken en de markt daarop reageert met vragen, procedures en manieren om eronder uit te komen. Als daar ook nog bij komt dat we voor vele kleine en grote organisaties aparte aanbestedingen moeten doen, is de inspanning niet meer in verhouding tot de (financiële) orderomvang.

Orderomvang is echter niet het belangrijkste element. Zoals eerder gesteld is koffie=beleving en zijn er vele wensen en meningen "om iets aan de koffie te doen". Om die reden wordt al langer nagedacht over het anders invullen van de behoefte aan warme dranken. De ideeën die hieronder worden beschreven, zijn dan ook globaal besproken met klanten en leveranciers. Er zijn in die gesprekken geen onoverkomelijke moeilijkheden gesignaleerd. Waar met name de leveranciers op wijzen, is de betrokkenheid van de gebruiker. Zij zijn groot voorstander van de 'belevingstest' die onlangs door onder meer de Belastingdienst is uitgevoerd. Deze ervaring wordt gebruikt bij komende aanbestedingen (zie hoofdstuk 4).

Strategie

Het is mogelijk een vergelijking te maken tussen koffieautomaten en andere onderdelen van kantoorinrichting, zoals kantoormeubilair. Daarbij lijken de koffieautomaten meer op standaard meubilair zoals bureaus en stoelen, dan op 'specialties', zoals uitgiftebalies of speciale zitjes.

Als die vergelijking doorgetrokken kan worden naar de manier van aanbesteden en aanbieden aan de gebruiker, dan moet het mogelijk zijn om ook een standaard aanbod te maken met daarin de variatie van automaten, zetmethoden en soorten koffie waaruit gekozen kan worden. Dit geeft variatie, flexibiliteit en de mogelijkheid voor meerdere klanten een vergelijkbaar aanbod te creëren.

Uit gesprekken met leveranciers, blijkt dat dit soort contracten ook al bestaat, bijvoorbeeld met grote internationale klanten. Het voorbeeld in bijlage 19 is overgenomen uit een dergelijk contract. Ook op internet is het eenvoudig een voorbeeld te vinden (zie bijlage 1 Coffee@work) van een bestelcatalogus. Met name kleinere leveranciers maken hier gebruik van.



Als rijksoverheid willen we niet afhankelijk worden van 1 leverancier. Alles aan 1 leverancier gunnen zou ook de markt te zeer verstoren, en is dat een te grote clustering in de zin van de Aanbestedingswet. Dit vraagt dus om een indeling in meerdere aanbestedingen en/of percelen.

Om aan een perceelindeling te komen zijn er verschillende mogelijkheden:

- Functioneel: Staande machines, Tafelmodellen, Bonen en Instant apart, is niet handig. Op 1 locatie komen meerdere soorten machines naast elkaar voor en dat zou in dit geval betekenen verschillende leveranciers, dat is niet wenselijk.
- Regionaal: 3 regio's; Noord, Zuid en Midden. Moeten we definiëren welke locatie in welke regio valt. Betekent dus dat 1 organisatie (bijv. RWS) in meerdere percelen valt. Ook niet handig.
- Organisatorisch: een aantal opdrachtgevers/aanbestedende diensten bij elkaar in verschillende percelen. Dit kan wel betekenen dat de ene opdrachtgever slechtere voorwaarden (prijzen) krijgt dan de andere. In de nabije toekomst zal de indeling van de Concern Dienstverleners gaan bepalen hoe we kopersgroepen gaan samenstellen, daar wordt vanaf de start al rekening mee gehouden.

Conclusie: de organisatorische perceelindeling sluit op dit moment het beste aan bij de wensen. Met deze indeling is het ook beter mogelijk aan te sluiten op DigiInkoop, waarin, indien mogelijk, de catalogi beschikbaar worden gesteld.

3.2

De catalogus warme dranken automaten

De bestelgemachtigde aangewezen door de CDV of door de organisatie die nog niet bij een CDV is aangesloten, kan uit een catalogus een configuratie⁵ kiezen. De specificaties van de automaten zijn allemaal via internet (of DigiInkoop) op te zoeken. Voor automaten wordt in tafelmodel en staand model zowel een instant als een bonenautomaat aangeboden. Daarnaast wordt een volautomaat met verse melk en een andere oplossing voor de vergaderzalen aangeboden. In dat laatste geval wordt gedacht aan kleine automaten met cups.

Koffie kan besteld worden in verschillende smaken en kwaliteiten. Voorgesteld wordt in ieder geval een milde en een pittige koffie variant in de catalogus op te nemen. In overleg met de leverancier kan het koffieaanbod tijdens de contractduur aangepast worden, bijvoorbeeld bij een te lage waardering door de gebruikers. Tevens kan de koffie gekozen worden met verschillende doseringen.

Dienstverlening (bijvullen, onderhoud, schoonmaak) wordt geleverd samen met de automaat en wordt in de prijs opgenomen. In alle gevallen is dus sprake van een full service concept.

Het is wenselijk om een interactieve, digitale vragenlijst te hebben, waar door middel van het beantwoorden van een aantal vragen, de wensen meteen duidelijk worden en de leverancier een gericht advies kan geven. Hieruit volgt ook meteen een Integrale Consumptie Prijs (ICP), zodat de invloed van de verschillende keuzen op het budget meteen duidelijk worden. Met deze lijst moeten dus de verschillende keuzen gesimuleerd kunnen worden. De vraag voor deze beslisboom zullen we in de aanbesteding voor de catalogus meenemen. De mogelijkheden die DigiInkoop biedt, worden hierin ook betrokken.

⁵ Met configuratie wordt hier bedoeld een combinatie van automaat, zetmethode, soort koffie en dosering. Configuraties kunnen in de loop van het contract aangepast worden. Er worden 3 standaardconfiguraties bepaald: value (goedkoopste optie), average (meest gebruikte) of premium (beste kwaliteit) om de keuze te versimpelen.

Voorbeeld Vragenlijst:

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| 1. Welke zetsnelheid wenst u: | 0 snel 0 maakt niet uit |
| 2. Welke kwaliteit is gewenst: | 0 alleen het beste 0 goed is genoeg |
| 3. Welke soort automaat | 0 tafel 0 staand 0 volautomaat |
| 4. Welke dosering: | 0 gemiddeld 0 sterker 0 slapper |
| 5. Welke smaak koffie | 0 mild 0 pittig |
| 6. Welke overige producten: | |

In de prijzen wordt alles omgerekend tot een totaalprijs per consumptie.

Het bepalen van de omvang van het raamcontract geschiedt door het benoemen van de deelnemende locaties (definitie: verzorgingsgebied CDV). Omdat het in de toekomst meestal rijkskantoren betreft, is het benoemen van de organisaties die de locaties bewonen niet langer zinvol. Door de grote veranderingen bij het rijk (masterplannen huisvesting) zullen er locaties verdwijnen of bijkomen. Om dat risico niet bij de leverancier te leggen, wordt een garantie gegeven van een minimaal aantal automaten of consumpties (tellertikken) dat afgenomen zal worden op het contract. Bij minder locaties wordt de looptijd dus langer. Voor de garantie zijn de historische gegevens leidend.

In principe wordt de keuze voor een machine en een koffie voor meerdere (8) jaren gemaakt. Als men tussentijds een andere koffie wil, wordt dat gratis aangepast. Indien een andere machine gewenst is, of een verplaatsing van een machine, worden extra tarieven gerekend. Een beperkte aanpassing (nieuwe modellen, innovaties) van de catalogus tijdens de contractduur is in onderling overleg mogelijk. Een raamcontract is formeel voor maximaal voor 4 jaar, dat zou dus om de 4 jaar een nieuwe aanbesteding betekenen. Gezien de technische levensduur (zie bijlage 10.1) van de machine zal een raamcontract voor 7-8 jaar afgesloten worden. De eerste drie jaar van het raamcontract kunnen nieuwe locaties (die in de aanbesteding genoemd zijn) instromen in het raamcontract. De automaten die hier neergezet worden, staan er ook weer voor 7-8 jaar. Daarna is instromen niet meer mogelijk en kan er alleen nog sprake zijn van vervanging of plaatsing van hergebruikte automaten. Bij de uitvraag van de catalogus zal de gebruiker een belangrijke rol moeten spelen. Dit wordt in hoofdstuk 4 verder uitgewerkt.

3.3

KPI's - Warme dranken automaten

De Key Performance Indicators ofwel Kritieke Prestatie Indicatoren, geven aan waar de leverancier op aan gesproken wordt of op afgerekend. Dit zijn de zaken die belangrijk zijn voor de uitvoering van het contract.

Voor de warme dranken automaten zijn er 2 niveaus om de leveranciersprestaties te meten: operationeel en tactisch. Beide niveaus kennen 3 resultaatgebieden gekoppeld aan Kritische Prestatie Indicatoren (KPI's) met daaronder de aandachtsvelden. Deze aandachtsvelden kunnen per aanbesteding geoperationaliseerd worden. Het strategisch niveau maakt gebruik van de uitkomsten van het tactische en operationele overleg, de onderwerpen in dit overleg zijn minder direct meetbaar, maar daarom niet minder van belang.



KPI's Operationeel (locatie)

- Kwaliteit (Klanttevredenheid automatenbeleving, Representatie van het personeel, uitkomst audits: hygiëne en instellingen)
- Beschikbaarheid en operationaliteit (van de automaten, responsetijden bij storingen/meldingen, procedure bij storingen)
- Klachten algemeen/milieu/hygiëne (afvoer en recycling van koffiebekers, reinheid om de automaten)

KPI's Tactisch (organisatie)

- Kwaliteit (voldoen aan minimale kwaliteit van de smaak)
- Managementrapportage (maandelijks aanleveren van de managementrapportage, de juiste gegevens opgenomen in de rapportage)
- Administratie/facturering (Facturering maandelijks en zoals is overeengekomen ingediend)

KPI's Strategisch overleg (rijksbreed)

- Bevindingen KPI's (uit tactisch overleg)
- Kwaliteit (Kwaliteit zorgsysteem/ milieuzorgsysteem etc.
- Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (Eisen duurzaam inkopen, bekerafvoer, sociale voorwaarden, social return)
- Klanttevredenheid (Bevindingen uit onderzoek)
- Innovaties (Vernieuwingen, ontwikkelingen)
- Indexatie (Ontwikkeling lange termijn/ procedure)
- Managementrapportage (Algemeen beeld)

In de hoofdstukken en bijlagen hierna wordt een aantal KPI's nader toegelicht. Met name op kwaliteit en duurzaamheid wordt nader ingegaan.

3.3.1

Kwaliteitsborging

Onafhankelijke audits worden in principe uitgevoerd via de raamcontracten kwaliteitsaudits die vanuit categoriemanagement afgesloten zijn. Er wordt vanuit gegaan dat de leverancier een eigen kwaliteitsborgingssysteem heeft (bijvoorbeeld ISO 9001) en een milieuzorgsysteem (bijvoorbeeld ISO 14001). De audits die in dit kader uitgevoerd worden, zijn beschikbaar voor de opdrachtgever. De onafhankelijke audit wordt ingeschakeld in geval van twijfel.

4 Kwaliteit en Prijs

Samenvatting:

Bij de keuze van de automaten en de soorten koffie zal de gebruiker worden betrokken. Ook gedurende de looptijd van het contract zal de leverancier aanpassingen doorvoeren als er veel ontevreden gebruikers zijn. Een goede kwaliteit koffie hoeft niet (veel) meer te kosten en levert tevreden medewerkers op.

4.1 Koffie = Beleving

Onder die term willen de koffieleveranciers aangeven dat het niet alleen om de smaak van de koffie gaat, maar ook om alles er om heen. In een kantooromgeving zal de beleving maar gedeeltelijk beïnvloed kunnen worden door het aangeboden koffieconcept, aan de andere kant heeft de koffiebeleving wel grote invloed op de inzet, humeur en productie van de medewerkers.

Terugkijkend

Tot voor kort was het bij een aanbesteding voor de koffievoorziening een breed gedragen gewoonte om een (blinde) smaaktest op te nemen als onderdeel van het aanbestedingsproces. Aan de ene kant was dit bedoeld om draagvlak bij de medewerkers te creëren voor de keuze van een leverancier, aan de andere kant om zeker te zijn van de kwaliteit. In ieder geval om te voorkomen dat er 'bruin water' als koffie aangeboden zou worden.

De ervaringen met een aantal aanbestedingen hebben duidelijk gemaakt dat beide doelstellingen niet gehaald worden met de standaard smaaktest. Het was lastig medewerkers te vinden om mee te doen aan de smaaktest als onderdeel van een aanbesteding. Daarnaast is het enkele keren voorgekomen dat de 'proevers' die gevonden waren, geen enkele aangeboden koffie een voldoende gaven. Men is tegenwoordig thuis namelijk betere kwaliteit gewend. Het aanbod binnen een overheidsaanbesteding, met nadruk op prijs, leidde niet tot een aanbod dat nog een voldoende kon krijgen. Dit had weer tot resultaat dat de uiteindelijk geselecteerde koffie op maar heel weinig draagvlak kon rekenen en door velen toch als 'bruin water' ervaren werd.

De afgelopen jaren is gezocht is naar nieuwe wegen. Bij de laatste aanbestedingen onder categoriemanagement is gebruik gemaakt van kwaliteitscertificaten als voorwaarde voor deelname aan de aanbesteding. De leveranciers moesten daarvoor hun koffie en machine laten keuren bij het smaaklaboratorium van de WUR in Wageningen. EZ had hiervoor een contract afgesloten met de WUR en de werkwijze vastgelegd in een protocol. Bij een voldoende werd een certificaat afgegeven. Dit leek in eerste instantie goed te werken, echter in praktijk zijn nogal wat problemen gerezen bij de toepassing van deze certificaten. Op dit moment wordt ook betwijfeld of de verplichte test (ca. € 4000,- per keer) wel proportioneel is. Aan de andere kant is er wel de toezegging gedaan dat bij alle aanbestedingen onder categoriemanagement het certificaat ingezet wordt en dat het certificaat geen einddatum kent.

In de nieuwe werkwijze (catalogus) kan het (bestaande) kwaliteitscertificaat vrijwillig vermeld worden bij het aanbod in de catalogus. Daarnaast zal worden gevraagd om een kwaliteitsbeoordeling door ervaringen van gebruikers toe te voegen aan de catalogus ('review' methode).

De Belastingdienst heeft voor haar aanbesteding een belevingstest uitgevoerd (zie foto voor testopstelling). Zowel de eigen organisatie als de marktpartijen zijn



@Foto testopstelling belevingstest bij BD in Apeldoorn

enthousiast over de belevingstest, omdat daarbij veel meer aspecten meegenomen kunnen worden dan bij de standaard (blinde) test. Ook het resultaat lijkt naar volle tevredenheid van de belastingdienst medewerker.

Er zijn wel een paar aandachtspunten bij zo'n test. Het is heel intensief voor de facilitaire organisatie en vraagt veel van de medewerkers. De Belastingdienst had voor de begeleiding een extern bureau ingehuurd. Voor veel organisaties zal deze inspanning qua capaciteit en budget lastig te realiseren zijn. Voor een kleine organisatie is deze test ook disproportioneel ten opzichte van de marktpartijen. De BD heeft de intentie om bij aansluiting bij de BD als facilitaire dienstverlener, nieuwe organisaties (locaties) ook aan te laten sluiten op dit koffiecontract. Dit zal leiden tot kwaliteitsverschil tussen de CDV's en een roep tot verdere standaardisering

Naast de smaaktest kennen we de acceptatietest, vooral bedoeld om de gewenste sterkte (grammage) te kunnen bepalen. Omdat ook de waterkwaliteit en de lokale voorkeur van invloed kunnen zijn, wordt zo'n test vaak op meerdere locaties, na gunning, georganiseerd. Ook in de nieuwe werkwijze kan uit de catalogus gekozen worden en kan door de leverancier op locatie of in een eigen kantoor een acceptatietest georganiseerd worden. Belangrijk is daarbij wel dat de afstelling gecontroleerd (geijkt) wordt en dat dit ook in de andere automaten gebeurt. Voor de uitvraag van de catalogus zal ook sprake zijn van een (vorm van) belevingstest door de gebruikers te betrekken bij de keuze. Hiervoor kunnen rijksbreed proefplaatsingen gedaan worden in bijvoorbeeld Utrecht en Den Haag. Afhankelijk van de (mogelijkheden bij de) deelnemers wordt dit per aanbesteding verder uitgewerkt.

4.2

Kosten

De eerste vraag die gesteld wordt bij de aanbesteding van warme dranken automaten is veelal : moet je kopen of huren. Er is onderzoek uitgevoerd door een trainee facility management⁶, waar uit kwam dat het in de meeste gevallen voordeliger is om te huren. De volgende voordelen spelen hierin een rol:

⁶ Warme Drankautomaten, Categorie Catering, Anna van der Jagt.

- *Flexibiliteit:* Wanneer een grote reorganisatie of een groei van het personeel plaatsvindt kan men het beste kiezen voor een oplossing waarbij flexibiliteit aanwezig is. De beste keuze is dan huren.
- *Ontzorgen:* Wanneer de rijksoverheid kiest voor ontzorgen dan zijn de opties huren of leasen. Hierbij is immers de leverancier verantwoordelijk voor de gehele dienstverlening.
- *Belastingvoordeel:* Om van het belastingvoordeel gebruik te maken kan de rijksoverheid enkel kiezen voor huren. Zij betaalt dan 6% belasting
- *Kosten:* Uit onderzoek is gebleken dat wanneer er gekozen wordt voor een contractduur van 8 jaar de goedkoopste oplossing huren is.
- *Geen budget beschikbaar:* Wanneer er geen budget beschikbaar is, is kopen geen oplossing en moet gekozen worden voor huur.

Er zijn nog enkele organisaties waar de automaten in eigendom zijn en alleen het onderhoud en ingrediënten aanbesteed worden. Vanuit categoriemanagement wordt hierbij aangeraden om gefaseerd over te gaan naar huur.

Op dit moment zijn er binnen het rijk vele contracten met grote verschillen (zie ook bijlage 16). Om een beeld te krijgen van de kosten per contract is getracht alles om te rekenen tot een integrale kostprijs per consumptie. Dit laat grote verschillen zien. Enerzijds komt dit door verschillen in berekening, anderzijds zitten er ook verschillen tussen de contracten, bijvoorbeeld in assortiment, looptijd, aantal consumpties (per machine), koffiedosering, etc.. Door deze verschillen is een vergelijking tussen onderstaande prijzen niet mogelijk.

Organisatie	Koffie kwaliteit / Zetmethode	Deelname Categorie Management	Leverancier	Integrale Kostprijs ⁷ (excl. BTW)
FMH	Instant	Ja	DE	0,1920 (2013)
DEF	Instant	Ja	DE	0,1920 (2013)
IND	Fresh Brew	Ja	Autobar ⁸	0,1709 (2013)
RWS	Instant	Nee	DE	0,1400 (2013)
EZ/AZ (incl RVO, NVWA, ACM)	Fresh Brew	Nee	Autobar	0,07316 (2014)
Hoftoren	Fresh Brew	Nee	Maas	0,1563 (2009)
BD	Bonen	Nee	DE	0,1540 (2014)
Jubitoren	Instant	Nee	Nestle	0.0887
Beatrixpark	Fresh Brew	Nee	Maas	0,2858

⁷ Niet in alle gevallen was het mogelijk een nauwkeurige en actuele kostprijs per consumptie te berekenen. Er zijn grote verschillen in beprijzing, in sommige gevallen is sprake van een schatting. Tussen haakjes is het jaartal weergegeven. Meestal is koud water gratis. Voor warm water wordt betaald als er theezakje geleverd worden.

⁸ Autobar is onlangs van eigenaar en van naam veranderd. Het bedrijf heet nu: Pelican Rouge.



Wat opvalt is dat de prijsverschillen tussen de contracten niet direct te koppelen zijn aan de zetmethode⁹¹⁰. Luxe uitstraling van de warme drankenvoorziening is een beleving en die bestaat uit meer dan alleen zetmethode. De beker, de automaat, de theevoorziening (keuze), het gebruiksgemak, etc. maakt allemaal deel uit van de beleving. Maar ook al dit soort aspecten zijn niet alleen bepalend voor de prijs.

Een goede prijs wordt ook bereikt door:

1. Zekerheid over duur van het contract en daarmee over de afschrijvingstermijn van de automaten. Rente over de financiering betreffen een essentieel deel van de ICP.
2. Zekerheid over het totaal aantal consumpties, m.a.w. geen vraaguitval door het sluiten van locaties.
3. Redelijke omvang van de gevraagde hoeveelheid automaten.
4. Zekerheid over goede (redelijke) indexering van de koffieprijs

Kortom, zekerheid door de risico's voor de leverancier zo klein mogelijk te maken.

Overigens gaat het bij de hele drankenvoorziening slechts om een klein deel van het totale facilitair budget, ca 3%.

Dit overziend moet het mogelijk zijn een goede basiskwaliteit koffie voor de medewerkers aan te bieden, tegen een redelijke prijs. Daarbij is het niet nodig om één zetmethode voor te schrijven, maar wel om medewerkers een belangrijke stem te geven in de keuze.

Dit sluit aan bij de tekst uit het voorwoord van het ICFH jaarplan 2015:

Als we ons te lang alleen op de kostenreductie blijven focussen door verdere versobering, gaat dat ten koste van medewerkerstevredenheid en –productiviteit en verliezen wij onze positie als aantrekkelijke werkgever voor jong talent. Huisvesting en faciliteiten maken het nieuwe werken mogelijk, maar de “people”-kant is vervolgens randvoorwaardelijk om de besparingen op huisvesting te realiseren. Wanneer wordt de werkomgeving als aantrekkelijk ervaren, en kan iedere medewerker meekomen met de ontwikkeling van het nieuwe werken?

Kortom: voor de inkoop van koffie zal kwaliteit en medewerkerstevredenheid belangrijker worden.

Om die reden zal bij komende aanbestedingen ook gekozen worden voor een grotere nadruk op kwaliteit en minder op prijs. Minimaal 50% van de waardering zal voor de verschillende kwaliteitsaspecten zijn. Ook kan gekozen worden voor het aangeven van een maximaal beschikbaar budget. Zoals hierboven gesteld, hoeft dit niet altijd tot een veel hogere prijs te leiden. Wel heeft het voordelen:

- Meer aanbod; er zijn marktpartijen die bij voorbaat afhaken als de nadruk op laagste prijs ligt. Daardoor komt er bij die aanbestedingen maar een beperkt deel van de markt aan bod, alleen de drie grootste partijen denken dat ze een kans maken, ook als het een relatief kleine locatie betreft.
- In dit plan worden allerlei kwaliteitseisen gesteld, op het terrein van duurzaamheid en kwaliteit van de koffie. De waardering hiervoor moet blijken uit een goede prijs, anders stellen deze wensen niet veel voor.

⁹ Zie bijlage 17 voor beschrijving zetmethoden

¹⁰ Inschatting marktpartij: er zit een prijsverschil van ca 20% tussen instant en bonen. Als we stellen dat de 14 cent van RWS een marktconforme prijs is, zou bonen op 16,8 cent uitkomen. De BD heeft met 15,4 cent de 'markt opengebroken'.

Naast de kwaliteit van de koffie is ook duurzaamheid een belangrijk kwaliteitsaspect bij de uitvraag. Daarover gaat het volgende hoofdstuk.



5 Duurzaamheid

Samenvatting:

Duurzaamheid is een belangrijk en complex kwaliteitsaspect bij de aanbesteding van koffie(automaten). De vele aspecten die hierin meespelen zijn in een schema weergegeven. Om vrijheid en expertise bij de leverancier te laten wordt gezocht naar een overkoepelende maatstaf voor alle aspecten. Gedacht wordt aan CO2 uitstoot, waarbij het streven zou moeten zijn een volledig CO2 neutrale productieketen.

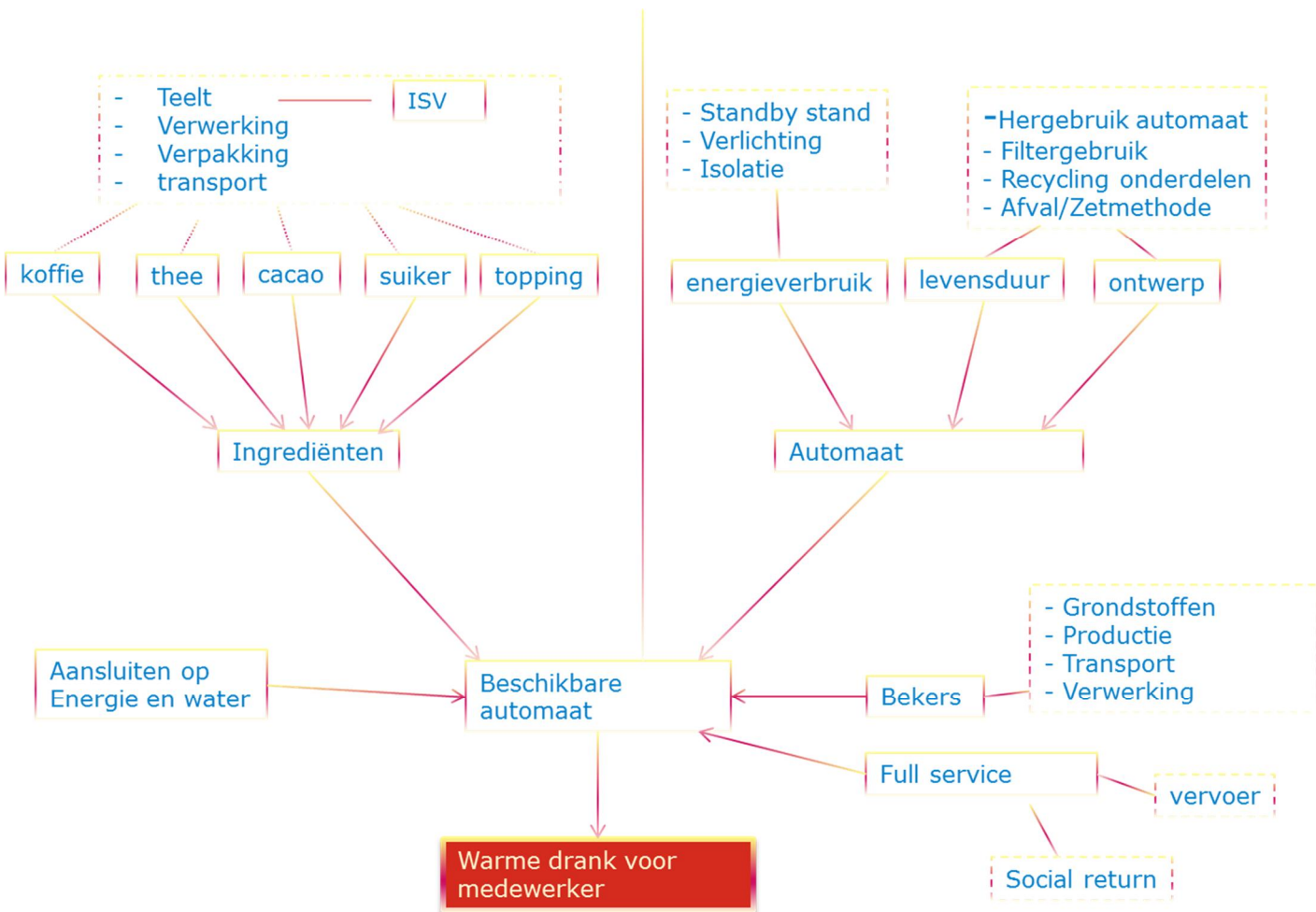
Ook voor warme dranken automaten blijft duurzaamheid een belangrijk item. De criteriaset duurzaam inkopen beschrijft de minimummilieueisen waaraan de apparatuur e.d. moeten voldoen.¹¹ De criteriadocumenten zijn herzien, met name op het terrein van vormgeving. De criteriaset Drankautomaten is ook pilot geweest hiervoor.

Bij het verkrijgen van een kopje koffie komt meer kijken dan er vaak wordt gedacht. Er zit een hele keten van toeleveranciers achter. De leverancier moet zorg dragen voor een automaat (incl. technisch onderhoud), het 'servicen' (bijvullen en schoonmaken) en de ingrediënten.

Bij de bepaling van de eisen voor warme dranken automaten moet rekening worden gehouden met de volledige levensloop van de kop koffie en de warme dranken automaat. Wanneer er gesproken wordt over duurzaamheid heeft dit niet alleen betrekking op de koffieboon en de wijze waarop er wordt omgegaan met de beloning van de koffieproducent. Er moet ook gedacht worden aan het energieverbruik van de automaat, de levensduur, het onderhoud, de keuze voor type koffiebeker, maar ook het aantal automaten per medewerker.

Bij de start van een aanbesteding wordt gekeken naar het aantal consumpties per automaat. Mogelijk staan er automaten die nauwelijks gebruikt worden en in het nieuwe contract niet meer nodig zijn. Gedurende de looptijd van een contract kan aan de leverancier gevraagd worden om op basis van deze gegevens zelf actie te ondernemen of voor te stellen.

http://www.pianop.nl/sites/default/files/documents/gerelateerd/complete_criteriadocument_drankautomaten.pdf



Figuur@: elementen van de warme drankenvoorziening en de duurzaamheidsaspecten daarbij

In bovenstaand schema is verder aangeduid wat de belangrijkste elementen zijn voor de warme drankenvoorziening voor medewerkers. In de vakken met gestippelde lijn zijn de belangrijkste hierbij van toepassing zijnde duurzaamheidsaspecten aangegeven. De losse aspecten worden in de bijlage 10 uitvoerig behandeld.

In de aanbesteding zal gebruik gemaakt worden van een overkoepelende maatstaf voor de verschillende elementen (zie voor suggesties bijlage). Gedacht wordt aan de CO₂ uitstoot van de gehele productieketen (branden, verpakken, transport) en de inzet op sociale voorwaarden en conform de green deal (zie bijlage 11). Dit zal per aanbesteding nader uitgewerkt worden, op die manier wordt de expertise van de markt optimaal benut.

6 Drinksystemen (Koffiebekers)

Samenvatting:

Het heeft voordelen voor het rijk om overal dezelfde koffie beker te gebruiken. Het Kabinetsbeleid is gericht op het stimuleren van biobased producten. Het ligt dan ook voor de hand om voor de rijksoverheid te kiezen voor een biobased koffiebeker. Gekoppeld daaraan wordt een campagne opgezet om het hergebruik van de beker te stimuleren.

6.1 Waarom één rijkskoffiebeker?

Alle rijksambtenaren samen gebruiken ongeveer 175 miljoen koffiebekers per jaar. Dat is gezamenlijk een behoorlijke afvalstroom. De koffiebeker is een belangrijk icoon in de discussie over duurzaamheid, er is geen facilitair product dat zo vaak besproken wordt. De afvalstroom in de kantoren is dan ook erg zichtbaar, gemiddeld 6-8 bekertjes per persoon staan verspreid op het bureau aan het eind van de werkdag. Uit de vele onderzoeksrapporten die in de loop van een aantal jaren zijn geproduceerd blijkt duidelijk dat er niet 1 beste oplossing is voor de meest duurzame drinkbeker, maar dat altijd naar de context en randvoorwaarden gekeken moet worden om de beste oplossing in de specifieke situatie te bieden. Eén aspect is wel altijd voordelig: het vaker gebruiken van hetzelfde bekertje.



Zoals hiervoor gesteld; er is niet 1 beste beker, de beste oplossing hangt af van de omstandigheden en keuzen die men maakt. Toch zou het handig zijn om voor het rijk voor alle organisatieonderdelen dezelfde beker te hebben, dan zouden we met elkaar voldoende volume kunnen inzetten om:

- innovaties te stimuleren,
- markten in beweging te krijgen
- kosten te besparen
- eigen ophaalsystemen en innovatieve verwerking te regelen

- gezamenlijk communicatie te ontwikkelen over de gemaakte keuze en gebruikers te stimuleren hun bekertje meer dan 1 keer te gebruiken.
- Herkenbaarheid van de rijkskantoren vergroten

De logische consequentie van bovenstaande is dat we zullen moeten werken aan het gelijktrekken van de omstandigheden. Daarvoor is dus “bekerbeleid” nodig. Hieronder de uitgangspunten voor het ‘rijksbekerbeleid’.

1. De beker moet natuurlijk functioneel zijn, dat betekent doen waar die voor bedoeld is, warme dranken kunnen bevatten, niet lekken en meerdere keren bruikbaar zijn.
2. De beker hoeft niet automatisch uit de automaat te komen, plaatsing ernaast is ook toegestaan. Daarmee wordt voorkomen dat de beker leidt tot storingen in de automaat.
3. De belangrijkste doelstelling is het stimuleren van (duurzame) marktinnovatie. De overheid als ‘launching customer’. We streven dus niet naar de meest duurzame beker, maar wel een zeer duurzame beker.
4. De keuze voor één beker binnen het rijk mag niet leiden tot significante meerkosten. Op termijn moeten zelfs de bekerkosten dalen.
5. In meerdere beleidsdocumenten is vastgelegd dat het Nederlandse Kabinetsbeleid de biobased economy wil stimuleren. Dit is ook Europees beleid. Hiervoor wil men o.m. door de eigen inkoop voor in zetten. Zie bijlage 9 voor het vigerende beleid op dit punt.
6. Punt 3 en 5 leiden tot de keuze voor een biobased koffiebeker. Er zijn nog meer argumenten, die deze keuze versterken. Om een bijdrage te leveren aan de biobased economy moet de gewenste koffiebeker gemaakt zijn van herbruikbare/hernieuwbare grondstoffen, ook wel genoemd biomassa.
7. De ervaring leert dat als er geen eisen gesteld worden aan de beker, de bekende plastic beker wordt aangeboden. De meest gebruikte plastic koffiebekers zijn de polystyreen (PS) bekens. We kennen allemaal het probleem van de wereldwijde plasticvervuiling (plastic soep). Ook de plasticbekers werken daar aan mee. Volgens berichten op internet is 71% van plastic vervuiling polystyreen. Door sommige organisaties wordt weliswaar aangegeven dat een polystyreen bekertje (gemaakt uit fossiele brandstoffen, olie) duurzamer is dan een biobased beker indien het goed gerecycled wordt. Dit is echter niet doorslaggevend, omdat er ook bij recycling (bijvoorbeeld door vervuiling) grondstoffen verloren gaan, die we dus voorgoed kwijt zijn. Er is ook geen sprake van een gesloten cirkel, er worden geen bekertjes van gemaakt, maar bierpauzetjes en linialen. Voor nieuwe bekens is dus weer nieuw plastic nodig. Daarbij komen bij de productie van PS bekens schadelijke stoffen vrij.
8. Op internet is te vinden dat de polystyreen (code 6¹²) beker bij gebruik voor hete dranken giftige stoffen vrij laat komen. Ondanks dat de bekens aan de officiële normen voldoen, levert dit toch regelmatig onrust bij medewerkers op.
9. Ook bij de biobased beker dient voldaan te zijn aan basisvereisten voor wat betreft duurzaamheid. Zo moet er bij papieren bekens van hout sprake zijn van duurzaam geteeld hout (FSC) en bij gebruik van (mais)zetmeel of rietsuiker sprake zijn van reststromen en mag geen concurrentie met voedselproductie plaatsvinden.

¹² <http://www.duurzaamthuis.nl/weet-wat-je-eet-hoe-giftig-is-plastic>



10. Nog niet bepaald is of aan de afstand tot de productielocatie eisen gesteld kunnen of mogen worden. De papieren beker met PLA coating komt meestal uit Azië. De 'carbon footprint' van de beker kan meegenomen worden.
11. De bekende bekerproducenten zijn weergegeven in bijlage 15. Er is door het ministerie van EZ ook catalogus biobased uitgegeven met verschillende producten en producenten.
12. Papieren bekertjes met PLA coating zijn al volop beschikbaar, deze wordt ook aangeboden door de leveranciers. De volledige bioplastische beker is nog in ontwikkeling voor warme dranken.
13. De beker wordt overal gescheiden ingezameld. Er wordt gestreefd naar één inzamelsysteem bij het rijk. De beker moet passen in bestaande inzamelsystemen. De gescheiden bekeerafvoer mag niet leiden tot hogere kosten. Ook hier geldt dat de afvalkosten op den duur moeten gaan dalen. Er komt gerichte communicatie op het gescheiden inzamelen (bijvoorbeeld voorkomen vervuiling).
14. Er komt een gezamenlijke communicatiecampagne om ervoor te zorgen dat de beker meer dan een keer gebruikt wordt. Alle bekertjes en automaten zijn/worden daarvoor geschikt.
15. De bekertjes worden ook gescheiden afgevoerd. In principe wordt de verwerking meegenomen in de afvalcontracten van het rijk maar het kan ook worden meegenomen in de contracten voor de drankautomaten. In dat geval wordt voor die dienst een aparte prijs uitgevraagd.
16. De bekertjes worden op een verantwoorde manier verwerkt, (eis is in ieder geval EN13432 (de Europese norm voor de composteerbaarheid van verpakkingen, herkenbaar aan het kiemplantlogo).



17. Biobased bekertjes geven meer mogelijkheden tot verantwoorde verwerking. Er zijn 3 mogelijke stromen: composteren met het GFT, Vergisten voor groen gas en verpulpen voor gerecycled papier. Met de afvalverwerkers worden hier nadere afspraken over gemaakt. Groene verwerking heeft de voorkeur boven verbranden.
18. Dat betekent dat er onderzoek nodig is naar wat financieel en milieutechnisch de beste verwerkingsoptie voor het rijk is. De categoriemanager catering en de categoriemanager afval en grondstoffen pakken deze studie in opdracht van de ICIA gezamenlijk op, daar is dan wel de inzet van externe deskundigheid voor nodig. (zie hoofdstuk 7: Activiteiten)

6.2

Marktpartijen als ketenregisseur.

Probleem met bovenstaande uitgangspunten is dat ze innovatie in een bepaalde richting sturen en vervolgens voor de gehele contractduur vastzetten, terwijl we op ieder moment de beste¹³ beker willen. De uitdaging moet dan ook zijn om leveranciers te stimuleren goed na te denken over de beker die ze ons gaan bieden en wat de voordelen daarvan zijn. In principe heeft de leverancier van de koffieautomaten de touwtjes in handen om als regisseur op te treden. We moeten hem dus een 'bonus'

¹³ Duurzaamheid, prijs, verwerking, uitstraling

kunnen bieden als we een stap vooruit gaan met de innovatie (en duurzaamheid) van de beker.

Indien een innovatie (economisch) winst op kan leveren, die de leverancier zelf mag houden, kan dat als stimuleringspremie dienen. Op dit moment is de beker vooral verpakking van de koffie, terwijl het ook een uithangbord zou kunnen zijn!

We zullen duidelijk maken aan de leveranciers dat we een actieve houding van ze verwachten, aangeven waarom we de biobased economy belangrijk vinden en een manier vinden om ze te stimuleren om ook gedurende het contract met innovaties te komen. In een pilot is hier ervaring mee opgedaan¹⁴.

6.3 Kosten bekens

Alhoewel de verwachting is dat de biobased beker (in eerste instantie) duurder zal zijn, is het lastig te zeggen wat de inkoopprijs bij grote hoeveelheden zal zijn. De adviesprijzen voor de bekens liggen (bij de automatenleveranciers) van 3,3 cent voor een plastic beker naar 6,9 cent voor een biobeker. Opvallend is dat bij 1 leverancier de CuptoPaper oplossing (papieren beker) zelfs de goedkoopste is.

Bij aanbestedingen betalen we tot nu toe 1,5 tot 2 cent voor de goedkoopste plastic beker. Inschatting voor een biobased beker ca. 2,0 tot 2,5 cent. Dat zou een halve cent per beker extra zijn. Bij alle 175 miljoen bekens gaat het voor het gehele rijk om een budget van: € 875.000. Waarschijnlijk is het veel minder, omdat bij toegenomen productie de kostprijs lager wordt. Bij de pilot biobased inkopen voor FMH (de Resident) heeft de uitvraag van een biobased beker geen gevolgen gehad voor de prijs per consumptie, de prijs is zelfs iets lager dan gemiddelde prijzen in de huidige contracten.

Het aantal bekens (en daarmee de kosten) is terug te brengen door de beker meer dan 1 keer te gebruiken. Dit is ook de enige maatregel die echt bijdraagt aan een meer duurzame bedrijfsvoering. Hiervoor zal een gerichte communicatiecampagne opgezet worden. Als iedereen 1 beker minder per dag gebruikt, gedurende een jaar, levert dat een besparing op van €765.000¹⁵. Dat vraagt om een sterke communicatiestrategie bij de introductie van de biobased beker.

6.4 Vervolgstappen.

Voor het rijkskantoor 'De Resident' is in 2014 een aanbesteding warme dranken uitgevoerd. FMHaglanden is hier de opdrachtgever ten behoeve van de kerndepartementen van SZW en VWS. Hierbij is een uitvraag voor biobased bekens als pilot biobased inkopen opgenomen. Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO), het ministerie van EZ en Pianoo en de WUR hebben hiervoor ondersteuning geleverd.

In opdracht van EZ is door de WUR een studie uitgevoerd naar de inkoop van biobased koffiebekens. de studie heeft informatie opgeleverd over de volgende punten:

- Output: (milieu-)technische en economische aspecten die van belang zijn bij de aanbesteding waarbij bio-based koffiebekens worden voorgeschreven dan wel worden geprefereerd
- Algemeen: beschikbaarheid en verkrijgbaarheid van "biobekens"
- Technisch: functionaliteit van "biobekens" ten opzichte van de referentie PS en karton met PE-gecoate disposable bekens

¹⁴ <http://www.pianoo.nl/verslag-lunchbijeenkomst-biobased-inkopen>

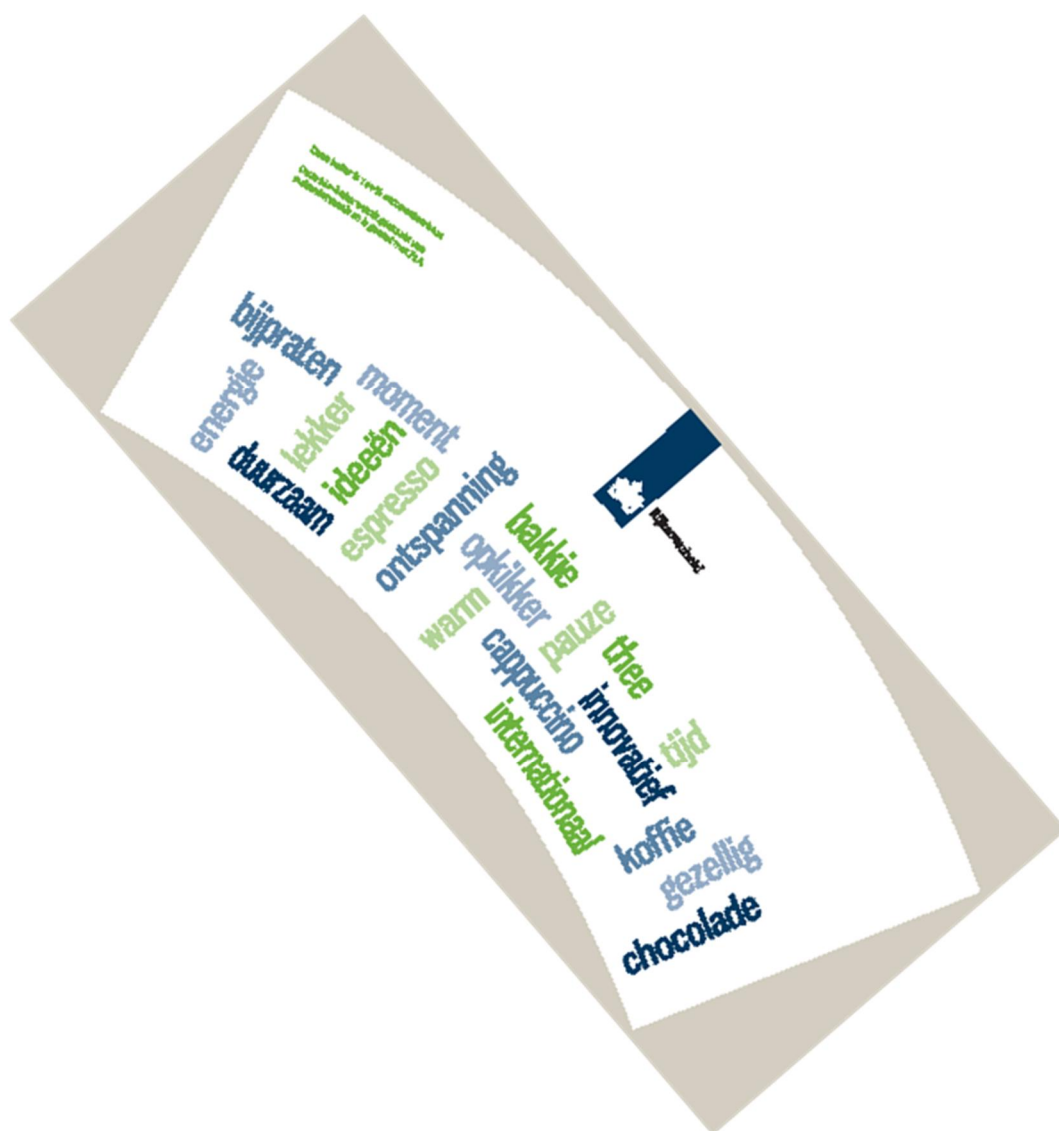
¹⁵ 120.000 ambtenaren, maal 255 werkdagen, maal 2,5 cent.



- Economisch: effecten voor de gebruiker maar ook voor Nederland als gevolg van een invoering van “biobekers”
- Duurzaamheid: “biobekers” wordt vergeleken met de referentie PS en karton met PE-gecoate disposable bekens

Het concept rapport is gebruikt bij de beoordeling van de voorstellen in bovengenoemde pilot.

Hoogstwaarschijnlijk is de vervanging van de bekens binnen de bestaande contracten een dure aangelegenheid, tenzij hierover iets in het contract is opgenomen. Daarom wordt uitgegaan van vervanging van de bekens bij een nieuw contract. In het contractenoverzicht in bijlage 16 is te zien wanneer de bestaande contracten aflopen. Dat heeft als voordeel dat de productie langzaam uitgebreid kan worden en niet aan een bekerproducent op korte termijn een productie van 175 miljoen bekens per jaar gevraagd wordt. De mogelijkheid om de bekens te bedrukken, bijvoorbeeld in het kader van de herkenbaarheid, zal in het kader van genoemde communicatiecampagne, samen met de CDV's uitgewerkt worden.



7 Activiteiten en Contractmanagement

Voor de realisatie van de visie en de inkoopstrategie zullen een aantal activiteiten uitgevoerd moeten worden.

7.1 Activiteiten

A1: Goedkeuring supplement

Als eerste stap moet dit plan goedgekeurd worden:

- Klantenraad in januari 2015,
- Bespreking intern RWS, Hoofd IUC, Directeur Inkoop CD
- Aansluitende goedkeuring Portfoliomanager Facilitair, CDI I&M
- Vaststellen ICFH en ICIA
- Ter info ICBR

(Planning: 2015)

A2: Aanbesteding

Na goedkeuring kan de aanbesteding van de (eerste) catalogus gestart worden:

De eerst volgende organisaties warme dranken automaten nodig hebben zijn:

- Beatrixpark (FMH)
- Hoftoren (FMH)
- EZ, AZ (FMH) RVO, NVWA, ...
- TM147 (FMH)

Voor deze partijen zou dus gezamenlijk een catalogus aanbesteed kunnen worden.

FMHaaglanden treedt daarbij op als vragende partij.

Uitwerking van deze aanbesteding geschiedt samen met de uit klantenraad samengestelde projectgroep. Verder zitten in de projectgroep: inkoopexpertise, contractmanagement, economische en juridische expertise.

Misschien kunnen we een uitputtende lijst maken van mogelijke deelnemers (in de loop der tijd). Bij het Engels model is het niet nodig om de afname vooraf te bepalen, daar kun je volstaan met een lijst van mogelijke deelnemers en aangeven wanneer het contract 'uitgeput' is.

Planning: Aanbesteding moet voorbereid worden in 2015. In april 2016 loopt het eerste contract af.

A3: Campagne koffiebeker; stimuleren hergebruik

In het kader van de nieuwe biobased 'rijkskoffiebeker' moet een campagne voor het hergebruik en de afvalscheiding van de beker opgezet worden. Dit zal samen met de CDV's verder uitgewerkt worden. Ook hier is de Resident (in navolging van de pilot biobased) een voorloper.

Nader ingevuld zal ook de verwerking van de koffiebeker worden, samen met de categoriemanager afval en grondstoffen.

Voor de voorlichtingscampagne is een budget noodzakelijk van : € 50.000,- (?)

A4: Onderzoek verwerking koffiebeker

Er wordt onderzoek gestart door de categoriemanager afval en grondstoffen en de categoriemanager catering naar de beste verwerkingsroute voor de biobased rijkskoffiebeker, gelet op de totale life cycle van de beker, met een keuze gebaseerd op



de relevante duurzaamheids-, financiële en bedrijfsvoeringsaspecten. Voor uitwerking van het onderzoek is de inzet van externe deskundigheid noodzakelijk.

Voor het onderzoek is een budget noodzakelijk van: € 30.000,-

7.2 Contractmanagement

Het contractmanagement van warme dranken automaten is lastig. Zoals in de inleiding al gezegd, er zijn veel ontevreden partijen en er gaat veel mis. Het is dus zaak om te investeren in partnership op tactisch niveau en op operationeel niveau goed zicht te houden op de instellingen van de automaat. Tevens is regelmatig sprake van niet goed schoongemaakte automaten, soms zelfs met gevaar voor de voedselveiligheid.

Om controles uit te voeren is een raamcontract met een auditinstantie beschikbaar bij categoriemanagement. In de contracten is opgenomen dat de leverancier zelf moet beschikken over een kwaliteits- en milieusysteem (zie ook par. 3.3). Daarnaast hebben we altijd zelf de mogelijkheid om onverwacht een steekproef te nemen.

7.2.1 Bonus/malus

De bonus, bij alle KPI's op groen (de KPI's zijn beschreven in 3.3), is in principe het instemmen met een optiejaar. Afwijkingen daarvan moeten deugdelijk onderbouwd zijn. Bijvoorbeeld een locatie die eerder moet sluiten dan gepland of een contract dat duidelijk duurder is geworden dan gemiddeld in de markt gebruikelijk.

De malus bij oranje en rood is een versnelde afbouw van het contract. Bij KPI's op oranje en rood wordt altijd een verbeterplan geëist en wordt eventueel een herkeuring gedaan op kosten van de leverancier.

Op basis van de ARVODI (er zou ook voor de ARIV gekozen kunnen worden, vanwege het dienstverleningsaspect wordt hier wel gebruik gemaakt van de ARVODI) is het altijd mogelijk een boete op te leggen bij wanprestatie of andere maatregelen te nemen.

We stellen 1 harde KPI, dat is de beschikbaarheid van de automaten, deze moet 98%¹⁶ op organisatieniveau (per contract of perceel) zijn. Bij het niet halen van deze KPI wordt een boete van (€ 10.000,-) per gebeurtenis opgelegd.

7.3 Communicatie en Organisatie

Bij contractwijziging of aanpassing zorgt de interne klant (CDV) voor communicatie naar de gebruikers. Ook eventuele wijzigingen in assortiment of soort automaat wordt in die communicatie meegenomen.

Klachten en storingsmeldingen lopen via de facilitaire helpdesk van de interne klant en worden opgenomen in de managementinfo van de leverancier, die wordt gedeeld met de contractmanager categoriemanagement. De managementinfo bevat verder het aantal consumpties per soort per automaat. Dit is de basis voor de factuur. Waar mogelijk wordt gebruik gemaakt van telemetrie (het online beschikbaar hebben van deze gegevens).

Operationele en tactische wijzigingen kunnen door de klantorganisatie zelf afgehandeld worden, strategische en contractuele zaken lopen via de contractmanager categoriemanagement. Ook indexering loopt via de contractmanager van categoriemanagement. Deze beslist echter pas na instemming van de interne klant (CDV).

¹⁶ Aantal uren uitval/storing – totaal aantal uren / totaal aantal uren

7.4 Indexering

In de klantenraad catering is al in een eerder stadium de gedragslijn indexering voor zowel catering als warme dranken automaten vastgesteld. Deze gedragslijn is opgesteld in nauw overleg met het CBS. In bijlage 20 is het deel van de tekst dat betrekking heeft op warme dranken automaten opgenomen.

7.5 Randvoorwaarden en risico's:

Randvoorwaarde / risico	Beheersmaatregelen
Nog niet alle organisatieonderdelen zijn aangesloten bij CDV	Gefaseerde invoering nieuwe werkwijze. Mogelijkheden creëren om ook buiten de CDV te kunnen bestellen.
MKB krijgt geen kans	MKB bedrijven hebben tot nu toe nog nooit ingeschreven bij een rijksaanbesteding. MKB kan in theorie hier aan deelnemen in samenwerking met andere partijen.
ICT ondersteuning is onvoldoende	Werkwijze is niet volledig afhankelijk van ICT. Goede afspraken met Digiinkoop maken.
Percelen te groot voor ABwet	Goede motivatie is noodzakelijk. MKB bedrijven doen niet mee met onze aanbestedingen. Als consortium zou men nog steeds kunnen inschrijven. Efficiënte bedrijfsvoering van de overheid vraagt leveranciers die optimaal kunnen ontzorgen.
Omvang contract niet bepaald	Garantie geven voor aantal automaten/consumpties
Alle contracten gaan naar dezelfde leverancier, overheid wordt afhankelijk van 1 leverancier	Dit is geen gevolg van een nieuwe werkwijze, kan ook op dit moment gebeuren. Indien nodig kunnen kleinere groepen gemaakt worden en voorwaarden aan perceelindeling.



home | contact | vacature | occasions | downloads | nieuws | volg ons ook op:



GEWOON GENIETEN



Koffieautomaten

Bezoek onze showroom

Totaal concept

Bonen-, freshbrew- of vriesdroog koffie?

Assortiment

Aanbiedingen

Waterkoelers

Snoep en fris

Schaerer

Jura

Duurzaam

Over ons

Klanten over C@W

Prijsvraag

Sponsoractie

Contact

Type

☐ Espresso (koffiebonen)

☐ Freshbrew (filterkoffie)

☐ Vriesdroog (instant koffie)

☐ Snoep-/frisdrank

Aantal Gebruikers

☐ 1 - 10

☐ 10 - 25

☐ 10 - 50

☐ 25 - 50

☐ 50 - 100

Verfijn uw keuze hieronder

Dranken keuzes

☐ Koffie

☐ Espresso

☐ Cappuccino

☐ Cappuccino (bereidt met verse melk)

☐ Latte Macchiato

☐ Latte Macchiato (bereidt met verse melk)

☐ Chocolademelk

☐ Chocolademelk (bereidt met verse melk)

☐ Heet water

Extra keuzes

 C@W Chico instant Offerte » Details »	 C@W Bonito instant Offerte » Details »	 C@W Mucho Grande instant Offerte » Details »	 C@W Massiva instant Offerte » Details »	 C@W Café 1 instant Offerte » Details »	 C@W Café 1TS instant Offerte » Details »
 C@W Café 1TL instant Offerte » Details »	 C@W Café 2 instant Offerte » Details »	 C@W Café 3 instant Offerte » Details »	 C@W Café 3TS instant Offerte » Details »	 C@W Café 4 instant Offerte » Details »	 C@W Café 4TS instant Offerte » Details »
 C@W Todo instant Offerte » Details »	 C@W Café 1 freshbrew Offerte » Details »	 C@W Café 2 freshbrew Offerte » Details »	 C@W Café 3 freshbrew Offerte » Details »	 C@W Café 4 freshbrew NG Offerte » Details »	 C@W Colibri Espresso Offerte » Details »
					

9 Bijlage: Supplement Warme dranken automaten

Het bestaande categorieplan catering bevat nog te weinig informatie om de aanbestedingen voor de warme drankenvoorziening goed in te richten. Om die reden zijn hiervoor aanvullende aspecten beschreven. In dit hoofdstuk volgt een (geactualiseerde) herhaling van een aantal reeds afgesproken aspecten voor Warme dranken automaten

1) Watervoorzieningen

Er wordt geen losse watervoorziening meer ingekocht. Koel water komt in prima kwaliteit via de (warme) drankenautomaat. De techniek is zodanig dat er geen koffiedruppels meer in het water komen. Daarnaast is water uit de kraan een prima alternatief voor flessen en pakken water tijdens vergaderingen. Hierdoor zijn watercoolers op de locaties overbodig geworden. Een uitzondering hierop vormt de bedrijfsfitness waarbij nog wel van watercoolers gebruik gemaakt kan worden.

2) Kannen

Bij de aanbesteding wordt als eis gesteld dat de automaten ook meerdere koppen ineens kunnen bieden ofwel kannen moeten kunnen vullen. De gedachte daarachter is dat een vermindering dan wel afschaffing van de koffievergaderservice opgevangen kan worden door zelf kannen te tappen uit de automaten.

3) Zetmethode

Er worden verschillende zetmethoden beschikbaar gesteld. Er is een verschil tussen instant, liquid, fresbrew en 'beans to cup'. De kwaliteitsverschillen zijn door de technische ontwikkelingen minder groot geworden. Instant koffie wordt soms gezien als kwalitatief onder de maat, maar is de laatste jaren wel beter geworden. Instant heeft als voordeel dat er geen koffiedroesafval is en dit een zeer snelle zetmethode is. Als er met instant een kwalitatief acceptabele kwaliteit geleverd kan worden, heeft dat de voorkeur. Aan de andere kant kan er op sommige plekken reden zijn voor extra kwaliteit en kunnen hier andere keuzen (bijv. versgemalen bonen) gemaakt worden.

4) Thee

Er wordt steeds vaker thee gedronken in plaats van koffie. De thee uit de automaat is meestal instant en van een bedenkelijk niveau. Daarom wordt nu meestal heet water met losse theezakjes uitgevraagd, 4-6 soorten thee is daarbij normaal. Omdat losse theezakjes leiden tot meer onderhoud en afval blijven ook hier nadelen aanzitten. Ook in de toekomst zal onderzocht worden of de theevoorziening ook op een andere manier goed geregeld kan worden. Er komen innovatieve 'theemachines' op de markt, waar wel een goede kwaliteit thee uit kan komen, in diverse smaken.

5) Normering

Hoeveel automaten er in een (nieuw) gebouw geplaatst worden, hangt van veel aspecten af, meestal is dit bouwkundig al bepaald. Als norm wordt gebruikt: voor staande apparaten 1 op de 50 bewoners (werkplekken) en voor de tafelmodellen 1 op 25 bewoners.



10 Bijlage: Aspecten duurzaamheid

In deze bijlage staan de verschillende aspecten van duurzaamheid, betrekking hebbend op de drankautomaten, beschreven. Zoals in hoofdstuk 5 beschreven zal in de uitvraag verwezen worden naar een voor vele aspecten overkoepelende maatstaf, zoals CO₂ uitstoot.



10.1 De automaat

De duurzaamheidsaspecten die in deze paragraaf aan de orde komen zijn:

Hergebruik automaten en onderdelen, dit wordt in par. 4.1.1. uitgewerkt

Energieverbruik: Het apparaat moet beschikken over mogelijkheden welke energie kunnen besparen. Geen overbodige verlichting, standby stand of automatische uitschakeling 's nachts en in de weekends. De toepassing van de Energie Efficiency Richtlijn (EER) vereist dat de overheid alleen apparatuur gebruikt met energielabel en een zo hoog mogelijke energie-efficiencyklasse.

Waterfiltergebruik: Een goed waterfiltersysteem zorgt ervoor dat het water wordt geoptimaliseerd. Dit zorgt voor voordelen zoals minder bijsmaken, minder snel kalkaanslag dus minder energieverbruik en minder kans op storingen.

Beschikbaarheid en Storingmeldingen: Het is belangrijk dat de automaten zonder storingen beschikbaar zijn. Mocht er toch nog een storing plaats vinden, dan moet deze zo snel mogelijk verholpen worden. Het beschikbaarheidspercentage wordt vastgesteld op 98% per locatie. Storingen dienen in kantoor tijd binnen 4 uur verholpen te worden. Er dient voldoende preventief onderhoud plaats te vinden om dit beschikbaarheidspercentage te halen.

10.1.1 *Hergebruik automaten en onderdelen*

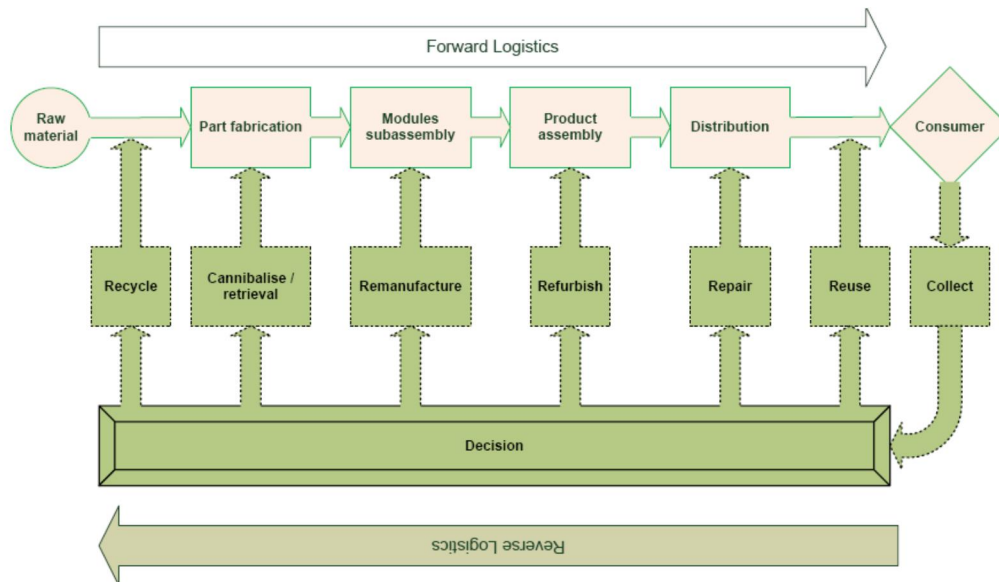
In het overheidsbeleid is veel aandacht voor de circulaire economie. Er is een green deal gesloten voor circulair inkopen, dus ook voor koffieautomaten willen we hier mede vorm aan geven. In de basis voldoen de koffieautomaten al aan de uitgangspunten. De automaat wordt namelijk na afloop van de contractduur weer opgehaald door de leverancier. Er is (in de meeste gevallen) geen sprake van afvoer van automaten in eigendom. Daarnaast wordt al rekening gehouden met de levensduur van de automaat (zie par.4.1.2).

Een stapje verder is het hergebruik van (onderdelen) van de automaten te eisen of onderdeel van de gunning te maken.

Recycling van de automaten is meestal al onderdeel van het MVO-duurzaamheidsbeleid van de leveranciers. Gebruikte automaten bevatten veel waardevolle materialen, welke geschikt zijn voor recycling. Dit bespaart nieuwe grondstoffen en er ontstaat minder vervuiling door afvalverbranding of -storting.

Als een automaat die na een kleine opknapbeurt weer opnieuw ingezet kan worden, noemen we dat 're-use'. Een kapotte automaat, na vervanging van kapotte onderdelen werkt nog prima, 'repair'. Automaten die teruggenomen worden, een nieuw binnenwerk krijgen en opnieuw ingezet noemen we 'refurbished'. 'Remanufacture' en 'retrieval' komt voor zover bekend, niet voor in de automatenbranche. Na afloop van de technische levensduur kunnen de onderdelen van de automaat nog gerecycled worden. Dit zijn de 6 R'en van het hergebruik, in volgorde van wenselijkheid, zie figuur 6R model.

Wij vragen daarbij de garantie dat losse onderdelen te allen tijde beschikbaar zijn gedurende de levensduur en tijdens de looptijd van de overeenkomst. Dit geldt ook voor re-use of refurbished automaten, hiervoor gelden dezelfde kwaliteitseisen als voor nieuwe automaten.



Figuur@: 6R model TU Delft

Recycling automaten en onderdelen

We eisen/wensen dat elke geretourneerde warme dranken automaat die nog van voldoende kwaliteit is opnieuw ingezet wordt. Na een beoordeling door de leverancier kan deze na grondige reiniging en revisie als occasion automaat opnieuw worden ingezet.

Steeds vaker worden naast nieuwe automaten ook 'refurbished' automaten ingezet. Als de gebruiksduur beperkt is, bijvoorbeeld vanwege de afstoot van een pand, dan heeft de inzet van gereviseerde apparaten de voorkeur. In het algemeen bepaalt de leverancier of het handig is om gebruikte automaten in te zetten. In aanbestedingen wordt het hergebruik van apparaten gestimuleerd.

10.1.2 Levensduur

Een automaat kent een economische en technische levensduur. De gemiddelde technische levensduur ligt op 7-8 jaar.¹⁷ Ondanks dat dit gegeven veel bevestigd wordt door de markt wordt er door sommige partijen gesteld dat het technische levensduur 10 jaar is, afhankelijk van het onderhoud en intensiteit van het gebruik. Door middel van preventief onderhoud kan de technische levensduur worden verlengd. Hierdoor worden veel storingen voorkomen, maar ook het voorkomen van kalkafzetting op verwarmingselementen om het energieverbruik laag te houden. Vanuit milieuoogpunt is het van belang de technische en economische levensduur van de drankautomaat optimaal te benutten.

¹⁷ <http://www.vida.nl>



10.2 Ingrediënten

Aspecten om rekening mee te houden op het gebied van duurzaamheid voor de ingrediënten zijn:

- Teelt van de grondstof
- Transport
- Verwerking van grondstof tot ingrediënt
- Verpakking¹⁸

Deze onderdelen komen in deze paragraaf aan de orde.

10.2.1 *De Teelt: Sociale voorwaarden*

Sociale voorwaarden gaan over het voorkomen van kinderarbeid, hongerlonen, onmenselijke arbeidsomstandigheden. Overheden kunnen bijdragen aan het uitbannen van dergelijke misstanden door sociale voorwaarden te gebruiken. Sociale voorwaarden dragen bij aan een meer sociaal verantwoorde productie in productieketens. Alle informatie over sociale voorwaarden is te vinden op de site van Pianoo. In de ICIA is bepaald dat bij alle aanbestedingen onder categoriemanagement de sociale voorwaarden worden toegepast.

<http://www.pianoo.nl/themas/duurzaam-inkopen/sociale-aspecten-van-duurzaam-inkopen/sociale-voorwaarden>

Een handleiding, factsheets en modeldocumenten geven maken duidelijk hoe de toepassing bij een aanbesteding en in de contractperiode moet verlopen. Leveranciers kunnen ook terecht bij MVO Nederland voor ondersteuning en advies.

<http://www.mvonederland.nl/duurzaam-leveren-aan-de-overheid>

Bij sociale voorwaarden is sprake van algemene voorwaarden, waarbij een regime gekozen moet worden. Voor koffie, thee en cacao in de warme dranken automaten is het verplicht om naast de algemene voorwaarden ook te kiezen voor aanvullende voorwaarden. Deze aanvullende voorwaarden hebben betrekking op een leefbaar inkomen voor de producent of eerlijke handel. Hieraan kan voldaan worden door keurmerken van Fairtrade (Max Havelaar), Utz Certified of Rainforest Alliance toe te passen.

Goedgekeurde keteninitiatieven zijn te vinden op:

<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/inkopen-door-het-rijk/maatschappelijk-verantwoord-inkopen-door-het-rijk/voldoen-aan-sociale-voorwaarden>

Er dient vooraf een keuze gemaakt te worden tussen leefbaar inkomen, of een nadere invulling met eerlijke handel. Dit dient in de standaard bijlage weergegeven te worden.

<http://www.pianoo.nl/document/4583/standaardtekst-sociale-voorwaarden-overige-situaties-word-versie>

10.2.2 *Transport*

Om energievervalsing, uitstoot van broeikasgassen en andere luchtvervuiling zo beperkt mogelijk te houden, is het wenselijk dat er zo min mogelijk kilometers gereden worden voor de toelevering van de ingrediënten en het vervoer van servicemedewerkers. Hoewel het vervoer van ingrediënten frequent plaatsvindt,

¹⁸ Duurzaamheidscriteria voor de overheid

worden eisen aan transport als niet proportioneel beschouwd voor de inkoop van drankautomaten. Het levert namelijk vaak te weinig op ten opzichte van de kosten.¹⁹

- 10.2.3 **Verpakkingen**
Ook op het gebied van verpakkingen valt nog milieuwinst te behalen. Verpakkingen die aluminiumvrij zijn, zijn in principe beter voor het milieu. Het hangt wel af van materiaalkeuze en hoeveelheid materiaal die nodig is voor het alternatief.

Milieuvervuiling tegengaan als doel, leidde tot een zoektocht naar een recyclebaar verpakkingsmateriaal, vrij van aluminium en vrij van PVdC. Veel koffieverpakkingen bestaan uit laminaten waarin een laag aluminium en een laag PVdC is verwerkt vanwege hun voortreffelijke barrière-eigenschappen. Door samen te werken met de verpakkingsleverancier van het kunststof laminaat heeft de koffieproducent nu een verpakking op de markt weten te brengen die door eindgebruikers weggegooid kan worden in de plastic heroeszak.



De verpakkingsformaten worden zoveel mogelijk afgestemd op de inhoud, zodat geen onnodig restmateriaal wordt afgesneden na het sluiten van de verpakking. Omdozen worden zo aangepast, dat er meer op een pallet en dus in een vrachtwagen passen, met als gevolg minder ritten en minder transportkilometers. Verpakkingen en verpakkingsmaterialen worden retour genomen en worden gescheiden ingezameld en ook gescheiden afgevoerd. Registratie hiervan geschiedt o.a. via de CO²-footprint (die kan uitgevraagd worden). Alle verpakkingen van de producten, het afval vanuit de warme dranken automaten worden conform de regelgeving, door de leverancier meegenomen.

Koffies verpakt in trendy duurzame blikken en houten kratten. Deze materialen worden keer op keer hergebruikt. Dat scheelt een enorme bergketen aan plastic wegwerpapval.



- 10.2.4 **Afvoer koffie residu (optioneel)**

Bij Fresh brew en bonenkoffie is sprake van koffieresidu of koffiedrab. Dit kan gebruikt worden voor het kweken van oesterzwammen, die weer verwerkt

¹⁹<http://www.pianoo.nl/sites/default/files/documents/documents/volledigecriteriadocumentdrankautomaten.pdf>



worden in vegetarische croquetten. Niet iedere leverancier heeft deze mogelijkheid.

10.2.5 *Onderhoud: Social return*

De koffieautomaten worden in de meeste gevallen dagelijks onderhouden door medewerkers van de koffieleverancier. Het werk wat zij doen is cruciaal voor een goede koffievoorziening. Ze zorgen voor de beschikbaarheid van de automaat, voor het schoonhouden ervan etc. Meestal is sprake van vaste operators per pand. We vragen daarbij een representatieve uitstraling, zowel qua kleding als qua uiterlijk. Ook dienen de medewerkers over een recente VOG te beschikken. Er worden geen duurzaamheidseisen aan de bedrijfskleding of het transportmiddel van de medewerker gesteld (zie 4.2.2).

Indien het contract groot genoeg is (€ 250.000), wordt ook bij een aanbesteding WDA de verplichte social return eis van 5% toegepast. De inzet zal vooral in het onderhoud en services van de automaat toegepast worden en kan bijvoorbeeld gerealiseerd worden door leerarbeidsplaatsen te realiseren.

11 Bijlage: Nadere uitwerking hergebruik automaten

Aan het eind van de lifecycle wordt alle elektrische en elektronische apparatuur ingenomen, zoals automaten en koelunits, waarna deze zorgvuldig worden ontmanteld en verantwoord worden afgevoerd conform de vigerende milieuvoorschriften. Alle geleverde automaten voldoen aan alle wettelijke milieu eisen en zijn CFK- en HCFK-vrij; Alle geleverde automaten voldoen aan het CE keurmerk en worden samengesteld uit materialen welke zoveel mogelijk geschikt zijn voor recycling; Alle automaten voldoende aan de EU Richtlijn nr. 2002/95/EG, ook aangeduid als ROH's (Restriction of Hazardous substances). Deze richtlijn verbiedt het gebruik van gevaarlijke stoffen; De leverancier voldoet aan de EU Richtlijn nr. 2002/96/EG, ook aangeduid als WEE richtlijnen (Waste Electrical and Electronic Equipment). Warme dranken automaten zijn allen grotendeels recyclebaar, met als norm minstens 80%. Een ambitieus percentage gaat richting 90%.

Een volgende stap is het scheiden van de "assembled materials" (onderdelen waarin meerdere materialen of verschillende soorten metaal voorkomen), wat uitstekend past in de Cradle to Cradle filosofie en een positieve invloed heeft op het recyclingpercentage. De centrale gedachte bij Cradle to Cradle is dat restanten van één product de grondstof vormt voor een ander product.

Zo worden materialen hergebruikt zonder restproducten en, anders dan gewone recycling, zonder kwaliteitsverlies. Er wordt hierbij onderscheid gemaakt tussen biologische en technische kringloop.

Bij de automaten is sprake van technische kringloop, welke bestaat uit niet-organische stoffen zoals metaal en kunststof. Deze technische grondstoffen moeten binnen hun eigen kringloop hergebruikt worden.

Hieronder een voorbeeld tabel met daarbij de grondstoffen in een automaat.

Materiaal	Percentage	Recyclebaar	Totaal recyclebaar
Aluminium	2,08%	95%	1,98%
Compressor	28,57%	95%	27,14%
Hout	0,52%	95%	0,49%
Koper	10,91%	95%	10,36%
Karton/papier	1,62%	80%	1,30%
Kunststof	15,26%	70%	10,68%
Purschuim	2,34%	100%	2,34%
Snoer	1,17%	60%	0,70%
Staal	33,77%	95%	32,08%
Overig	3,76%	0%	0,00%
Totaal	100 %		87,07 %

Tabel@: Voorbeeld samenstelling koffieautomaat



12 Bijlage B-93 Green Deal Duurzame Koffie in Nederland in 2015

Betrokken partijen

- Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie (EL&I)
- Koninklijke Nederlandse Vereniging voor Koffie en Thee, (KNVKT)
- Leden van de Koninklijke Nederlandse Vereniging voor Koffie en Thee

Beschrijving initiatief

De koffiesector wil in 2015 het aandeel in Nederland verkochte duurzame koffie naar 75% brengen. Concreet gaat het hierbij om:

- vermindering van energieverbruik en de milieudruk van verpakkingen (milieu)
- verbetering van de arbeidsomstandigheden van de koffieboeren (mens)
- het versterken van de (economische) positie van ieder in de keten (meerwaarde)

Nederland is thuisbasis van een aantal vooraanstaande (multinationale) (handels)ondernemingen. Als gevolg van een groeiende koffieconsumptie in producerende landen en opkomende markten en het effect van klimaatverandering op koffieproductie staat het aanbod (en daarmee de toevoer) van duurzaam gecertificeerde koffie onder druk.

Vrijwel alle grote Nederlandse koffiebranders zijn bij de branchevereniging aangesloten. Samen werken ze eraan om het gestelde doel te behalen.

Mogelijke knelpunten:

- kennisgebrek over energiebesparingsmogelijkheden
- duurzaamheid in de teelt van de koffiebonen

Resultaten

In het Actieplan Duurzame koffie 2011-2015 zijn projecten en activiteiten opgenomen. Deze zijn ingedeeld volgens de diverse schakels in de koffieketen: oorsprong, transport, productie en consumptie.

Oorsprong:

- opschalen van duurzame teeltomstandigheden
- van 8% naar 25% duurzaam geproduceerde koffie in 2015 (mondiaal) en van een kwart naar driekwart duurzame koffie in Nederland (2015)

Transport:

- reductie sectoruitstoot van CO₂ met 20% via 'Slim transport' (Lean and Green)

Productie:

- energie-efficiënt koffie branden
- in de rest van de keten maatregelen nemen (bijvoorbeeld rond de benutting van organische reststromen, transport, en reductie verpakkingsafval)
- 30% energie-efficiencyverbetering in 2020 ten opzichte van 2005

Consumptie:

- reductie energieverbruik bij zetten en warmhouden van koffie (dit maakt nu 40% energieverbruik in de keten uit)
- vergroten van de verkoop van duurzaam geproduceerde koffie in Nederland in 2015 tot 75% van de verkochte koffie (van circa 40% in 2011)

Einddatum: 2015

Inzet en acties partijen

Oorsprong:

- KNVKT blijft *founding partner* van het IDH-koffieprogramma en is als lid van de stuurgroep betrokken bij de ontwikkeling en implementatie van het programma.
- KNVKT onderzoekt de mogelijkheid om koffieproducenten in oorsprongslanden te trainen.
- KNVKT identificeert waar nuttige inzet van Landbouwraden voor de verduurzaming van de koffieketen gewenst is.

- KNVKT agendaert de verduurzamingswensen van de koffieketen in Europees en internationaal verband binnen ECF en de ICO PSCB.

Transport:

- KNVKT ondersteunt lidbedrijven bij het behalen van haar transportambities richting 'Lean and Green'.
- KNVKT agendaert duurzaam (zee)transport in Europees verband door deelname aan het ECF Logistics Committee.

Productie:

- KNVKT ondersteunt lidbedrijven bij het behalen van haar energie-efficiencydoelstellingen door overleg, kennisdeling en de uitvoering van specifieke brancheprojecten over het proces en de keten.

Consumptie:

- KNVKT voelt zich mede verantwoordelijk voor het verbeteren van de energie-efficiency in de hele keten, tot aan het koffiezetten toe en onderzoekt de mogelijkheden om ook met koffiezetapparatenbouwers afspraken te maken voor dit thema.

Monitoring en Evaluatie:

- KNVKT rapporteert jaarlijks over de voortgang ten aanzien van de doelstellingen die zijn opgenomen in het actieplan.

Inzet en acties Rijksoverheid

EL&I voert 2 beleidsprogramma's uit die voor de koffiesector relevant zijn: de meerjarenaafspraken energie en het initiatief duurzame handel. EL&I zal in nauw overleg met KNVKT en de koffiesector onderzoeken waar het verbinden van deze 2 programma's tot meerwaarde kan leiden bij het realiseren van de ambities van de sector.

Oorsprong:

-- EL&I verzorgt (deel)ondersteuning bij IDH voor het koffieprogramma (samen met andere partners).

-- EL&I onderzoekt de mogelijkheden van gespecialiseerde onderwijsinstellingen (bijvoorbeeld bij PTC+)

om binnen hun bestaande middenstroom een voorstel te maken om koffieproducenten in oorspronglanden te trainen.

-- EL&I ondersteunt de verduurzamingswensen van de koffieketen in multilateraal verband, bijvoorbeeld middels haar landbouwrade bij de International Coffee Organization (ICO).

-- EL&I zorgt ervoor dat Landbouwraden in relevante koffieproducerende landen, indien gewenst, inzet

plegen ten behoeve van de verduurzaming van de koffieketen middels specifieke bedrijfssteun of kennisbevordering.

Productie:

-- EL&I ondersteunt KNVKT bij de uitvoering van het actieplan via (lopende) (keten)projecten in het kader

van de Meerjarenaafspraken Energie-efficiency 2001-2020 (MJA3). Relevant zijn:

-- een focus op proces (efficiënt koffiebranden)

-- organische reststromen;

-- een vermindering van de milieudruk van verpakkingen

-- faciliteert bij keteninnovatie 'energiezuinig koffiezetten'

-- EL&I zet zich in om kennis te ontsluiten (waaronder ook ervaring en *best practices*) vanuit andere

sectoren, zoals de Voedings- en Genotsmiddelen Industrie, om de energie-efficiency van het branden

van koffie te verbeteren.

-- De sector analyseert, in samenwerking met de Rijksoverheid, welke onnodige knelpunten in relevante



wet- en regelgeving (bijvoorbeeld duurzaamheid, afvalaspecten) er bestaan of kunnen ontstaan bij
schaalvergroting in het verwerken van de reststroom koffiedik.

Voor meer informatie

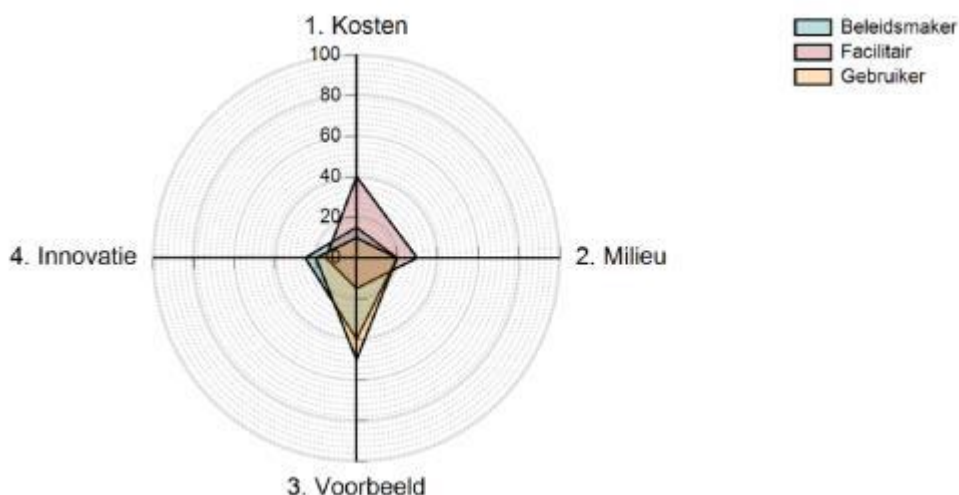
www.rijksoverheid.nl/greendeal

13 Bijlage: Achtergronden koffiebeker

In een onderzoek uitgevoerd in opdracht van het rijk met als titel “Grip op de beker” zijn analyses uitgevoerd op 4 locaties bij vier verschillende rijksorganisaties. Die analyses hadden betrekking op de thans ingezette beker en de wijze waarop daarmee wordt omgegaan, de ambities voor de toekomst en de motieven die daarin meespelen, de afvalstromen, inzamelstructuren en verwerkingsmethoden van de gebruikte bekercs.

De te bereiken doelstellingen waren in 4 groepen verdeeld, kosten, milieu, innovatie en voorbeeldfunctie (zie plaatje). De (gezamenlijke) nadruk op 1 van de doelstellingen leidt tot een uitkomst voor een ‘beste’ beker.

Bij een locatie die beperking van de milieudruk als hoofddoel stelt, zal het belang van de recyclebaarheid van de beker en de daarbij horende juiste (schone) wijze van inzameling kunnen leiden tot de keuze voor een andere beker dan bij een locatie die juist stuurc op de laagste kosten of het willen vervullen van een voorbeeldrol.



Figuur @: Uitkomst ‘Eco Expectancy Scan’ als basis voor het beker advies

Om daadwerkelijk grip op beker te krijgen, is er een bekerportaal ontwikkeld (zie figuur) waar door het invoeren van diverse variabelen een advies voor een beste beker gegeven zou kunnen worden. Ook zou de ‘winst’ op de doelstellingen bijgehouden kunnen worden. Vanwege de wens te komen tot 1 rijksbeker en de blijvende afhankelijk van de leverancier is het portaal niet in gebruik genomen.

In het eindadvies is ten aanzien van de ‘stip op de horizon’, de gewenste eindsituatie, het volgende opgenomen. “Het is aannemelijk dat er op termijn 100% oneindig recyclebare materialen beschikbaar komen, net als biobased materialen die géén bedreiging zijn voor onder andere de voedselvoorziening. Ongeacht om welk materiaal het gaat, zal op een juiste en zorgvuldige wijze omgegaan moeten worden met de (beker)producten die uit de materialen worden gemaakt. Producten gemaakt uit fossiele grondstoffen zullen (door ‘wassen’, opknappen en recyclen) in de kringloop gehouden worden, zodat de grondstoffen behouden blijven. De biobased bekercs zullen



gericht gestuurd moeten worden naar de optimale verwerkingsoplossing. Dit kan een biologische recyclingvorm (zoals compostering) zijn, maar ook een verbrandingsoven.
“



Figuur: Beker portaal 'Grip op de beker'

Grip op de Beker leidt ertoe dat de keten zal gaan bepalen op welke manier de gebruiker het meeste geniet van zijn warme drank terwijl -tegelijkertijd- het bekeergebruik de minste impact heeft.”

De onderzoekers pleiten ervoor om de marktpartijen in de rol te brengen als ketenregisseur.

14 Bijlage: Kabinetsbeleid Biobased Economy

Biobased Economy - Beleidsprioriteiten Rijksoverheid

In het Regeerakkoord staat: “ ‘biobased economy’ kan een van de pijlers vormen voor groene groei”. Biobased economy is een innovatief cross-sectoraal thema binnen de topsectoren dat een belangrijke motor vormt voor Groene Groei in Nederland. De biobased sector heeft ook een goed anker in het energieakkoord. Driekwart van de hernieuwbare energie in Nederland heeft momenteel zijn basis in biomassa, de grondstof van de biobased sector. In verschillende beleidsstukken benadrukt de Rijksoverheid het belang van de biobased economy. Dit beleid kan worden aangevoerd bij aanbestedingen om de voorkeur te geven aan de inkoop van biobased producten. Hieronder volgt een overzicht van relevant beleid.

⇒ Link Regeerakkoord <http://www.rijksoverheid.nl/bestanden/documenten-en-publicaties/rapporten/2012/10/29/regeerakkoord/regeerakkoord.pdf>

Europa 2020 strategie

De Europa 2020-strategie pleit voor een biobased economy als hoeksteen voor slimme en groene groei in Europa. De Europese Commissie (EC) heeft in februari 2012 een actieplan voor de biobased economy in Europa gepresenteerd: Innovatie voor duurzame groei: een bio-economie voor Europa (COM(2012) 60).

⇒ Link COM(2012) 60 http://ec.europa.eu/research/bioeconomy/pdf/201202_innovating_sustainable_growth_nl.pdf

Groene Groei: voor een sterke, duurzame economie

De overheid wil de belasting van het milieu en de afhankelijkheid van fossiele energie terugdringen. En tegelijkertijd het concurrentievermogen van Nederland versterken. Het kabinetsbeleid voor groene groei staat in de Kamerbrief Groene groei: voor een sterke, duurzame economie. Het kabinet wil in internationaal verband naar een volledig duurzame energievoorziening in 2050. Biobased Economy is hierbij een belangrijk domein. Het kabinetsbeleid voor groene groei richt zich op:

- Slimme inzet op marktprikkels;
- Stimulerende wet- en regelgeving;
- Innovatie;
- De overheid als netwerkpartner.

⇒ Link Kamerbrief Groene groei <http://www.rijksoverheid.nl/bestanden/documenten-en-publicaties/kamerstukken/2013/03/28/kamerbrief-groene-groei-voor-een-sterke-duurzame-economie/kamerbrief-groene-groei-voor-een-sterke-duurzame-economie.pdf>

Hoofddlijnennotitie Biobased Economy

In de “Hoofddlijnennotitie Biobased Economy” uit 2012 staat de integrale middellange termijnvisie van het kabinet. Hierin wordt aangegeven welke inspanningen nodig zijn in de hele keten van duurzame biomassavoorziening naar biobased toepassingen. Het Innovatiecontract BBE (zie hieronder onder “Topsectoren”) is daaraan complementair en geeft een nadere invulling op het terrein van kennis en innovatie. Middels integraal beleid wil de rijksoverheid:

- Interacties tussen alle betrokkenen bevorderen
- Wegnemen van botsende belangen
- Borgen van beleidscoherentie

⇒ Link Hoofddlijnennotitie Biobased Economy <http://www.rijksoverheid.nl/bestanden/documenten-en-publicaties/kamerstukken/2012/04/02/hoofddlijnennotitie-biobased-economy/hoofddlijnennotitie-biobased-economy.pdf>



- ⇒ Link voortgangsrapportage <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/kamerstukken/2013/10/04/aanbiedingsbrief-voortgangsrapportage-biobased-economy.html>

Topsectorenbeleid

Het kabinet wil topsectoren, waarin Nederland uitblinkt, sterker maken. Om dat te bereiken, gaan overheid, bedrijfsleven, universiteiten en onderzoekscentra samen werken aan kennis en innovatie. De afspraken hierover zijn vastgelegd in zogeheten innovatiecontracten. Er zijn onderwerpen die meerdere topsectoren aangaan. Eén daarvan is de biobased economy. Het Innovatiecontract BioBased Economy geeft een nadere invulling van de vraaggestuurde speerpunten op het terrein van kennis en innovatie. Hieraan hebben ca 200 bedrijven hun commitment gegeven. Deze speerpunten zijn uitgewerkt in de volgende werkpakketten:

- Biobased materialen;
- Bio-energie & Bio-chemicaliën;
- Geïntegreerde bioraffinage;
- Teeltoptimalisatie en biomassaproductie;
- Terugwinnen en hergebruik;
- Economie, beleid en Duurzaamheid.

- ⇒ Link samenvatting innovatiecontract BBE: <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/kamerstukken/2012/04/02/samenvatting-innovatiecontract-topsector-thema-biobased-economy.html>

- ⇒ Innovatiecontract geheel: <http://www.biobasedeconomy.nl/wp-content/uploads/2012/04/7250-ELI-Innovatierapport-aanpv3.pdf>

Energieakkoord

In het energieakkoord van de SER is met de Rijksoverheid en alle betrokken het volgende afgesproken: 'Uitgangspunt is cascadering van biobased materialen, waarbij verduurzaming en energieproductie en duurzaam materiaalengebruik samen gaan. Het is gewenst om de aanpak hiervan te intensiveren en partijen willen binnen een half jaar uitwerking geven aan de wijze waarop dit kan worden geïncorporeerd in het duurzaam inkoop beleid van de overheid.'

Driekwart van de hernieuwbare energie in Nederland heeft momenteel zijn basis in biomassa, de grondstof van de biobased sector. Biomassa zal ook de komende jaren nog een belangrijke bijdrage leveren aan hernieuwbare energie.

- ⇒ Link Energieakkoord: http://www.ser.nl/~media/files/internet/publicaties/overige/2010_2019/2013/energieakkoord-duurzame-groei/energieakkoord-duurzame-groei.ashx

Green Deals

De Rijksoverheid wil initiatiefnemers helpen bij het realiseren van duurzame initiatieven die moeilijk van de grond komen. Ze doet dit door een Green Deal aan te gaan met initiatiefnemers van duurzame projecten en ideeën. Er zijn verschillende redenen waarom initiatieven niet altijd van de grond komen. Dat kan zijn door onduidelijkheid over vergunningen en de daarbij behorende regels, het niet kunnen vinden van samenwerkingspartners, of problemen bij het lanceren van nieuwe producten. De Rijksoverheid wil helpen deze knelpunten weg te nemen. Er zijn ook verschillende Green Deals waarin de Rijksoverheid de biobased economy voorruit wil helpen door middel van inkoop.

- ⇒ Link Green Deal Groencertificaten: <http://www.ondernemendgroen.nl/SiteCollectionDocuments/OndernemendGroen/B118%20-%20Green%20Deal%20NRK%20Groen%20Certificaten.pdf>
- ⇒ Link Green Deal Biobased Bouwen: <http://www.greendealbouwen.nl/>

- ⇒ Link Green Deal Dutch Grown Polymers:
<http://www.ondernemendgroen.nl/SiteCollectionDocuments/OndernemendGroen/B110%20-%20Green%20Dutch%20Grown%20Polymers.pdf>
- ⇒ Link Green Deal Biobased Boomverankering: http://www.naturalplastics.nl/docs/B115-2-BI-Factsheet_GD_natural_Plastics_BV.pdf
- ⇒ Link Green Deal Biobased Innovations:
<http://www.ondernemendgroen.nl/SiteCollectionDocuments/OndernemendGroen/B113-%20Green%20Deal%20Biobased%20Innovations.pdf>
- ⇒ Link Green Deal Biobased Bouwmaterialen:
<http://www.ondernemendgroen.nl/SiteCollectionDocuments/OndernemendGroen/B116%20-%20Green%20Deal%20Nova%20Lignum.pdf>

Grondstoffennotitie

In de Grondstoffennotitie die is uiteengezet welke rol de rijksoverheid de komende jaren op dit terrein voor zichzelf ziet. De overheid richt zich op drie lijnen:

1. het aanbod van grondstoffen voor de Nederlandse economie veiligstellen en verduurzamen
2. de vraag beperken en waar mogelijk verduurzamen
3. het gebruik van grondstoffen efficiënter en duurzamer maken.

- ⇒ Link Grondstoffennotitie: <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2011/07/15/grondstoffennotitie.html>



Bijlage: Aanbieders bekens voor warme dranken (biobased en composteerbaar)

BASF (D)	Maakt PLA-Ecoflex (Ecovio® PS) grondstof geschikt voor extrusie-coating op papier en karton, >50% biobased	www.plasticsportal.net/wa/plasticsEU~en_GB/porta/show/content/products/biodegradable_plastics/ecovio_applications_paper_coating
Biofutura, Rotterdam	Levert papieren beker met PLA coating. Levert herbruikbare afwasbare magnetronbestendige bekens op basis van rijstzulzen en lignine.	www.biofutura.nl
BioLogical Solutions, Rotterdam	Levert koffiebekens (NatureCup) op basis van papier met PLA binnencoating	http://biologicalsolutions.nl/nieuwe-producten
Biome Bioplastics (VK)	Levert cellulose-gebaseerd composteerbaar materiaal (BiomeHT90) voor spuitgieten, sheetextrusie en thermovormen, biobased koolstofgehalte >50%	www.biomebioplastics.com/product-ranges/high-temperature
Biome Bioplastics (VK)	Levert zetmeel-gebaseerde coating voor op papier (BiomeEasyFlow), GMO-vrij, geen plasticisers, goede vetbarrière	www.biomebioplastics.com/product-ranges/coating
Bunzl, Almere	Levert koffiebekens op basis van papier met bioafbreekbaar polyester (Ecoflex®) binnencoating	foodservice.bunzl.nl/sites/bunzlalmere/files/Bewust%20Bunzl%20catalogus_1.pdf
Corbion, Gorinchem	Hitte-stabiel PLA voor koffiebekens	www.purac.com/EN/Bioplastics/PLA-applications/High-heat-packaging.aspx
Huhtamaki, Franeker	Maakt koffiebekens op basis van papier met PLA binnencoating (Bioware®) en op basis van hittestabiel PLA	www2.huhtamaki.com/web/foodservice_de/products/product_sector/root/category;www.purac.com/_sana_/handlers/getfile.ashx/14d85c7d-3ec5-48b3-a428-e04458a984cb/Corbion+Purac+at+K+2013+14102013.pdf
International Paper	Maakt koffiebekens op basis van papier	www.internationalpaper.co

(VS)	met PLA binnencoating (Ecotainer®)	m/US/EN/Products/ecotainer/Aboutecotainer.html
Moonen Natural, Weert	Lever koffiebekers op basis van suikerrietpapier met PLA binnencoating	www.moonennatural.com/composteerbare-koffiebeker.html ; www.moonenpackaging.com/en/node/470
Van der Windt, Honselersdijk	Levert papier beker met PLA coating	www.vanderwindt.com/site/en/product/798-drinkbeker-bio

Bron: WUR rapport, C. Bolck, 2015.



16 Bijlage: Huidige situatie

Bij de rijksoverheid hebben we ongeveer 3500²⁰ Koffieautomaten. Dat lijkt niet veel, maar het gaat al gauw om 175 miljoen consumpties per jaar. De grootste leverancier is op dit moment DE, veel nieuwe contracten zijn de afgelopen periode naar DE gegaan.

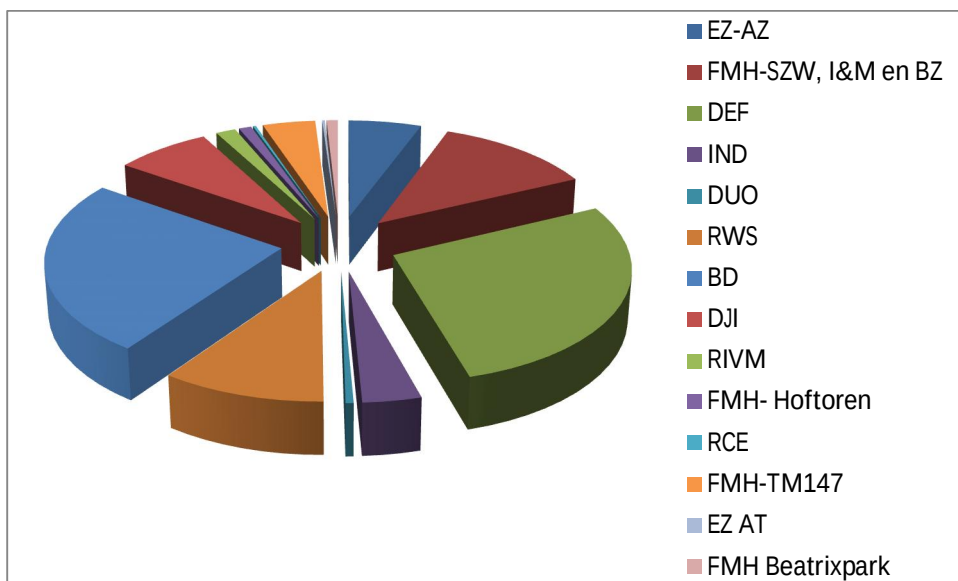
De totale contractwaarde is ongeveer 19 miljoen (spend 2013). Een aantal grote contracten is nog niet onder categoriemanagement afgesloten.

Contract (deelnemers)	EIND	leverancier	aantal automaten	CM (J/N)
EZ-AZ	31-12-2015 (+3x1)	Pelican Rouge	220	N
FMH (SZW, BZ, I&M)	1-10-2016 (+3x1)	DE	479	J
DEF	1-10-2016 (+3x1)	DE	1081	J
IND	1-10-2016 (+4x1)	Peilcan Rouge	140	J
DUO	1-10-2016 (+4x1)	Pelican Rouge	19	J
RWS	1-10-2017 (+3x1)	DE	391	N
BD	2021	DE	970	N
DJI	Jul 2020	Maas	289 ²¹	N
RIVM	1-11-2015 (+3x1)	Pelican Rouge	60	J
OCW/Hoftoren	2014 + 2x1	Maas	38	N
OCW/RCE	2014 + 2x1	Maas	9	N
TM 147 (BZK-V&J)	1-6-2017 +2x1	Nestle (Van Duijnen)	159	N
Agentschap Telecom	1-10-2016 + 2x1	Pelican Rouge	8	N
Beatrixpark	Mei 2016	Maas	34	N

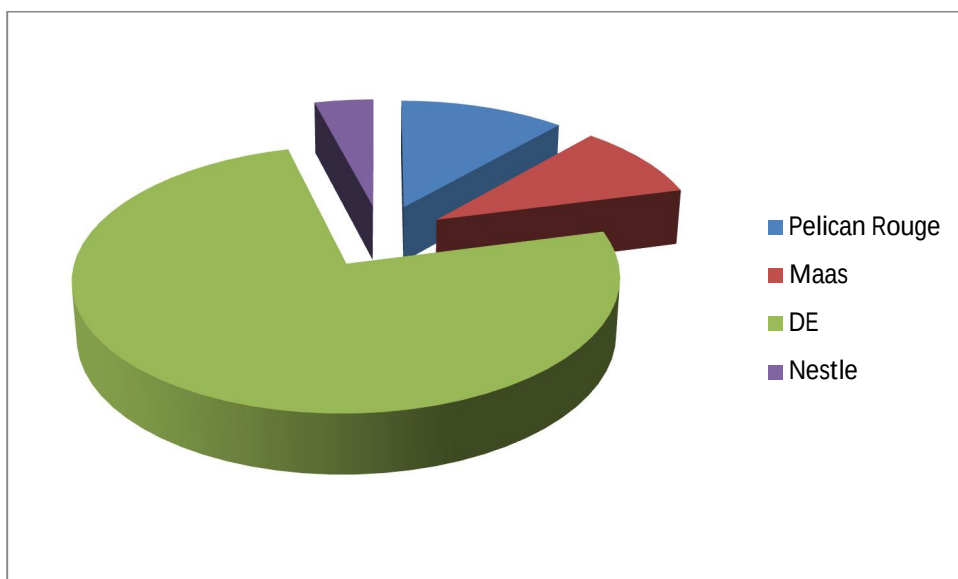
Hieronder staan twee overzichten op basis van aantallen automaten.

²⁰ Excl. DJI

²¹ Een schatting op basis van de laatste aanbesteding



Figuur: Rijkscontracten met omvang op basis van aantal automaten



Figuur: verdeling over leveranciers op basis van aantallen automaten



16.1 Inkoopvolume

	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
<i>Maas Internationaal</i>	€ 5.635.019	€ 4.476.436	€ 3.989.039	€ 5.159.667	48%	42%	23%	27%
<i>Autobar Holland²²</i>	€ 3.041.034	€ 2.642.687	€ 2.708.164	€ 1.485.159	26%	25%	16%	8%
<i>Douwe Egberts</i>	€ 2.750.146	€ 2.678.553	€ 4.868.852	€10.885.231	23%	25%	28%	57%
<i>Selecta Olland</i>	€ 336.976	€ 338.853	€ 4.957.793	€ 874.237	3%	3%	29%	5%
<i>Van Duijnen</i>	-	€ 494.420	€ 600.298	€ 545.527	-	5%	3%	3%
<i>Nestle Waters Direct</i>	€ 39.021	€ 64.612	€ 105.269	€ 28.567	0%	1%	1%	0%
Totaal	€11.808.339	€10.695.936	€17.230.686	€ 18.978.387				

Tabel: Spendoverzicht van de rijksoverheid naar leverancier

Bovenstaand spendoverzicht is opgesteld in 2014 door de afdeling informatiemanagement van DGOBR. Omdat in het verleden alleen geboekt werd op 'consumptieve uitgaven' is het overzicht geselecteerd op basis van de ons bekende leveranciers. Vanaf 2013 vindt een verdere onderverdeling plaats en wordt ook geboekt op het onderdeel 'Drankautomaten warm' (4110-03). De sterke stijging van Selecta naar 30% in 2012 heeft waarschijnlijk te maken met de eerste keer verwerking van de Defensiecijfers in de spend. Het contract met DE voor FMH/DEF is 1 oktober 2012 van start gegaan, dit komt tot uiting in de sterke stijging voor DE in 2013.

16.2 Doelgroep

De doelgroep betreft alle rijksambtenaren, dit zijn de gebruikers van de (gratis) koffie, thee en water voorzieningen.

16.2.1 Leeftijdsopbouw

De gemiddelde leeftijd van rijksambtenaren neemt toe, doordat er minder jongeren bij het Rijk werken en het aantal ouderen steeds harder groeit. Op dit moment²³ is 10,2% van de rijksambtenaren 60 jaar of ouder.

tot 30 jaar 6,1%

30-40 jaar 20,2%

40-50 29,4%

50-60 34,2%

60+ 10,2%

²² Autobar Holland is nu Pelican Rouge

²³ Bron: bedrijfsvoeringsverslag rijk 2013

http://content.rp.rijkswb.nl/cis/content/media/rijksportaal/pdirekt/rijksbreed_4/overigepublicaties_1/sociaal_jaarverslag/Jaarrapportage-bedrijfsvoering-Rijk-2013.pdf

De gemiddelde leeftijd van het rijkspersoneel stijgt en varieert per ministerie tussen 44 en 49 jaar. Eind 2013 was de rijksambtenaar gemiddeld 46,6 jaar oud.

Alhoewel het lastig is te zeggen wat dit precies betekent voor de koffiekeuze, kunnen we waarschijnlijk wel stellen dat de rijksambtenaar meer dan gemiddeld traditioneel koffie drinkt. Speciale luxe koffies en smaakjes worden vooral onder de jongeren gewaardeerd.

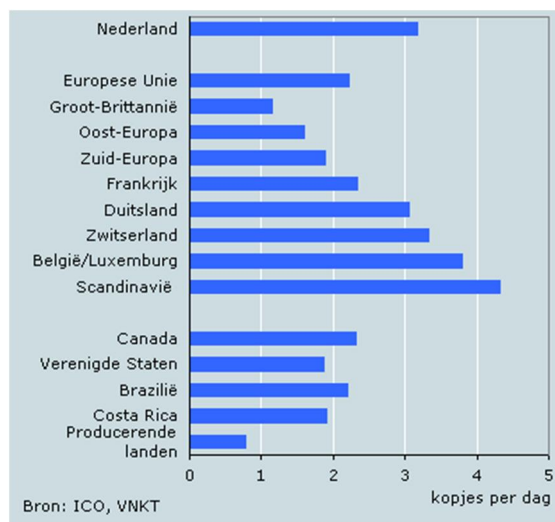
Bij de rijksoverheid zullen de komende jaren veel gebouwen sluiten, tegelijkertijd zal er intensiever gebruik gemaakt worden van de overige gebouwen. Deze ontwikkeling heeft invloed op de benutting van automaten. Door meer intensief gebruik zal er vaker bijgevuld moeten worden en zullen er relatief meer storingen zijn. Het is nodig om dit te blijven volgen via regelmatige rapportages.

Ook zal het leiden tot relatief veel verplaatsingen van de automaten. Vaak wordt in de aanbesteding uitgegaan van een gratis verplaatsing. Als dit meer is dan gemiddeld, kan dit leiden tot discussie met de leverancier. In dat geval ligt het meer voor de hand een bedrag per verplaatsing uit te vragen.

16.3

De Markt

Jaarlijks drinken Nederlanders gemiddeld circa 150 liter koffie (gebruik 8,4 kg), dat zijn ruim drie kopjes koffie per dag. Koffie is dan ook één van de meest geliefde dranken in Nederland. Koffie wordt vooral thuis gedronken, maar ook op het werk en in horecagelegenheden. Een kwart van de koffie wordt buiten de deur gedronken en daarvan wordt driekwart op het werk genuttigd. Nederland komt met de koffieconsumptie na de Scandinavische landen en België en Luxemburg.



Figuur: koffieconsumptie per land. Wat opvalt is dat in de koffieproducerende landen weinig koffie wordt gedronken.

In Nederland zijn ongeveer 300 automatenleveranciers en -operators actief. De 50 grootste bedrijven hebben ca. 80% van de markt in handen. Opdrachtgevers kunnen bij hen terecht voor automaten, services zoals technisch en operationeel onderhoud en het assortiment voor de automaat. Een opdrachtgever kan kiezen wat hij bij de automatenleverancier afneemt. Alle variaties zijn denkbaar: alleen een automaat, een automaat in combinatie met het onderhoud, alleen een servicecontract of het totale pakket. De opdrachtgever kan zijn voorkeur aangeven: de automaat zelf verzorgen of exploiteren, of dat laten doen door de automatenleverancier (operating).



Er is een top 5 (2014) beschikbaar van de grootste internationale leveranciers van warme dranken automaten²⁴ op de Nederlandse markt. Deze verhouding is de laatste jaren niet veranderd. Wel is het gezamenlijk marktaandeel de afgelopen jaren licht toegenomen :

1. Autobar²⁵; 2. Douwe Egberts; 3. Nestlé; 4. Maas; 5. Selecta

Ondanks een groot aantal leveranciers van warme dranken automaten, regeren de genoemde top 5 het speelveld. Zeker als er gekeken wordt naar het inschrijven op aanbestedingen van de rijksoverheid, schrijven voornamelijk de grote 5 zich in. Dit gebeurt omdat het veel geld kost om in te schrijven op een aanbesteding. Ondanks dit gegeven is er wel gezegd dat vele MKB's willen gaan samenwerken om gemeenschappelijk in te schrijven op een aanbesteding. Dit zou ook volledig aansluiten op de doelstelling van de rijksoverheid, welke graag meer wilt samenwerken met het MKB.

Een drempel voor het MKB om niet mee te doen is de indruk dat het rijk alleen op laagste prijs gunt. Alhoewel dat niet klopt, er wordt altijd gegund op EMVI, speelt de prijs zoals gezegd wel een belangrijke rol. Ook de omvang en de spreiding van de opdracht kan een bezwaar vormen voor het MKB om mee te doen.

16.4 Dynamiek van de markt

De markt is sinds 2008 met ongeveer 7% gekrompen.

	2009	2007	2005	2003	2000
Marktomvang (x 1 miljoen euro)	€ 475	€ 496	€ 472	€ 422	€ 425
Marktomvang uitbesteed (x 1 miljoen euro)	€ 428	€ 446	€ 425	€ 350	€ 340
Uitbestedingspercentage	90 %	90%	90%	83%	80%
Aantal medewerkers uitbesteed	7.290	8.250	7.500	7.000	7.100
Omzet per medewerker	€53.997	€54.065	€56.667	€60.286	€59.859
Aantal aanbieders	50	50	50	50	50
Marktgroei index totale marktomvang	112	117	111	99	100
Marktgroei index uitbestede markt	126	131	125	103	100

16.4.1 Branchevereniging

De VIDA is de branchevereniging voor automatenoperators. Het is ook de netwerkorganisatie van de automatenoperator en zijn toeleverancier: de automatenfabrikant, de producent van food en drinks, de disposableleverancier, de

²⁴ <http://www.pianoo.nl>

²⁵ Autobar is nu Pelican Rouge

leverancier van betaalsystemen, waterfilters, etc. De 45 leden hebben ongeveer 75% van de automatenmarkt in handen. De European Vending Association (EVA) is een samenwerkingsverband van nationale brancheverenigingen en internationale bedrijven actief in de vendingbranche.

16.5 Inkoopstrategische positionering

Op basis van de Kraljic matrix is een analyse van de warme dranken leveranciers gemaakt ten opzichte van andere (facilitaire) producten.

Klantvisie			Leveranciersvisie		
Hoog <i>Financieel Belang</i> laag	hefboom	Strategisch	Hoog	Ster	Potentieel
	Routine	Knelpunt	Financieel belang	Routine	Get rid of
	->Complexiteit leveranciersmarkt		Laag	->complexiteit klantenmarkt	

Het financieel belang voor de overheid is niet groot. Zoals beschreven gaat het om ongeveer 3% van het totale facilitaire budget. En alhoewel de aanbestedingen soms complex zijn, zijn er vele aanbieders en gaat het om een eenvoudig product. Als rijksoverheid zijn we niet afhankelijk van 1 of enkele leveranciers. In inkooptermen betreft het hier dus een routineproduct.

Vanuit de leverancier gezien is de rijksoverheid tot nu toe vrij complex. Er zijn grote en kleine spelers en de uitvraag is telkens anders (met name op het gebied van facturatie, toeleverings- en meldingsprocedures). Door categoriemanagement wordt de klantenmarkt eenvoudiger.

Het financieel belang van de rijksoverheid op het geheel is gering. De totale marktomvang is ca. 475 miljoen Euro (totale automatencatering 750 miljoen²⁶). De totale contractwaarde van het rijk is ongeveer 14 miljoen euro, dat is ongeveer 3%.

Aangezien het echter een sterk verdeelde markt betreft met veel kleine aanbieders en slechts een paar grote, zijn met name de grote contracten binnen het rijk (Defensie, RWS, BD en DJI) wel van groot financieel belang voor de leveranciers.

Voor de leveranciers is van de belang dat er eenduidigheid in de voorwaarden ontstaat, om de complexiteit te verminderen en daarmee ook de handlingskosten aan hun kant. Met het bedienen van 1 CDV zou voor de leverancier echt een keyaccount ontstaan en zou de klant een 'Ster' kunnen worden.

²⁶ <http://www.pianoo.nl/praktijk-tools/markten/branche-automatencatering>



16.6 Stakeholders en Maatschappelijke context

Naast eerder genoemde groepen zoals interne klanten en gebruikers, zitten er aan koffie en thee ook beleidsaspecten met een politieke context. Evenals bij textiel en bloemen zijn er voor koffie en thee aanvullende sociale voorwaarden opgesteld, dit heeft te maken met de arbeidsomstandigheden in (sub)tropische landen bij de teelt van koffie en thee. Bij de eerste aanbesteding voor warme dranken automaten vanuit categoriemanagement zijn daarover Kamervragen gesteld.²⁷

De rijksoverheid ziet de eigen inkoop als voertuig voor duurzame beleidsdoelstellingen en heeft gerichte keuzes gemaakt die bijdragen aan het vergroten van markten voor duurzame producten. Ten aanzien van de internationale Sociale Voorwaarden heeft het kabinet er voor gekozen om de fundamentele arbeidsnormen van de ILO en de mensenrechten op gelijke wijze bij alle overheidsinkopen van het Rijk in te zetten. Daarbij ligt een nadruk op verbeteringen in de productieketen (procesbenadering).

Bij een beperkt aantal producten, waar al maatschappelijk gedragen keteninitiatieven bestaan, zijn aanvullende normen geformuleerd: leefbaar loon/leefbaar inkomen (of eerlijke handel), werktijden en veilige en gezonde arbeidsomstandigheden. De aanvullende normen gelden voor de volgende vier productgroepen: 1) koffie en thee (productgroepen catering en drankautomaten); 2) cacao (productgroep drankautomaten); 3) textiel (productgroep bedrijfskleding) en 4) bloemen.

Op grond van de aanbestedingsregelgeving is als juridische vorm gekozen voor de zogenaamde “bijzondere voorwaarden voor de uitvoering van de opdracht”. Deze voorwaarden worden opgenomen in het contract en zijn geen selectiecriteria, maar uitvoeringsvoorwaarden. Daarmee kan elke opdrachtnemer inschrijven, indien hij bereid is, in het geval van gunning van de opdracht, de voorwaarden uit te voeren. Bij inschrijving dient een opdrachtnemer aan te geven welk van de volgende drie regimes van toepassing is:

1. De opdrachtnemer is aangesloten bij een gekwalificeerd keteninitiatief. Het lidmaatschap of certificaat wordt dan beschouwd als voldoende bewijs dat de opdrachtnemer voldoet aan de Sociale Voorwaarden.
2. De opdrachtnemer voorziet geen risico's op schending van de sociale normen. Het tekenen van de Sociale Voorwaarden volstaat dan, uitgaand van het high trust principe.
3. Risico's zijn aanwezig of onzeker. De opdrachtnemer heeft dan een inspanningsverplichting om de sociale normen na te leven en dient hier jaarlijks openbaar over te rapporteren. Bij aanvullende voorwaarden of een specifieke melding moet de opdrachtnemer bovendien een plan van aanpak opstellen aan het begin van de

²⁷ <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/kamerstukken/2012/09/13/beantwoording-kamervragen-aanbestedingen-bij-douwe-egberts.html>

contractperiode.

Vanuit het oogpunt van proportionaliteit worden de Sociale Voorwaarden alleen toegepast bij opdrachten die liggen boven de drempelwaarde voor Europees aanbesteden. Deze grens is geformuleerd om de administratieve werkzaamheden voor opdrachtnemer en opdrachtgever te beperken.

Met name beleidsafdelingen bij Buitenlandse Zaken, SZW en EZ houden zich hiermee bezig. Vanuit categoriemanagement worden de beleidsontwikkelingen gevolgd en in aanbestedingen toegepast. In dit categorieplan is de huidige stand van zaken beschreven. Een interdepartementale werkgroep is momenteel bezig om de aanbevelingen van een evaluatie naar de toepassing van sociale voorwaarden uit te werken naar een nieuwe beleidslijn.

16.6.1 Medezeggenschap:

Formeel heeft de medezeggenschap geen rol bij de inkoop van koffie, in de praktijk wordt er veel over gesproken. In hoofdstuk 4 staat het nodige beschreven over betrokkenheid van medewerkers bij de inkoop van de koffievoorziening. Bij de opzet hiervan kan de medezeggenschap betrokken worden.

16.7 Trends in de markt

De trend is onmiskenbaar richting luxere koffie en thee (beleving). De consument is de afgelopen jaren bereid gebleken behoorlijk te betalen voor een luxe koffie en daar speelt de markt op in. Ketens als Starbucks, Coffee@company etc. hebben een enorme groei doorgemaakt.

Ook de koffie thuis is duidelijk luxer geworden de afgelopen jaren. Senseo, Nespresso en semiprofessionele espressomachines hebben hun intrede gedaan in de huishoudens. Koffie is beleving, mensen willen ook weten waar de koffie vandaan komt. Het verhaal achter koffie wordt belangrijk. Het keurmerk steeds minder, kleine boeren kunnen de licenties niet betalen en het kan ook zonder, enkele foto's en een mooi verhaal verkopen net zo goed.

Dit heeft ook gevolgen voor de koffieconsumptie op het werk, de eisen aan de automatenkoffie worden steeds hoger. Aan de andere kant is de overheid al jaren op allerlei mogelijke manieren aan het bezuinigen en zit extra budget voor gratis koffie er meestal niet in. Dat roept ook de discussie op of luxe koffie wel gratis aangeboden moeten worden, of dat medewerker hiervoor ook bereid is zelf te betalen, ook is de grens tussen luxe koffie en gratis koffie niet altijd helder.

Er zijn nu meerdere ontwikkelingen te onderkennen:

- *De standaard automaat*, meestal in de hal of een kamer gezamenlijk met printer en kantoorartikelen. Norm is 1 (grote) automaat (staand model) per 50 medewerkers of een kleine (tafelmodel) per 25. De precieze invulling is natuurlijk afhankelijk van de inrichting van het gebouw en de intensiteit van het gebruik (bijvoorbeeld bij vergaderingen).
- *De koffiëcorner* ergens in de loop van een gebouw. Hier staat een barista luxe koffie en verse muntthee vers te bereiden. Koffie wordt versgemalen en met verse melk bereid. Er zijn bijvoorbeeld ook muffins, broodjes en

smoothies te koop. De medewerker betaalt ongeveer tussen de 1-2 euro voor een cappuccino of latte machiato.

- *De volautomatische bonenmachines*, vaak niet met verse melk maar met een topping. Deze automaten worden aangeschaft voor vergadercentra, directievlugels, en ontmoetingsplekken ihk van het nieuwe werken. Soms moeten mensen betalen, soms wordt ook deze koffie gratis aangeboden. In dat laatste geval gaat deze omzet ten koste van de betaalde koffie in de koffi corner.
- *De onbemande koffi corner*, net als de bemande, maar zonder personeel. Hier is een oplossing voor verse melk gevonden en voor de betalingen (cashless). Soms is ook hier behalve drankjes nog iets extra's te koop. Er zijn concepten, waar de leverancier het gehele risico draagt.



16.7.1 Technologische ontwikkelingen

De voorgaande beschreven trends, hebben vanzelfsprekend ook technologische consequenties. Een andere belangrijke ontwikkeling is, dat de tellerstand en beschikbaarheid van de automaat tegenwoordig online beschikbaar is. In het contract van DE met RWS is dit voor het eerst toegepast. In de komende aanbestedingen zullen we dit al eis meenemen.

Een andere, door de leveranciers veel genoemde ontwikkeling is 'narrow casting' op de automaat. Dat betekent dat bedrijfsboodschappen aan medewerkers doorgegeven kunnen worden via de koffieautomaat. Dit kan uitgevraagd worden. Hierbij gelden de volgende uitgangspunten:

- de bedrijfsboodschap wordt altijd door de interne communicatieafdeling goedgekeurd
- Er wordt geen reclame gemaakt voor andere bedrijven
- Productinformatie wordt gewaardeerd, met name over herkomst van ingrediënten en de samenstelling

Een laatste ontwikkeling is, dat de koffieautomaat niet meer weggestopt dient te zijn in de nisjes in de hal, maar het middelpunt in een overlegruimte. Dus mooiere automaten, gecombineerd met zitjes, schrijfborden etc. Dit is vooral een aandachtspunt voor nieuw- of verbouw.



17 Bijlage: Zetmethoden

Er zijn verschillende koffiezetmethoden te onderscheiden, die een grote invloed hebben op de smaak van de koffie. De verschillende smaken die gebruikers hebben, zijn voor een deel terug te voeren op de voorkeur voor een zetmethode.

- Koffiebonen (“beans to cup”).

Melanges bestemd voor de bereiding van espressokoffie worden langzaam gebrand. Deze koffiebonen worden ongemalen verpakt en vlak voor gebruik extra fijn gemalen voor in een espressoautomaat. Het water wordt onder hoge druk door het koffiemaatsel geperst. Een espresso heeft een mooi gesloten crèmalaagje. Het zetten van een kopje koffie duurt ongeveer 30 seconden en is afhankelijk van het type automaat.

Er zijn ook grote staande automaten, die voor ieder kopje koffie de bonen vers malen.

- Fresh brew koffie.

Het intensieve, snelle brandproces en de speciale samenstelling van de diverse melanges maken het mogelijk om, na een relatief snelle zetmethode, een perfecte kop koffie te serveren. In een fresh brew automaat wordt een zorgvuldig afgemeten hoeveelheid koffie voor één kopje, korte tijd in contact gebracht met een bepaalde hoeveelheid water. Vervolgens wordt het mengsel door een papieren of metalen filter heen gedrukt en is er in gemiddeld 18 seconden een kop koffie bereid. Hierbij wordt vooral gebruik gemaakt van bonen die al gemalen zijn. Er wordt hierbij ongeveer 7 gram of meer gram koffie verbruikt per kopje.

- Instant (Vriesdroog koffie).

Bij het begin van het vriesdroogproces wordt een zeer grote hoeveelheid sterke koffie gezet, om daarna ingevroren te worden. Hierdoor ontstaan dikke plakken koffie, die daarna worden teruggebracht tot fijne korrels. Deze komen terecht in een vacuüm vriesdroogkamer waar ze een beetje opgewarmd worden. Door het effect van het vacuüm, gecombineerd met de opgewekte warmte, wordt het ingevroren water in de korrels direct omgezet van een vaste staat naar een gasvorm, zonder eerst vloeibaar te worden. Alle smaakstoffen en het aroma blijven behouden. Het eindresultaat is een koffie in de vorm van kristallen en wordt vriesdroogkoffie genoemd. Deze koffie is sterk geconcentreerd en voor een kopje koffie is dan ook maar een kleine dosering nodig, gemiddeld 1,2 gram. Een kenmerk van vriesdroogkoffie is de snelheid. In gemiddeld 8 seconden is er weer een kopje koffie, cappuccino of bijvoorbeeld Wiener melange klaar.

- Liquid koffie.

Hierbij wordt gebruik gemaakt van een sterk ingedikte koffiesiroop. De koffie wordt vervolgens luchtdicht verpakt en diepgevroren. Voordat het de automaat in kan, dient het eerst ontdooid te worden, zodat de koffie weer vloeibaar is. Hierdoor is de houdbaarheid beperkt tot 6 weken. De automaat voegt heet water toe aan het concentraat en het resultaat is een kopje koffie. Net als bij vriesdroog automaten kan er in zeer korte tijd een kopje koffie worden gezet, gemiddeld 6 – 9 seconden. Het grote verschil met vriesdroogautomaten is het onderhoud. Automaten die werken met koffieconcentraat hebben over het algemeen meer onderhoud nodig.

- Filter- of Percolatorkoffie.

Hierbij worden er grote hoeveelheden koffie in een keer gezet. Meestal is deze koffie specifiek bedoeld voor de vergaderservices. Dit wordt veelal verspreid met behulp van kannen. De prijs per kopje is laag, maar de kwaliteit laat vaak te wensen over, vooral als de koffie langere tijd in de kannen staat. Een ander nadeel hiervan is dat er veel koffie weggegooid wordt.

- Andere producten

Voor koffie kan veelal gekozen worden uit: Cappuccino, Espresso en gewone koffie (Café Crème). Producten zoals Wiener Melange en EspresChoc zijn mengsels tussen koffie en cacao. Ook als de zetmethode voor de gewone koffie fresh brew of bonen is, worden veel van deze producten meestal gezet met instant koffie.

17.1

Conclusie

De zetmethode heeft vooral invloed op de kwaliteit maar ook op de kosten (naast andere factoren). Ook zijn de zettijd en de benodigde hoeveelheid koffie factoren waarmee rekening gehouden moet te worden. Vanuit de leveranciers wordt er aangeraden om per locatie te bekijken welke zetmethode het beste past. Dit is bijvoorbeeld afhankelijk van het aantal mensen welke het apparaat gebruiken, of de gehele afdeling gelijktijdig pauze heeft (een snelle zetmethode is dan gewenst) en eventuele weerstand bij verandering van zetmethode aangezien de zetmethode bepalend is voor de kwaliteit van o.a. de smaak en geur. In de nieuwe aanbestedingsstrategie kunnen per locatie zelfs verschillende zetmethoden (automaten) gekozen worden.



18 Bijlage: Kenmerken koffiesystemen

	Instant	Liquid	Fresh brew
Kenmerken			
Verwerking grondstof tot ingrediënt			
Energieverbruik bij verwerking van de boon	Gemiddeld. Branden en malen van de boon	Gemiddeld. Branden en malen van de boon	Gemiddeld. Branden en malen van de boon
Energieverbruik bij verwerking van boon tot ingrediënt	Gemiddeld. Koffie zetten (schaalvoordeel en water en energiebesparing)	Gemiddeld. Koffie zetten (schaalvoordeel en water en energiebesparing)zetten	Geen
	Gemiddeld. Vriesdrogen tot poeder	Gemiddeld. Indampen tot liquid	Geen
Onderhoud automaat			
Onderhoud/Arbeid	Simpel arbeidsbesparend	Weinig. Bijvullen lastig	Veel. Arbeidsintensief
Gebruik automaat			
Uurcapaciteit	Hoog	Hoog	Laag
Energieverbruik tijdens koffie zetten	Laag	Laag	Hoog
Dosering koffie per kop	1,3 – 1,7 gram	5 ml	7 – 8 gram
Aantal consumpties per kg/l)	± 750	± 200 (± 5% blijft in pak)	± 125
Zetsnelheid per kop	Circa 5 sec	Circa 5 sec	15 – 20 sec
Storingsgevoeligheid	Laag	Laag	Hoog
Filter nodig? papier/nylon/metaal	Nee	Nee	Ja
Opslag			
Benodigde opslagruimte	Weinig	Vriezer	Veel
Benodigde energie tijdens opslag	Geen	Veel	geen
Ontdooitijd in koeling	Geen	24 uur	Geen
Transport			
Vervoervolume naar klant	Laag	Gemiddeld	Hoog
Afval en verpakking			
Afvoer koffieresidu nodig?	Nee	Nee	Ja
Transport afval	In sommige gevallen niet van toepassing	In sommige gevallen niet van toepassing	Veel
Filterafval en koffiedrap	Afval in de fabriek, wordt in sommige gevallen gebruikt voor de eigen	Afval in de fabriek, wordt in sommige gevallen gebruikt voor de eigen energiecentrale	Veel afval
	energiecentrale		
Benodigde verpakking per beker koffie	Weinig	Veel	Weinig

19

Bijlage: voorbeeld prijzenblad voor de uitvraag catalogus.

Ingrediënten

duurzaam

prijs

espresso bonen 100% arabica	1 kilo	
espresso bonen melange arabica / robusta	1 kilo	
koffie in statiegeldverpakking		
instant smaak a	1 kilo	
instant smaak b	1 kilo	
thee zakjes (grootverbruik)	1 doos (100st)	
Chocolade(melk)poeder	1 kilo	
suiker	1 kilo	
verse melk	1 liter	
topping	1 kilo	
roerstaafjes	verpakking 1000 st	
bekers*	koker 100 st	
	per 1000 stuks	
dosering		
prijs per consumptie		€ 0,x

*uitgegaan wordt van 1 soort beker, volgens de beschrijving in hoofdstuk 6.



Naam automaat 1		<u>Huurprijs all in Tafelmodel</u>		<u>Huurprijs all in Staand model:</u>	
Zetmethode: Instant					
BASIS VERSIE (catalogus nummer)		Huurprijs per maand	€ 0,00	Huurprijs per maand	€ 0,00
		full operating	€ 0,00	full operating	€ 0,00
<u>additional options :</u>					
Afvoer bekens					
bijvoorbeeld 2 soorten koffiebonen		€ 0,00			
Britta Water Filter		€ 0,00			
Koud water unit		€ 0,00			
Afrekensysteem		€ 0,00			
Telemetrie		€ 0,00			
Verplaatsingen		€ 0,00			
		TOTAL maandelijks per automaat	€ 0,00	TOTAL maandelijks per automaat	€ 0,00
Aantal consumpties per maand					
Prijs ingrediënten per trekking					
		ICP	€ 0,x	ICP	€ 0,x

Bijlage: Indexeringen

Indexering Loonkosten

Voor de indexering van de loonkosten van de operator, wordt verwezen naar dezelfde index als bij de catering, nl. de CAO lonen per uur, incl. bijz. beloningen, bedrijfstak horeca, eerst gepubliceerde cijfers (2000=100).

<http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=70640ned&D1=a&D2=0&D3=18&D4=0&D5=248-275&HDR=G3,G2,T,G1&STB=G4&VW=T>

Indexering Ingrediënten

Voor indexering van de ingrediënten wordt uitgegaan van de producentenprijsindex voor de groep koffie en thee. Hiervoor is gekozen omdat dit het grootste deel van de ingrediënten uitmaakt.

<http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=81974NED&D1=0&D2=I&D3=74&D4=77,90,103,107,110-112&HD=131126-1424&HDR=T,G1&STB=G2,G3>

Producentenprijsindex (PPI) ; afzetprijzen, invoerprijzen, 2010 = 100				
	Afzet, invoer en verbruik	Producentenprijsindex (PPI) Verbruiksprijzen		
Producten (PRODCOM)	Perioden	2010 = 100		
1083 Thee en koffie	2010	100		
1083 Thee en koffie	2011	120,3		
1083 Thee en koffie	2012	120,9		
1083 Thee en koffie	2013 april	117,7		

Vanuit de koffieleveranciers wordt vaak gevraagd om de koffieprijsen te indexeren aan de hand van de internationale ICO indicator. Dit wordt door ons afgewezen, omdat er grote verschillen zijn tussen de soorten koffie en de verschillende inkoopmarkten. Op de website van de ICO kan wel een goede indruk gekregen worden van de prijsveranderingen. In de gekozen producentprijsindex zitten deze elementen verwerkt.

11.3 Overige ingrediënten:

Naast koffie en thee uit de automaat worden er nog meer producten en ingrediënten geleverd. Te denken valt dan aan: cacao, soep, suiker, topping, bekers, roerstaafjes en zoetjes. Deze diverse levering wordt geïndexeerd met de algemene prijsindex voor consumentenprijzen.

Hyperlink naar CBS tabel: Consumentenprijzen; prijsindex 2006 = 100:

<http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=71311NED&D1=0,4&D2=0&D3=219,232,I&HDR=G1,T&STB=G2&VW=T>

11.4 Machinehuur

Er wordt huur betaald voor de koffiemachines, als vergoeding voor het gebruik en de financiering van de machines. Daarnaast kan sprake zijn van een opslag voor risico's of vergoedingen voor verplaatsingen of retournames. Daartegenover staat vaak een restwaarde aan het eind van de contractperiode. Voor dit onderdeel mag niet geïndexeerd worden.

ICP

De prijzen voor warme dranken gaan meestal via een Integrale Consumptie Prijs (ICP). Dit is geen prijs waarvoor 1 index van toepassing is. Daarom kijken we voor indexering van de ICP naar de opbouw van de verschillende componenten en de weging daarvan binnen de totaal prijs.



Component ICP	Pecentage ICP	Indexering op basis van
Loonkosten i.v.m. onderhoud en operating	30%	Prijsindex cao lonen per uur, bedrijfstak horeca. 2000=100
Ingrediënten koffie, thee	35%	Producentenindex voor Koffie en Thee
Ingrediënten overig	15%	Consumenten prijs index gepubliceerd door CBS (index tabel 01210)
Huur automaten	20%	Geen indexering

Let wel op bij het uitrekenen dat, doordat je de machinehuur NIET indexeert, je onder de streep geen "100" neemt om door te delen, maar "80".

Extreme wijzigingen grondstoffen

In veel bestekken staat opgenomen dat als er grote prijsverschillen voor grondstoffen plaatsvinden een cateraar dan onderbouwd een voorstel voor extra indexatie in mag dienen. Indien bovenstaande indices worden gehanteerd, is een dergelijke tekst niet meer nodig.

Voorbeeldtekst:

Indien er enorme prijsverschillen in de grondstoffen plaatsvinden kan inschrijver of EZ voor de betreffende grondstoffen een extra voorstel voor indexatie indienen/ vragen. EZ toetst dit voorstel op redelijkheid, slechts na schriftelijke goedkeuring van EZ kunnen de aanpassingen doorgevoerd worden.