



# verslag

---

Omschrijving

Marktconsultatie warme dranken automaten

---

Recent hebben wij, de categorie Consumptieve Dienstverlening, onderdeel van Inkoop Uitvoering Centrum EZK/LNV, in samenwerking met Concern Dienstverlener FM Haaglanden een marktconsultatie uitgevoerd. Naar aanleiding van vijf reacties zijn wij met alle vijf marktpartijen in gesprek gegaan. In dit document vatten wij de belangrijkste zaken samen en lichten we diverse onderwerpen toe per thema.

## **Koffie en automaat**

De belangrijkste ontwikkeling die marktpartijen zien, is dat de kantooromgeving erg veranderd is meer gefocust is op ontmoeten. Hierdoor is de vraag naar een kwalitatief goede kop koffie toegenomen. Bonenkoffie is nog altijd de meest populaire keuze voor een premium koffie-oplossing op kantoor. Een van de weinige alternatieven die genoemd werden en qua beleving en smaak in de buurt komt is de liquid koffie. Voordeel hiervan is dat deze een stuk sneller gezet wordt en er minder onderhoud aan de automaten nodig is. Een mogelijk nadeel is de gebruiker, die inmiddels gewend is aan de bonenkoffie en daar waarde aan hecht. Verder merken leveranciers een verschuiving richting een horeca-achtige setting. Werknemers hebben steeds meer behoefte aan een wat luxere koffie en zijn ook vaker bereid hiervoor te betalen. Zo lang dit een 'luke' koffie betreft hebben medewerkers vaak geld over om één of twee keer een kopje koffie als genietmomentje te zien en ervoor te betalen. Een luxe koffi corner hoeft niet altijd bemant te zijn, er zijn voldoende luxe oplossingen zonder dat hier een werknemer voor nodig is. Indien een bemante koffi corner gewenst is kan het ook zijn dat koffieleverancier de ingrediënten en automaten levert, terwijl de cateraar de koffi corner bemant.

Wat betreft de looptijd van een contract werden periodes tussen de 6 en 8 jaar benoemd in verband met de afschrijving van de automaten. Wel is een ontwikkeling dat het steeds beter mogelijk is om automaten te reviseren en nog eens 6-8 jaar in te zetten.

Daarnaast is een veelgehoorde trend dat water, zowel koud als warm, een groter aandeel van de consumpties voor haar rekening neemt. Vitaliteit gaat daarmee een grotere rol spelen in deze markt. Dit betekent mogelijk een prominenter rol voor

thee en andere waterconsumpties in de komende aanbestedingen, bijvoorbeeld door middel van een apart hoofdstuk binnen het beschrijvend document.

**Datum**  
11 augustus 2022

Marktpartijen geven verder aan dat biologische koffie wel degelijk mogelijk is om te leveren, maar niet in alle blends. Ook kleven er nadelen aan de term biologisch, zo is biologisch niet perse altijd beter of duurzamer. Dit komt bijvoorbeeld doordat er veel grond nodig is om biologisch te verbouwen, of omdat er creatief wordt omgegaan met de landbouw om de norm biologisch te behalen.

Met betrekking tot de oplostijden van storingen worden veelal de huidige tijden aangehouden: 4 uur voor eerstelijnsstoringen, 8 uur voor tweedelijnsstoringen. Een enkele leverancier stelt voor deze tijden te verruimen omdat het aantal consumpties t.o.v. pre-COVID-19 significant is afgenomen. Wel moeten we rekening houden met onvoorspelbare levertijden van onderdelen. Het uitlezen van automaten of afstand is bij steeds meer automaten mogelijk, dit kan dan gebruikt worden voor het vinden van storingen of het onderzoeken van de klanttevredenheid.

### **Eerlijke prijs en ketenverantwoordelijkheid**

Eén van de belangrijkste onderwerpen in deze markt is het kunnen aantonen waar de koffie vandaan komt. Dit betekent het betalen van een eerlijke prijs en transparant maken van de keten. Belangrijk om hierin mee te nemen is dat veel soorten koffie uit blends bestaan en zeker niet altijd single origin zijn. In verband met smaak en de hoeveelheid koffiebonen die de (kleine) boeren jaarlijks produceren is het vaak ook wenselijk om een voor een blend te kiezen. Ook op dit niveau is echter uit te zoeken waar de koffie vandaan komt. Gezien de grootte van de plantages van de boeren en hoe de ketens zijn ingericht wordt aangegeven dat het herleiden van de keten tot aan de coöperatie in principe voldoende is.

Hoewel koffie een beursproduct is en het gros anoniem wordt ingekocht is er wel een langzame verandering zichtbaar, vanuit afnemers wordt steeds vaker gevraagd om eerlijke en transparante waardenketens. Samenwerkingen met partijen die een eerlijke prijs garanderen worden over het algemeen dan ook niet uitgesloten door marktpartijen. Op deze manier kunnen we te weten komen wie de boeren zijn en samen een verschil maken.

### **Duurzame ontwikkelingen**

Er zijn veel duurzame ontwikkelingen. Allereerst worden automaten steeds zuiniger en gaan ze veel langer mee (7-9 jaar) en zijn ze na revisie vaak geschikt om nogmaals een dergelijke termijn te functioneren. Sommige automaten hebben in theorie zelfs een oneindige levensduur. Er wordt dus steeds beter nagedacht over de circulariteit van machines, waarbij wel de kanttekening gemaakt moet worden dat leveranciers niet altijd veel refurbished automaten kunnen leveren. Enerzijds moeten er namelijk eerst nieuwe automaten komen alvorens ze gerefurbished kunnen worden, anderzijds worden deze automaten ook gewoon ingezet en niet perse op voorraad gehouden.

De plantaardige melk en toppings worden steeds populairder, maar ook beter. Met name onder de nieuwere generaties wordt de behoefte hieraan groter en groter. Waar de topping in het begin vooral werd ingezet op enkele automaten, zijn

bijvoorbeeld universiteiten nu volledig overstag. Bijkomend voordeel is dat deze geschikt zijn voor werknemers die lactose-intolerant zijn of een glutenallergie hebben.

**Datum**  
11 augustus 2022

Marktpartijen zijn het er unaniem over eens dat het huidige automatenpark verkleind moet worden. De huidige grootte biedt eigenlijk vrijwel alleen maar nadelen, waarbij te denken valt aan duurzaamheid (onnodig energieverbruik en CO2 uitstoot), meer inzet operators, de kwaliteit van de koffie die achteruit gaat, HACCP risico's etc.

Met betrekking tot keurmerken is over het algemeen het advies om verder te kijken dan alleen de keurmerken en vooral over impact na te denken en daarop te meten. Niet alle soorten koffie hebben namelijk een keurmerk, maar leveren dezelfde of meer impact op allerlei vlakken.

Een vaker gehoord voorstel is om wat duurzaamheid betreft naar de visie te vragen en ambities op te stellen. Om de problematiek goed in kaart te brengen willen leveranciers de ruimte krijgen om hier creatief en innovatief mee om te gaan. Daarnaast is het belangrijk dat er ook tijdens de contractfase voortdurend geïnnoveerd kan worden en dat niet alles vooraf vaststaat.

Verder is ook SROI nog steeds in ontwikkeling in deze sector, maar zijn er weinig nieuwe ontwikkelingen op dat gebied. Wel wordt er vaak verder gekeken dan alleen de locaties van de opdrachtgever, en meer naar het creëren of faciliteren van werkplekken in de hele keten. Ook werken leveranciers graag samen met andere facilitaire partners om SROI inzet mogelijk te maken.

### **Vitaliteit**

Marktpartijen geven aan dat opdrachtgevers steeds bewuster worden van de opties die ze aanbieden aan de werknemers en stimuleren ze het drinken van water steeds vaker. Vanuit de werknemers zien zij een vergrote vraag naar koud- en warm water consumpties, iets wat wij ook herkennen vanuit de managementrapportages. De waterbarren winnen terrein en bieden een gezondere oplossing dan koffie. Het inzetten hiervan kan werknemers stimuleren om vitaler te drinken op de werkvloer. Cacao is daarentegen een minder goed alternatief voor koffie, maar zit nog wel in veel automaten terwijl de consumptie hiervan minimaal is. Een suggestie die meerdere keren benoemd is, is om water betaald en aantrekkelijk te maken. Denk hierbij aan gemineraliseerd water, bruiswater, water met smaakjes etc. Eventueel kan zelfs gekozen worden voor een automaat die heet water op verschillende temperaturen aanbiedt, voor de verschillende soorten thee.

Hierbij kan gekozen worden voor het strategisch plaatsen van de waterbarren, bijvoorbeeld op de looproute in een pand, of in de al bestaande pantry's. Ook het plaatsen bij ingangen om te stimuleren dat werknemers de eigen waterfles te vullen bij binnenkomst behoort hierbij tot de mogelijkheden. Het is wel belangrijk om ervoor te zorgen dat de waterbarren in plaats van een aantal koffieautomaten komen, niet ter aanvulling op. Gezien de hoge mate van consumpties koud/warm water kan dit ook helpen met het opvangen van piekmomenten op de koffieautomaten. In de vraag naar consumpties is ook een trend te zien tussen de verschillende generaties, waarbij de nieuwere generaties steeds bewuster omgaan

met de consumpties die zij nuttigen. Ook daarom wordt voorgesteld te variëren met machines en tappunten. Als laatste geven sommige marktpartijen aan dat het mogelijk is om werknemers actief te kunnen verleiden d.m.v. communicatie via het scherm. Echter is dit maar beschikbaar op een beperkt aantal automaten en kunnen niet alle leveranciers dit type automaat leveren.

**Datum**  
11 augustus 2022

### **Prijs, afrekenmethodiek en flexibiliteit**

Alle leveranciers concluderen dat een All-in Consumptie Prijs (ACP) in de vorm zoals we die nu kennen niet meer haalbaar is. Elke andere vorm waarbij de vaste en variabele kosten uit elkaar getrokken worden zijn over het algemeen acceptabel. De opties hierbij zijn bijvoorbeeld een volledige open-boek calculatie, een splitsing vast-variabel in de tikprijs of een ACP met staffels.

De manier van prijsstelling gaat ook hand in hand met de flexibiliteit tijdens de contractfase. Alle leveranciers geven aan mee te willen denken om zo veel mogelijk flexibiliteit te geven tijdens het contract, echter moeten hiervoor vooraf wel de juiste kaders voor gezet worden. Het bijplaatsen en weghalen van automaten is zeker mogelijk, hoe dit ingericht wordt en hoe veel automaten dit betreft verschilt per leverancier. In de kern komt het er op neer dat zo lang er direct of indirect voor betaald wordt, er veel mogelijk is. Genoemde oplossingen zijn een vaste prijs per automaat per jaar, of een verschillende prijs afhankelijk van hoe lang de automaat blijft staan. We kunnen hier vooraf verschillende prijzen voor uitvragen, op die manier houd je vooraf rekening met verschillende wensen binnen de looptijd van het contract.

Alle marktpartijen erkennen dan ook het belang van flexibiliteit in de contractperiode. In de afgelopen 2,5 jaar zijn er dusdanig veel onvoorziene omstandigheden geweest (lees: COVID-19, versneld hybride werken, conflict Rusland – Oekraïne, grondstoffencrisis, personeelscrisis etc.). Het is van belang dat we een verschuiving in gang zetten van opdrachtgever – opdrachtnemer naar een partnerschap. Het advies is hierbij om niet alles dicht te timmeren aan de voorkant, maar ruimte te laten voor de contractfase. Hierbij werden verschillende contractvormen, zoals de RIC en RCC methode, benoemd.

Kleinere automaten behoren ook tot de mogelijkheden, echter is hier vaak geen tikprijs voor mogelijk. Daarnaast moet dan in overleg met de locaties worden afgesproken dat de automaten zelf worden bijgevuld en schoongemaakt. Dit is echt een ander soort dienstverlening.

### **Indexering**

Met betrekking tot indexeren zijn er weinig vernieuwende oplossingen aangedragen. Vrijwel iedereen onderschrijft de moeilijkheid van de materie en de beperkingen die de diverse oplossingen met zich meedragen. Wel wordt meegegeven dat er veel verschillende factoren zijn die impact hebben op de opbouw van de uiteindelijke prijs los van de prijs van de koffieboon zelf, zoals transport, opslag en personeelskosten. In de basis zouden leveranciers graag wat meer ruimte willen om tijdens de contractfase het gesprek hierover aan te gaan, bijvoorbeeld in geval van onvoorziene omstandigheden of plotselinge grote prijsverschillen. Voor de normale indexering wordt over het algemeen aanbevolen om de cijfers van het CBS

te blijven hanteren. Dit is het meest eerlijk, transparant en zorgt uiteindelijk voor de minste discussies. Een meermaals gehoord advies is om twee maal per jaar te indexereren in plaats van de huidige één keer.

**Datum**  
11 augustus 2022

### **Mkb**

Leveranciers geven aan dat het lastig is om inschrijvingen van Mkb'ers te verwachten zolang we onze contracten op de huidige manier uitvragen. Om dit wel te realiseren zijn opties om aanbestedingen op te delen in meer percelen. Een andere optie is om de full-service los te laten en automaten, onderhoud en ingrediënten los aan te besteden. Zo lang we dat niet doen, zijn we volgens de leveranciers afhankelijk van partnerschappen (o.a. middels onderaannemerschap) van de huidige leveranciers met kleinere bedrijven.

### **Koffiebekers**

Over het algemeen zien de leveranciers zeker een rol voor zichzelf weggelegd voor het leveren van herbruikbare koffiebekers. Veel doen zelf onderzoek en zien een adviserende en faciliterende rol voor zichzelf. Momenteel is er niet één oplossing die aangeboden wordt, een keuze voor een bepaalde beker wordt echt gemaakt i.s.m. de klant. Met betrekking tot de keten (het ophalen, afwassen, terugbrengen etc.) geven de leveranciers in ieder geval graag advies op locatieniveau. Ook wordt er gekeken naar het aanbieden van innovatieve oplossingen om het afwassen op de afdeling of etage laagdrempeliger te maken. Sommige marktpartijen zijn ook bezig met het onderzoeken van een recycle-oplossing voor locaties die aan de uitzondering in de regeling voldoen, het recyclen tot voedselcontactmateriaal blijkt echter lastig. Als laatste wordt benoemd dat er een gedragsverandering nodig is op de werkvloer. Het stimuleren hiervan ligt voornamelijk bij de werkgever, maar ook hier zien verschillende marktpartijen een adviesrol voor zichzelf.

### **Samenwerking met cateraars**

Marktpartijen geven aan zeker open te staan voor samenwerkingen met cateraars en dit ook al regelmatig te doen. Echter moeten we de risico's van het afsluiten van een contract met een cateraar met de koffieleverancier als onderaannemer niet onderschatten. Hierdoor zijn we afhankelijk van de inschattingen die de cateraar maakt, verliezen we flexibiliteit en hebben we geen directe invloed op die dienstverlening. De verdeling van de risico's tussen opdrachtnemer en onderaannemer zouden niet eerlijk verdeeld zijn, zeker niet wanneer de opdrachtnemer na gunning nog een keuze mag maken voor de onderaannemer, hetgeen van toepassing is bij de pilot voor gebouw De Resident van CDV FMH. De adviezen hier zijn om niet onnodig te clusteren en anders de keuze voor een onderaannemer al verplicht te stellen bij de inschrijving.

### **Disclaimer**

Dit verslag is met zorgvuldigheid samengesteld. Teneinde het verslag beknopt te houden en de meest essentiële en nieuwe informatie te delen zijn niet alle onderwerpen in detail besproken. Hebben wij iets gemist of heeft u nog belangrijke toevoegingen? Dan ontvangen wij graag uw reactie via [categorie.catering@rvo.nl](mailto:categorie.catering@rvo.nl).