

Duurzame koffie in de keten: zo pakt gemeente Amsterdam het aan

Het verhaal van: Joost Olijve en Carlien Kruithof - Gemeente Amsterdam

Universiteiten, grote bedrijven en overheidsinstellingen hebben met hun inkoopbeleid de kracht om markten te veranderen en dus te verduurzamen. De gemeente Amsterdam laat zien hoe dat werkt, met haar overstap naar duurzame koffie. Dankzij een ambitieus ingerichte aanbesteding drinken nu zo'n 20.000 medewerkers goede koffie. Hoe ze dit voor elkaar kregen? We spreken twee collega's van de gemeente: Joost Olijve, Beleidsadviseur Duurzaam Opdrachtgeven en Inkopen en Carlien Kruithof, Contractmanager.

Waarom wilde de gemeente Amsterdam haar koffieaanbesteding anders aanpakken?

Carlien: "We hebben als gemeente stevige duurzaamheidsambities. We willen in 2030 volledig CO2-neutraal en circulair inkopen. Koffie is daarbij een risicocategorie met oog op ketenverantwoordelijkheid, dus deze aanbesteding bood de kans om echt een stap verder te zetten."

Joost: "Koffie is bovendien een heel zichtbaar product binnen de organisatie. Met zoiets tastbaars en herkenbaars kan je als organisatie laten zien waar je voor staat. Daarom hebben we duurzaamheid vanaf het begin af aan centraal gesteld in dit traject."

Wat maakt deze aanbesteding anders dan normaal?

Joost: "We hebben bewust besloten certificering niet als harde eis op te nemen. Certificaten geven een zekere basis, maar ze garanderen geen leefbaar inkomen of volledige transparantie. In plaats daarvan vroegen we partijen die meededen aan de aanbesteding om aan te tonen hoe ze duurzaamheid in hun keten borgen, hoe ze boeren een leefbaar inkomen geven en hoe ze inzetten op duurzame landbouw. Daarmee geven we ook kleinere partijen die gespecialiseerd zijn in één onderdeel van de keten een kans."

Carlien: "We wisten dat deze aanbesteding complexer zou worden vanwege de hoge eisen die we stelden. Daarom hebben we extern advies ingeschakeld. Via MVO Nederland hebben we drie koffie-experts betrokken bij de beoordeling. Die konden inhoudelijk toetsen of de mooie verhalen van leveranciers ook echt hout sneden. Zo voorkom je dat het mooiste marketingverhaal wint, in plaats van de beste duurzame oplossing."

Julie zetten de aanbesteding eigenlijk in als springplank voor een nieuwe markt, met ruimte voor kleine, sociaal-duurzame mkb'ers.

Joost: “Ja, het contract is uiteindelijk gegund aan een consortium met Selecta als leverancier, This Side Up als importeur en BYBO als brander. Niet één grote partij of een standaard merk dus, maar een samenwerking tussen partijen die gezamenlijk aan onze eisen kunnen voldoen. Juist doordat we de markt ruimte gaven voor samenwerking, ontstonden er nieuwe verbindingen. Grote leveranciers zijn gestimuleerd om contact te zoeken met kleinere, sociaal-duurzame mkb-partijen die op een andere manier koffie inkopen. Zo creëer je niet alleen een eerlijke keten, maar ook een markt die zich blijft vernieuwen.”

Het is best een verandering. Hoe zorg je dat jullie nieuwe aanpak landt in de organisatie?

Carlien: “Goede communicatie is cruciaal. We hebben collega's via nieuwsberichten en keuzeopties actief meegenomen in het proces. Ook organiseerden we smaaktesten met collega's om ze mee te laten denken. Zo geef je keuzevrijheid, maar stuur je ook op gewenning.”

Joost: “Op de koffiemachines zelf is ook ruimte voor het verhaal. Je kunt zien wie de koffieboer is, en dat die nu een leefbaar inkomen krijgt. Dat maakt het minder een ‘ver-van-je-bedshow.’”

En jullie serveren ook poedermelk zag ik? Dat is ook best een opvallende keuze?

Carlien: “Poedermelk verlaagt de milieu-impact enorm ten opzichte van vloeibare melk. Je hebt minder opslag nodig, geen koeling, minder transport en minder verspilling. Alles bij elkaar scheelt dat flink in CO2 en logistiek. Ook – juist – met deze keuzes maak je verschil.”

Het contract loopt tot 2032, dus in totaal acht jaar. Hoe borg je de duurzaamheid op deze lange termijn?

Joost: “De koffie is volledig traceerbaar, tot op de boer. En andersom weten boeren dat ze aan de gemeente Amsterdam leveren. Daarnaast rapporteren leveranciers jaarlijks over CO2-uitstoot, circulaire voortgang en klanttevredenheid. We hebben afgesproken dat elke twee jaar gekeken wordt hoe het contract nog duurzamer kan.”

Willen jullie deze aanpak ook breder toepassen?

Carlien: “Zeker. En eerlijk gezegd doen we dat te weinig. Het zou goed zijn als we structureler nadenken over hoe we dit soort innovatieve aanpakken kunnen doorvertalen naar andere inkoopprocessen. Niet alleen binnen Amsterdam, maar ook in samenwerking met andere gemeenten en instellingen.”

Joost: “Op dit moment zijn we bijvoorbeeld bezig met ICT, catering, schoonmaak. Steeds kijken we: waar zit de impact, en hoe dagen we de markt uit om verder te gaan dan het minimum.”

Hebben jullie tips voor andere gemeenten?

Joost: “Overweeg omcertificering als minimum eis los te laten, maar borg wel de ondergrens. Wees concreet in je eisen en betrek experts bij de beoordeling. En bovenal: blijf communiceren over de aanpak en ambitie, ook na de gunning. Want het werk begint dan eigenlijk pas.”