



Rijksoverheid

Strategisch Categorieplan Consumptieve Dienstverlening



Versiebeheer

Versie 0.1	Eerste ruw concept.	maart 2020	
Versie 0.2	Aan Irma en Maurice voorgelegd.	april 2020	
Versie 0.3	Opmerkingen/aanvullingen Maurice en Ronald verwerkt.	28 april 2020	Onduidelijkheid over invulling en taakverdeling.
Versie 0.4	Input CDI en hfd IUC opgenomen. Opmerkingen Frens en André zijn verwerkt.	16 september 2020	
Versie 0.5	Verspreiding: Irma, Jan (2x), Ronald, Maurice.	6 november 2020	
7 januari 2021	Input van Maurice ontvangen en verwerkt.		
Versie 0.6	Verspreiding klantenraad.	20 januari 2021	
Versie 0.6.1	Commentaar van Hester en Helene verwerkt.	februari 2021	
Versie 0.6.2	Na bespreking in klantenraad.	april 2021	Ter bespreking met eigenaar.
Versie 0.6.3.	Na bespreking met eigenaar en met BZK delegatie.	april 2021	Ter voorbereiding op ICHF. Goedkeuring financiële paragraaf, managementsamenvatting toegevoegd
Versie 0.6.4	Eindredactie R&Z.	Juli/augustus 2021	Aanpassingen Hester Sprong doorgevoerd, gezamenlijk verhaal toegevoegd.

Inhoud

Voorwoord 4
Consumptieve Dienstverlening: samen verduurzamen 5
Managementsamenvatting 7

1 Inleiding 9

- 1.1 Achtergrond 9
- 1.2 Opzet plan op hoofdlijnen 9

2 Beschrijving categorie op hoofdlijnen 11

- 2.1 Terugblik en afbakening 11
- 2.2 Beschrijving categorie Consumptieve Dienstverlening 11
- 2.3 Inkoopvolume 11
- 2.4 Afnemers, stakeholders en politieke context 12
- 2.5 Trends en ontwikkelingen 12
- 2.6 Relevante regels 12

3 Doelstellingen, strategie, planning en implementatie 14

- 3.1 Beleidsdoelen 14
 - 3.1.1 *Doelstelling categorie Consumptieve Dienstverlening* 14
- 3.2 Werkwijze 15
- 3.3 Beleidsthema's 15
 - 3.3.1 *Internationale Sociale Voorwaarden* 16
 - 3.3.2 *Social Return* 17
 - 3.3.3 *Duurzame inzetbaarheid personeel* 18
 - 3.3.4 *Consumptie uit duurzame landbouw* 19
 - 3.3.5 *Reductie van afval en voedselverspilling* 20
 - 3.3.6 *Overige doelstellingen* 20

4 Organisatie en Governance 22

- 4.1 Taakverdeling en inrichting contract- en leveranciersmanagement 22
 - 4.1.1 *Inrichting contract- en leveranciersmanagement* 22
 - 4.1.2 *Kader contractmanagement* 22
- 4.2 Governancestructuur 22
 - 4.2.1 *Strategische Klantenraad* 24
- 4.3 Communicatie, informatie, rapportages, monitoring, ambassadeurschap 24
 - 4.3.1 *Communicatie* 24
 - 4.3.2 *Rapportages, monitoring, informatiestructuur* 26
- 4.4 Capaciteit en budget 27
- 4.5 Randvoorwaarden en risico's 27
 - 4.5.1 *Randvoorwaarden* 27
 - 4.5.2 *Risico's en beheersmaatregelen* 28

Bijlagen:

- 1 Update Categorieplan Catering (2018-2021)
- 2 Categorieplan Afvalzorg en grondstoffenmanagement (versie mei 2021)
- 3 Supplement Categorieplan Warme Drink Automaten (WDA) (versie februari 2020)
- 4 Impact van de coronapandemie
- 5 Kernboodschap 'Inkopen met impact'

Voorwoord

Voor u ligt het eerste categorieplan van de nieuwe categorie Consumptieve Dienstverlening. Een categorie met thema's als afval en voeding die iedereen raken. Afval in alle soorten en maten willen we bij voorkeur niet meer inkopen. Kan het echt niet anders, dan willen we het afval netjes verwerken. Eten en drinken hebben we iedere dag nodig en we zijn ons steeds meer bewust van de impact daarvan. De aandacht voor duurzame en gezonde voeding is nog nooit zo groot geweest. De Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties – wereldwijde doelstellingen voor duurzame ontwikkeling – kunnen rekenen op steeds meer ondersteuning. Dat betekent veel belangstelling, begrip en draagvlak voor de thema's van deze categorie.

Tegelijkertijd heeft de coronapandemie en het daardoor verplichte thuiswerken een immens grote invloed op deze categorie. De catering is op veel plekken helemaal gestopt, de koffieverkoop was soms wel 90% minder en de afvalstromen verplaatsten zich naar het 'thuiskantoor'. Langzaam maar zeker begint nu de toekomst met het hybride werken meer contouren te krijgen. Veel is voorlopig nog onzeker, maar duidelijk is wel dat het niet meer wordt zoals het was.

In dit categorieplan handhaven we voorlopig voor een deel het oude beleid. Daarnaast kijken we met pilots vooruit naar de toekomstige invulling van de gevraagde dienstverlening. De uitvoering van dit plan vraagt bovendien een nauwe samenwerking met de concern dienstverleners en de bedrijfsvoeringsdirecties van de departementen. Samen zorgen we ervoor dat onze collega's optimaal bijdragen aan de realisatie van de beschreven beleidsdoelen. Ondertussen geven we op veel punten al richting aan een transitie. Door zelf de regie weer te nemen op de verwerking van onze grondstoffen veranderen we de dynamiek in het afvallandschap. De voedselketen veranderen we door meer lokaal in te kopen en regionale spelers een kans te geven. Internationaal eisen we transparantie in de keten en een eerlijke prijs voor de producent. Zo zijn er nog veel meer mooie voorbeelden te noemen, u vindt ze in dit plan.

Deze categorie gaat een mooie toekomst tegemoet.

Eva Heijblom

pSG van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

Consumptieve Dienstverlening: samen verduurzamen

In de nieuwe categorie Consumptieve Dienstverlening komen twee voormalige categorieën samen: Catering & Warme dranken en Afvalzorg & Grondstoffenmanagement. Samen maken wij ons sterk om voor de hele rijksoverheid duurzaam, sociaal en innovatief dienstverlening in te kopen op het gebied van voeding en afval.

Duurzaamheid in brede zin staat centraal in onze inkoopplannen voor de komende jaren. We volgen 3 belangrijke uitgangspunten van de rijksoverheid: het klimaatakkoord met de Nederlandse klimaatdoelen voor 2030 en 2050, de rijksbrede inkoopstrategie 'Inkopen met impact' en de wereldwijde duurzaamheidsdoelstellingen van de VN: de Sustainable Development Goals. We werken toe naar een volledig klimaatneutrale en circulaire economie, met inzet en bescherming van kwetsbare groepen mensen. Om dat allemaal voor elkaar te krijgen, zoeken we samen met marktpartijen naar innovatieve oplossingen.

Bouwen op circulaire ervaring

Voordat we als Catering en Afvalzorg bij elkaar kwamen, hebben we belangrijke ervaring opgedaan met de verduurzaming van ons inkoopbeleid, met nadruk op circulariteit. Zo sloten we namens Rijkswaterstaat een contract voor circulaire catering in een tijd dat nog helemaal niet duidelijk was wat dat precies betekent. We moesten dus echt innoveren. Het mooie is dat de definitie die wij voor onze aanbesteding opstelden inmiddels gemeengoed is geworden. Zo dragen we bij aan een rimpel-effect waardoor steeds meer partijen oog krijgen voor het belang van duurzaamheid in het algemeen en circulariteit in het bijzonder.

Ook bij Afvalzorg richten we ons al langer op circulariteit. De term grondstoffenmanagement in de oude categorienaam zegt het al. Bij afvalstromen van producten en diensten die nog niet circulair zijn ingekocht, streven we ernaar dat de grondstoffen in die stromen allemaal de hoogst mogelijke nuttige toepassing krijgen. Daarbij hanteren we de ladder van Lansink voor circulariteit. De hoogste vorm is behoud van dezelfde functionaliteit van de producten. De laagste vorm is het terugwinnen van energie uit de materialen. Afval storten is in principe geen optie.

Duurzame cirkel tussen Catering en Afvalzorg

Op raakvlakken tussen Catering en Afvalzorg weten we elkaar al langer te vinden. Bedenk wel dat wij bijvoorbeeld ook verantwoordelijk zijn voor het opruimen van in beslag genomen vuurwerk en opgerolde hennepplantages. Tegelijk komt bijna 10 % van het afval van de rijksoverheid voort uit consumptie. Een mooi voorbeeld op dat snijvlak is onze samenwerking met HaagseZwam. Zij halen onze koffiedrab op bij de rijksoverheid en kweken daar oesterzwammen op. Na verloop van tijd krijgen we het restant van de koffiedrab – 50 % lichter – weer terug om dit te laten composteren. Bovendien levert HaagseZwam de zo gekweekte oesterzwammen aan restaurants van de rijksoverheid. Zo is de duurzame cirkel tussen Catering en Afvalzorg rond. Door de lage omzet zijn er momenteel helaas problemen met de afzet van koffiedrab bij HaagseZwam. Dat geldt ook voor andere samenwerkingen.

Innoveren met de markt

Verduurzamen kunnen wij niet alleen. Daarom prikkelen we de markt om met ons mee te denken over innovatieve oplossingen. Zo laten we met dit categorieplan zien welke kant we op willen, zodat marktpartijen zich daarop kunnen voorbereiden. In onze aanbestedingen stellen we eisen waar de dienstverlening minimaal aan moet voldoen, bijvoorbeeld dat er een bepaald aantal veganistische opties op het menu staat. Maar we dagen geïnteresseerde partijen uit om verder te gaan. Om te beginnen door duurzaamheid op te nemen in kwaliteitscriteria – en die bij de gunning zwaarder te laten tellen dan prijs.

Om investeren in innovatie aantrekkelijker te maken, zetten we in op langjarige contracten. Daarbij stellen we jaarlijks samen nieuwe KPI's op, steeds een tandje duurzamer. We monitoren goed of de geleverde diensten aansluiten bij de gemaakte afspraken en gaan in gesprek als we mogelijkheden zien voor verbetering, bijvoorbeeld door het transport efficiënter in te richten.

Sociale aanpak

Bij Consumptieve Dienstverlening spelen mensen een grote rol. Medewerkers van leveranciers verlenen de diensten en ambtenaren maken er gebruik van. Daarom hechten we veel belang aan een sociale invulling van onze rol. Zo volgen we de Code Verantwoordelijk Marktgedrag. We denken erover na wat we kunnen betekenen voor mensen die door de coronamaatregelen in grotendeels lege kantoren rondlopen om afval te verzamelen of catering te verzorgen. En samen met leveranciers zoeken we naar mogelijkheden om mensen in te zetten met een afstand tot de arbeidsmarkt. Op die manier dragen we bij aan eerlijk werk voor een eerlijk inkomen, ook bijvoorbeeld bij voedselproducenten verderop in de keten.

Een tevreden klant is belangrijk, maar daarnaast werken we samen met leveranciers en overheidsorganisaties om ambtenaren mee te nemen in de verduurzaming en hen te bewegen tot gedragsverandering. Bijvoorbeeld dat ze niet alleen lekker, maar ook duurzaam en gezond eten kiezen. En afval beter scheiden. Ook wat dat betreft heeft de coronapandemie ons veel geleerd. Zo is inmiddels wel duidelijk dat in de toekomst meer mensen thuis zullen werken en denken wij erover na in hoeverre we ook daar impact kunnen hebben op duurzaam gedrag rond voeding en afval.

Meer grip op de ketens

De duurzaamheid van de dienstverlening die wij inkopen wordt bepaald door alle schakels in de ketens die erbij betrokken zijn. Of het nou gaat om voedselproductieketens of om afvalketens. Daarom zoeken we naar manieren om meer grip te krijgen op die ketens. Zo werken we bij het nieuwe contract voor warme dranken bij Rijkswaterstaat met een geheel transparante koffieketen. Zo kunnen we zeker zijn dat iedereen in de keten – van koffieboer tot automatenbeheerder – een eerlijke behandeling krijgt, terwijl we tegelijk een verbetering hebben gemaakt in de koffiekwaliteit.

Om meer inzicht te krijgen in de verschillende afvalstromen van de rijksoverheid, besteden we deze alle 40 afzonderlijk aan als zogeheten monostromen. Door bijvoorbeeld hout, metaal, gft en E-waste elk door een eigen recycler te laten verwerken, kunnen we beter monitoren waar het afval vandaan komt, wat er vervolgens precies mee gebeurt en hoeveel milieu-impact dat heeft. Zodoende werken we aan meer schone stromen om er zeker van te zijn dat we de gestelde doelen kunnen behalen.

Sturen op cijfers

Onze belangrijkste uitdaging voor de komende jaren is het vinden van manieren om alle keuzes die we maken te toetsen en te verantwoorden. Daarvoor hebben we meer cijfers nodig van de impact die de verschillende keuzes hebben. Nu weten we bijvoorbeeld niet wat het verschil in CO₂-uitstoot is tussen het gebruik van boontjes uit de volle grond, uit de kas of uit Afrika. En misschien is de optie met de minste CO₂-uitstoot wel slechter voor de biodiversiteit. Samen met onderzoeksinstituten en marktpartijen gaan we op zoek naar zulke cijfers. Om zeker te zijn dat de door ons ingekochte catering en afvalzorg echt duurzamer is. En om die impact bijvoorbeeld door te berekenen in een echte prijs. Zo kopen wij Consumptieve Dienstverlening met impact.

Managementsamenvatting

Door de herijking categoriemanagement is een nieuwe categorie tot stand gekomen onder de naam 'Consumptieve Dienstverlening'. Deze categorie bestaat uit twee duidelijk herkenbare deelcategorieën: Afvalzorg en Grondstoffenmanagement aan de ene kant, Catering en Warme Dranken aan de andere kant.

In onderstaande tabel staat de scope van de categorie, gebaseerd op input van de leveranciers. Door de coronapandemie daalde de omzet op alle terreinen sterk.

Markt	Inkoopvolume	
	2019	2020
Catering (bedrijfsrestaurants, koffiecorners)	€ 8.592.476	€ 8.610.513*
Catering (banqueting)	€ 9.409.991	€ 5.879.334
Warme dranken	€ 14.410.000	€ 7.211.930
Afval en grondstoffen	€ 7.178.008 (excl. eenmalig)	€ 5.178.519 (excl. eenmalig)
	€ 3.200.000 (eenmalig)	€ 2.255.000 (eenmalig)
Klein Keuken Materiaal	€ 380.000	€ 512.845
Kwaliteitsaudits	€ 96.000	nihil

* Tijdens de coronacrisis is de aanneemsom in 2020 doorbetaald. Het verschil zit met name in de indexering

Inkoopvolume categorie Consumptieve Dienstverlening in 2019 en 2020. Gebaseerd op gegevens van de leveranciers

Samenwerking

Deze categorie heeft sterke invloed op het wel en wee van medewerkers, met name op de kantoren van het Rijk. Het gedrag van de medewerkers is dan ook van grote invloed op het realiseren van (duurzaamheids)doelstellingen. Denk bijvoorbeeld aan afvalscheiding, kiezen voor gezonde en duurzame voeding of verminderen van voedselverspilling. De categorie speelt een grote rol bij het vormgeven van de randvoorwaarden voor het gedrag, maar is niet direct betrokken bij de communicatie van de departementen naar hun eigen medewerkers. Daardoor is samenwerking in de hele keten – van leverancier tot eindgebruiker – een randvoorwaarde.

Sustainable Development Goals (SDG's)

De categorie legt de nadruk op de volgende SDG's:

		
Eerlijk werk voor een eerlijk inkomen	Verantwoorde productie en consumptie	Klimaatactie
Bijdragen aan participatie van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt	Productie van voedsel op een verantwoorde manier	Minder producten met dierlijk eiwit aanbieden (eiwittransitie)
Bijdragen aan transparante ketens en eerlijke prijzen	Afval en verspilling voorkomen	Stimuleren van circulaire economie
Inkopen via korte ketens	Verantwoorde consumptie draagt bij aan gezondheid en vitaliteit	Verwerken van afvalstromen met een zo laag mogelijke milieu-impact

Vanuit ‘inkopen met impact’ bestaat de wens om de rijksinkoop in te zetten voor duurzame transitie, sociale doelen en innovatie. De klantenraad heeft 5 prioritaire beleidsthema’s vastgesteld om invulling te geven aan die wens.

Thema	Doelen	Aanpak
Internationale sociale voorwaarden (ISV)	Leefbaar loon, leefbaar inkomen voor producenten, surplus investeren in duurzame productie.	Door middel van True Pricing zorgen dat de duurzaamste leverancier een eerlijke vergoeding krijgt en dat keuzen gemaakt worden op basis van de eerlijke prijs.
Social return	Inclusieve samenleving, inzet mensen met afstand tot de arbeidsmarkt en reductie percentage restafval.	Inzet Binnenwerk, onder meer bij Milieustraatverhuizingen.
Duurzame inzetbaarheid personeel	Bijdragen aan gezondheid en vitaliteit medewerkers.	Gezond en duurzaam aanbod mogelijk maken voor het ‘thuiskantoor’, koppeling aan het hybride werken.
Consumptie uit duurzame landbouw	Verbeteren biodiversiteit, reductie broeikasgas, bijdragen aan circulaire economie.	Stimuleren van de consumptie van voedsel dat op een duurzamere wijze is geproduceerd.
Reductie (rest)afval en voedselverspilling	Reductie broeikasgas, bijdragen aan circulaire economie.	- Monitoren bestaande verspilling, bijsturen - Campagne ‘weg met wegwerp’

Innovatie speelt bij alle thema’s in meer of mindere mate een rol. Ook voor andere doelstellingen zetten we in op innovatie. Zo dragen we vanuit de subcategorie Grondstoffenmanagement en afvalzorg bij aan een circulaire economie door verschillende afvalstromen los aan te besteden en Maverick Buying te beperken.

Organisatie en Governance

Voor de nieuwe categorie is een strategische klantenraad ingericht. De voorzitter daarvan is ook de opdrachtgever voor de categorie. De categoriemanager functioneert als opdrachtnemer voor de uitvoering van dit categorieplan en als opdrachtgever van het Inkoop Uitvoeringscentrum (IUC) voor de uitvoering van de aanbestedingen. Expertise van de uitvoering en de deelnemende organisaties blijft geborgd door het voortbestaan van de gebruikersraad Afval en het gebruikersoverleg Catering.

Het categorieplan wordt voor het eerst openbaar gepubliceerd. Daarnaast publiceren we per kwartaal altijd de voorgenomen aanbestedingen. Marktpartijen kunnen zich met deze kennis optimaal voorbereiden op het inschrijven op een aanbesteding.

1 Inleiding

1.1 Achtergrond

Dit geactualiseerde categorieplan is opgesteld als uitvloeisel van de herijking van het categorie-management en strategisch leveranciersmanagement. Deze herijking leidde tot een nieuwe indeling en toedeling van categorieën en strategisch leveranciersmanagement. De herijking moet ertoe leiden dat categorieën zich naar een hoger niveau van volwassenheid bewegen. Dat zij toegroeien naar een meer strategisch niveau van categoriemanagement. En wel zodanig dat categoriemanagement een belangrijk instrument wordt in het realiseren van kabinets-doelstellingen. In de herijking is besloten tot samenvoeging van de categorieën Catering en Afvalzorg en Grondstoffenmanagement tot een nieuwe categorie: Consumptieve Dienstverlening. De rijksstrategie voor duurzaam, sociaal en innovatief inkopen ‘Inkopen met impact’ is richtingbepalend voor dit plan (zie bijlage 5). In hoofdstuk 3 leggen we uit welke elementen we hiervan uitwerken.

Het categoriemanagement is een essentieel onderdeel van het rijksinkoopstelsel. Voor de sturing en organisatie van dit stelsel is in het kader van het categoriemanagement per actor beschreven wat de taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden zijn. Een lid van de Interdepartementale Commissie Bedrijfsvoering Rijksdienst (ICBR) is eigenaar van de categorie. De categoriemanager stelt conform de vigerende kaders en in opdracht van de eigenaar een categorieplan op met een doorlooptijd van 3 tot 5 jaar. Na vaststelling door het ICBR-lid, maakt de categoriemanager het categorieplan openbaar. Het categorieplan is het fundament van de categorie en geeft op onderbouwde wijze de doelstellingen, keuzes, plannen, concrete acties en benodigde mensen en middelen weer. Na besluitvorming over het plan heeft de categoriemanager volledig mandaat om hiermee aan de slag te gaan.

De coronacrisis heeft op beide subcategorieën een behoorlijke impact gehad. Omdat de kantoren vanaf 1 maart 2020 grotendeels gesloten waren, is er nauwelijks catering afgenomen, veel minder koffie gedronken en ook maar weinig afval afgevoerd. Omdat de catering- en koffiecontracten gebaseerd zijn op een verwachte omzet, heeft dit tot vervelende situaties geleid bij leveranciers. Vanuit de categorie probeerden we met leveranciers in gesprek te blijven en onze rol als opdrachtgever voor zover mogelijk sociaal in te vullen. Daarmee was niet te voorkomen dat er bij alle cateraars ontslagen gevallen zijn. In dit plan wijzen we op verschillende plekken op de gevolgen van de crisis, die nog een tijdlang zichtbaar en voelbaar zullen blijven.

1.2 Opzet plan op hoofdlijnen

De hoofdtekst van dit plan gaat met name in op de synergie tussen de onderdelen van de nieuwe categorie en de gezamenlijke uitgangspunten. In hoofdstuk 2 beschrijven we in hoofdlijnen de opzet van de nieuwe categorie. In de nieuwe strategische klantenraad zijn 5 speerpuntthema's vastgesteld om komend jaar verder uit te werken (zie hoofdstuk 3). Per thema is een dossierhouder uit de klantenraad gevonden. Voor de uitwerking van de meeste thema's deed de dossierhouder uit de klantenraad een concreet voorstel. De tekst geeft de meeste recente stand van zaken weer, de uitwerking kan nog verschillen per thema. Indien er in eind van 2021 meer duidelijkheid is over het hybride werken en de gevolgen voor deze categorie, maken we in 2022 een update voor het categorieplan.

Voor een aantal door de Interdepartementale Commissie Inkopen en Aanbesteden (ICIA) voorgeschreven elementen van het categorieplan verwijzen we naar bijlagen met plannen per subcategorie. De uitwerking per subcategorie verschilt namelijk:

- 1 Huidig categorieplan Catering (2018)
- 2 Categorieplan Afval (versie mei 2021)
- 3 Supplement Categorieplan Warme Drink Automaten (WDA) (versie februari 2020)

Het vigerende categorieplan catering is nog actueel (2018-2021, zie bijlage 1). In bijlage 1 lichten we ook een update op dit plan toe.

Van het (deel)categorieplan Afvalzorg en Grondstoffenmanagement is eind januari 2021 een eerste versie opgeleverd. Na bespreking in het eigen gebruikersoverleg en de gebruikersraad is dit plan aangepast. Dit plan is bijgevoegd als bijlage 2.

Het supplement bij het categorieplan catering voor de warmedrankenvoorziening (WDA) is toegevoegd als bijlage 3. Deze is nog niet eerder goedgekeurd, maar op 5 maart 2020 wel al akkoord bevonden in het gebruikersoverleg (de oude klantenraad). Het Landelijk Facilitair Management Overleg (LFMO) heeft op dit plan ook reeds een uitvoeringstoets uitgevoerd.

We kiezen om verschillende redenen voor deze opzet:

- 1 De coronacrisis heeft een enorme impact op deze categorie. De contouren van het toekomstige hybride werken zijn nog allesbehalve duidelijk. Aan welke dienstverlening is straks behoefte en hoe krijgt dat zijn beslag in aanbestedingen en contracten? We gebruiken de komende tijd om hierover een duidelijke visie neer te zetten. In samenwerking met de Concern Dienstverleners (CDV's) en het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK).
- 2 Het is voor de nieuwe categorie nog niet helder te verwoorden waar precies de synergie ligt om meer dan nu al het geval is bij te dragen aan het behalen van de beleidsdoelen uit 'Inkopen met impact'. We hebben daarom gekozen voor de beschreven experimentele opzet van de thema's waar naar onze verwachting impact mee gehaald kan worden als die experimenten opgeschaald kunnen worden en later als beleid van de categorie vastgesteld worden.

Vanwege de bijzondere omstandigheden als gevolg van de coronacrisis, is tevens bijlage 4 toegevoegd met aanpassingen aan het algemene beleid. Omdat de uitbraak van een pandemie nu een 'voorzienbare' omstandigheid is geworden, moeten we daar in de aanbestedingsstrategie en contracten van de categorie rekening mee houden. Bovendien heeft de coronacrisis een zodanige impact dat bijna iedereen voorspelt dat sommige aspecten blijvend zullen zijn, bijvoorbeeld het hybride werken.

2 Beschrijving categorie op hoofdlijnen

2.1 Terugblik en afbakening

Consumptieve Dienstverlening is een nieuwe categorie, daar is dus geen terugblik van. Van de beide voorlopers van deze categorie is een terugblik opgenomen in de afzonderlijke categorieplannen.

Dat geldt ook voor de afbakening en scope van de categorie. Aangezien de categorie meerdere afzonderlijke markten en onderwerpen beslaat (Catering, Warme dranken, Kwaliteitsaudits, Klein keukenmateriaal en Grondstoffen en afval) is er geen sprake van een gezamenlijke afbakening.

2.2 Beschrijving categorie Consumptieve Dienstverlening

Het onderdeel Catering heeft zich sterk ontwikkeld en heeft een hoog volwassenheidsniveau. Het onderdeel heeft zijn scope verbreed en levert maatwerk per klant. De klanttevredenheid is hoog, mede doordat Catering per klant aanbesteedt. Bovendien realiseerde het onderdeel besparingen en er is veel aandacht voor maatschappelijk verantwoord inkopen (MVI). In het kader van sociaal opdrachtgeverschap past het onderdeel Catering de Code Verantwoordelijk Marktgedrag toe. Het onderdeel beschikt over een uitgebreid netwerk en veel specialistische kennis, onder andere over gezonde voeding. Er zijn verdere uitbreidingsmogelijkheden van de scope, bijvoorbeeld als het gaat om evenementen.

Het onderdeel Grondstoffenmanagement en afvalzorg valt ook onder de nieuwe categorie. Ook dit onderdeel heeft goede stappen gezet. Het wil alle afvalstromen onder scope brengen en is sterk in de realisatie van beleidsdoelstellingen. Dit onderdeel heeft impact op de markt ("game-changer") als het gaat om de aanbesteding van mono-afvalstromen en deelt kennis en expertise op allerlei niveaus.

De thema's catering, grondstoffenmanagement en afvalzorg passen goed bij de ambitie van LNV. Daarom valt de nieuwe categorie onder eigenaarschap van LNV.

2.3 Inkoopvolume

In tabel 2.1 staat het totale inkoopvolume per markt. Een verder specificatie hiervan staat in de afzonderlijke plannen per subcategorie (zie bijlagen 1 t/m 3). Dat geldt ook voor een beschrijving van de specifieke markten.

Markt	Inkoopvolume	
	2019	2020
Catering (bedrijfsrestaurants, koffiecorners)	€ 8.592.476	€ 8.610.513*
Catering (banqueting)	€ 9.409.991	€ 5.879.334
Warme dranken	€ 14.410.000	€ 7.211.930
Afval en grondstoffen	€ 7.178.008 (excl. eenmalig)	€ 5.178.519 (excl. eenmalig)
	€ 3.200.000 (eenmalig)	€ 2.255.000 (eenmalig)
Klein Keuken Materiaal	€ 380.000	€ 512.845
Kwaliteitsaudits	€ 96.000	nihil

* Tijdens de coronacrisis is de aanneemsom in 2020 doorbetaald. Het verschil zit met name in de indexering

Tabel 2.1: Inkoopvolume categorie Consumptieve Dienstverlening in 2019 en 2020. Gebaseerd op gegevens van de leveranciers

2.4 Afnemers, stakeholders en politieke context

Voor de nieuwe categorie zijn de Concern Dienstverleners (CDV's) een zeer belangrijke stakeholder. Zij zijn afnemers van onze contracten. De CDV's hebben een bepalende rol in de behoeftestelling voor een aanbesteding en het ten volle benutten van de afgesloten contracten. De gezamenlijke behoefte van de CDV's wordt vastgelegd in de Rijks producten- en diensten-catalogus (PDC). Daarnaast geven zij uitvoering aan hetgeen in de contracten is vastgelegd en voeren ze regelmatig overleg met de leveranciers. Eindgebruikers, de bezoekers en koffiedrinkers (en afvalscheiders), zijn natuurlijk ook onze afnemers.

Bij catering en koffie is de medezeggenschap een belangrijke stakeholder, op ieder niveau. Bij catering omdat medewerkers zelf moeten betalen voor hun lunch in het restaurant. Voor koffie is medezeggenschap belangrijk omdat koffie in het verleden gratis is geworden als onderdeel van personele afspraken.

Zie de afzonderlijke categorieplannen in bijlage 1 t/m 3 voor een verdere uitwerking van de stakeholders.

Politiek staan alle onderdelen van de categorie rijksbreed zeer in de belangstelling. Voedsel, internationale ketens, de circulaire economie, participatie: er zijn raakvlakken met het beleid van vele departementen. Dit kan leiden tot plotselinge opdrachten of aanpassingen in afspraken, vragen van de pers, enzovoort. Voorbeelden zijn het Nationaal Preventieakkoord, het Plastic Pact of de 'koffiebekergate'.

2.5 Trends en ontwikkelingen

Trends en ontwikkelingen verschillen per markt, product en dienst. Hiervoor verwijzen we naar de afzonderlijke categorieplannen.

2.6 Relevante regels

De categorie Consumptieve Dienstverlening heeft te maken met internationale verdragen, Europese regelgeving, nationale wetten en regels van lagere orde. Ook zijn er afspraken met bedrijfsleven en branches. Deelnemers kunnen kwaliteitsaudits inzetten om de naleving van regelgeving en contract te controleren.

- De rijksoverheid heeft in 2012 de **code verantwoord marktgedrag** getekend. De code doet een moreel appél op opdrachtgevers om mede verantwoordelijkheid te nemen voor het welzijn en de arbeidsomstandigheden van de medewerkers van cateraars, schoonmaakbedrijven, beveiligingsbedrijven en verhuizers. Dit vraagt voortdurend aandacht, vooral in de tijd van corona en gesloten restaurants.
- In de **CAO Contractcatering** staan de spelregels over de overname personeel bij contractwisseling. Dit is van groot belang bij de aanbestedingen van catering.
- De **HACCP**-eisen zijn van belang voor zowel catering als WDA. HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) is een voedselveiligheidssysteem. Bedrijven die met voedsel omgaan voorkomen hiermee dat de veiligheid van ons eten in gevaar komt. Zij brengen van elke productiefase in kaart wat er fout kan gaan en hoe zij dit voorkomen. Voor catering worden deze eisen onder meer geïmplementeerd via de hygiëencode. In de WDA zijn ze onderdeel van de ISO 9001-voorschriften.
- Bedrijven moeten laten zien dat ze aandacht hebben voor beheersing van alle milieuaspecten in de dienstverlening. Dit kan bijvoorbeeld met een **ISO 14001-certificaat**. Dat houdt in dat het bedrijf een milieumanagementsysteem heeft. Bedrijven kunnen dit ook op een andere manier aantonen, bijvoorbeeld door een eigen plan, bewaking van de voortgang en een audit.

- De **CO₂-prestatieladder** is ingevoerd bij de WDA aanbestedingen. Geleidelijk gaan we deze ook bij de cateringaanbestedingen gebruiken.
- De afspraken in het **Nationaal Preventieakkoord** moeten Nederland gezonder maken. Hierin staan ook afspraken over de gezonde eetomgeving in de bedrijfsrestaurants.
- De **Europese Green Deal** en de Europese '**From Farm to Fork**'-strategie zijn ook voor ons van belang. Daarnaast worden mogelijk de EU Inkoopcriteria (Green Public Procurement) verplicht. De Europese Commissie heeft onlangs een 'organic action plan' gepubliceerd om biologische landbouw te stimuleren. Consumptie krijgt daarin nadrukkelijk aandacht.
- De rijksoverheid heeft in 2014 de **Green Deal 173** getekend (Green Deal Zero Emission Stadslogistiek). Doel is stadskernen in 2025 emissievrij te beleveren, dus zonder uitstoot van CO₂, NO_x en fijnstof. Daarmee lopen partijen vooruit op de Europese wetgeving die stelt dat in 2050 alleen emissievrije voertuigen de stad in mogen. Daarnaast willen partijen de geluids-overlast beperken. Deze Green Deal heeft impact op de aanvoer- en retourlogistiek van diverse stadskernen.
- De rijksoverheid is samen met haar Franse en Deense collega trekker geweest van het Europees **Plastics Pact**. De doelstellingen zijn dat we zorgen voor minder plastic afval, veel meer hergebruik en veel meer recycling.






3 Doelstellingen, strategie, planning en implementatie

In 'Inkopen met impact' en het Klimaatakkoord zijn doelen voor de rijksinkoop vastgelegd. Een aantal specifieke doelen valt binnen de invloed van de categorie Consumptieve Dienstverlening. Die zijn vertaald naar beleidsthema's.

3.1 Beleidsdoelen

Vanuit 'Inkopen met impact' is de opdracht duurzaam, sociaal en innovatief in te kopen. De ambitie van deze strategie is om via inkoop oplossingen te bieden die goed zijn voor mensen, milieu en economie (people, planet, prosperity). In Nederland en via de productieketen ook in andere delen van de wereld. Daarmee geeft de rijksoverheid invulling aan de opdracht van het kabinet-Rutte III uit het regeerakkoord: de inkoopkracht van de overheid benutten voor het versnellen van duurzame transitie, de inzet van kwetsbare groepen en het stimuleren van innovatie.

Het Rijk wil als organisatie:

-  Klimaatneutraal zijn in 2030 (thema klimaat)
-  50% minder primair grondstoffengebruik realiseren in 2030 en volledig circulair zijn in 2050 (thema circulair)
-  Arbeidsparticipatie stimuleren, onder meer door het creëren van 5.000 participatiebanen (thema social return)
-  Internationale productieketens verduurzamen door middel van het voorkomen of aanpakken van misstanden op het gebied van arbeidsomstandigheden, mensenrechten en milieu (thema internationale sociale voorwaarden)
-  Innovaties stimuleren, onder meer door op te treden als launching customer (thema innovatie)

In 2020 zijn zes bedrijfsvoeringcategorieën (kantoormeubilair, bedrijfskleding, papier en drukwerk, ICT-hardware, catering en afval- en grondstoffenmanagement (kabinetsreactie circulaire economie) circulair ingericht. Door herijking zijn er van de zes categorieën nog vier over. In 2023 moeten 10 bedrijfsvoeringcategorieën circulair zijn ingericht. Bij alle aanbestedingen die lopen via het categoriemanagement, wordt de gunning niet alleen op prijs en kwaliteit gebaseerd, maar ook minimaal voor 50% op maatschappelijke impact.

3.1.1 Doelstelling categorie Consumptieve Dienstverlening

De categorie Consumptieve Dienstverlening draagt bij aan de volgende SDG's:



SDG 8: eerlijk werk voor een eerlijk inkomen

- bijdragen aan participatie van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt;
- bijdragen aan transparante ketens en eerlijke prijzen;
- inkopen via korte ketens.



SDG 12: verantwoorde productie en consumptie

- productie van voedsel op een verantwoorde manier;
- afval en verspilling voorkomen;
- verantwoorde consumptie draagt bij aan gezondheid en vitaliteit.



SDG 13: klimaatactie

- minder producten met dierlijk eiwit aanbieden (eiwittransitie);
- stimuleren circulaire economie;
- erwerken van afvalstromen met een zo laag mogelijke milieu-impact.

Het doel van Afvalzorg en Grondstoffenmanagement is om het aangeboden afval van de rijksoverheid met een zo laag mogelijke milieudruk om te zetten naar een zo nuttig mogelijke toepassing. Daarnaast heeft de categorie Consumptieve Dienstverlening zich als doel gesteld afval te voorkomen. We ondernemen daarom diverse initiatieven om duurzaam en circulair in te kopen.

Catering en Warme dranken hebben als doel dat lekker, gezond en duurzaam eten en drinken bij de werkplek beschikbaar is. Daarbij staan de sociale functie van eten en drinken centraal. Als randvoorwaarde geldt dat we een voorbeeld zijn op het gebied van duurzaamheid en bijdragen aan de vitaliteit van de gasten. De categorie Consumptieve Dienstverlening draagt bij aan de circulaire economie door verspilling te voorkomen, de inzet van herbruikbare grondstoffen en het hergebruik van producten te stimuleren.

3.2 Werkwijze

De thema's met hun doelstellingen, zoals hierna beschreven, zijn vastgesteld door de strategische klantenraad van de categorie Consumptieve Dienstverlening. Op deze 5 thema's werken de oude categorieën Catering en Grondstoffenmanagement en Afvalzorg samen en maken ze (extra) impact. De thema's dienen als basis voor de werkzaamheden het eerste jaar (half 2021 tot en met half 2022). De dossierhouders uit de klantenraad werken de thema's uit tot een uitvoerbare opdracht aan de categorie(manager). Vanwege de onzekere situatie omtrent corona en de nieuwheid van de categorie, kijkt de strategische klantenraad in de eerste helft van 2022 opnieuw naar de op dat moment relevante thema's. De klantenraad bepaalt dan nieuwe thema's en/of doelstellingen. Deze leggen we vast in een update van het categorieplan.

Per doelstelling is een lid van de klantenraad aangewezen als verantwoordelijk trekker. De trekker zorgt voor het verder concretiseren van de doelstelling en het initiëren van projecten in de uitvoering (pilots) die moeten leiden tot het realiseren van impact. Het categorieteam ondersteunt daarbij.

De voortgang van de werkgroepen en bereikte impact komt in de klantenraad aan de orde.

3.3 Beleidsthema's

De categorie Consumptieve Dienstverlening werkt in 2021/2022 aan 5 beleidsthema's. De thema's komen voor een groot deel overeen met de genoemde thema's in 'Inkopen met impact'.

De thema's zijn:

- 1 Internationale sociale voorwaarden
- 2 Social return
- 3 Duurzame inzetbaarheid personeel
- 4 Consumptie uit duurzame landbouw
- 5 Reductie van afval en voedselverspilling

Per thema bepalen de dossierhouder en de ondersteunende werkgroep hoe ze de impact kunnen meten. Daarbij sluiten we zo veel mogelijk aan bij de beleidsdoelen van het Rijk (zie ook par. 4.3.2 over monitoring).

3.3.1 Internationale Sociale Voorwaarden

De categorieën Catering en Afval zijn in het kader van het Internationale Sociale Voorwaarden-beleid (ISV) van de rijksoverheid beide aangewezen als risicocategorieën. Daaruit volgt dat de nieuwe categorie Consumptieve Dienstverlening ook een risicocategorie is. Er was al aandacht voor ISV in de afzonderlijke categorieën, zie daarvoor bijlagen 1 t/m 3 met de plannen per deelcategorie. Voor de categorie Consumptieve Dienstverlening maken we hier een prioritair beleidsthema van.

Doel:

Leefbaar loon, leefbaar inkomen voor de producenten, geen slavernij of kinderarbeid, een eerlijke transparante keten, eerlijke handelsvoorwaarden, goede arbeidsomstandigheden voor producenten en verwerkers.

Draagt bij aan:

Sociaal beleid, internationale verplichtingen, verbetering van de biodiversiteit (voorkomen van ontbossing) en CO₂-reductie. Pas als producenten een leefbaar inkomen verdienen, kunnen ze investeren in duurzaamheid.

Instrumenten:

- True Pricing/Costing
- Due Dilligence
- Blockchain (innovatief)

Aanpak:

Door gerichte inzet van de genoemde instrumenten en samenwerking met leveranciers kunnen we veel impact halen. Extra inzet is nodig om de impact te kwantificeren. Het officiële ISV-beleid van het Rijk is van toepassing. De hieronder en in bijlagen 1 t/m 3 beschreven acties voegen we daaraan toe om het beleid meer handen en voeten te geven en daarmee de impact te vergroten. De werkgroep van de klantenraad werkt dit onderwerp verder uit. Er zijn twee invalshoeken voor true pricing:

- 1 Via de consument, de gast in het restaurant of de besteller van de banqueting. Daarmee wordt ingezet op gedragsbeïnvloeding.
- 2 Via de aanbesteding, bijvoorbeeld door de fictieve prijs als gunningscriterium op te nemen of het werken met een true price/true cost uit te vragen.

De categorie neemt ook deel aan de Community of Practice True Pricing van het ministerie van LNV.

Als de bedrijfsrestaurants weer echt operationeel zijn, vragen we de verschillende cateraars wie er mee wil doen aan een pilot met true pricing. Mogelijk kan dat zelfs op meerdere plekken. In eerste instantie richten we de pilot op de consument.

Due Dilligence is het standaardbeleid van het Rijk op het gebied van de internationale sociale voorwaarden (ISV). Het betekent dat leveranciers een risicoanalyse moeten uitvoeren op de toeleveringsketen. Op basis daarvan stellen ze een plan van aanpak op en jaarlijks rapporteren ze op de resultaten. Dit beleid heeft in de catering onvoldoende tot een goed resultaat geleid. Daarom proberen we dit op verschillende manieren concreter uit te werken.

De inzet van blockchain is een mogelijkheid voor de toekomst. In de voedselketen zijn al een aantal mooie voorbeelden gerealiseerd. In de komende jaren zoeken we naar pilots waarbij we blockchain kunnen inzetten (voor de uitleg over blockchain, zie bijlage 3 paragraaf 2.3.4.3).

3.3.2 Social Return

Doel:

Inclusieve samenleving en reductie van het percentage restafval.

Draagt bij aan:

Arbeidsparticipatie van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt en reductie van het percentage restafval

Instrumenten:

Samenwerkingsverband tussen FMHaaglanden, de Rijks schoonmaakorganisatie (RSO), Binnenwerk en diverse departementen.

Verwachte impact:

De impact van het gekozen instrument is momenteel nog moeilijk in te schatten omdat we te maken hebben met meerdere afhankelijkheden:

- Wanneer de collega's met een arbeidsbeperking weer naar kantoor kunnen en mogen komen,
- De snelheid van opschaling,
- De implementatie van het locatiegebonden werken door Binnenwerk
- Het aantal en de grootte van de verhuizingen (over diverse panden heen) en verplaatsingen (binnen 1 en hetzelfde pand).

Aanpak:

Onder de titel Milieustraat willen we het afval dat vrijkomt bij (interne) verhuizingen beter scheiden en indien mogelijk reduceren. Ook dat afval komt anders bij het restafval. Het idee is om hiervoor de hulp van Binnenwerk in te schakelen. Binnenwerk zet arbeidsparticipanten in. Dit zijn medewerkers die vanwege een psychische of fysieke beperking zonder extra begeleiding niet aan de slag kunnen gaan in een reguliere baan. Binnenwerk maakt geen prestatieafspraken. Het uitgangspunt is dat Binnenwerk met de inzet van arbeidsparticipanten een extra service verzorgt. In dit geval een bijdrage aan het behalen van de duurzaamheidsdoelstelling om het percentage restafval terug te brengen.

Taken van de arbeidsparticipanten zijn bijvoorbeeld:

- Rondes over de afdelingen lopen en pandbewoners vragen of zij assistentie nodig hebben met het scheiden van afval én eventueel helpen om de spullen in de juiste afvalcontainers te doen.
- De afvalcontainers checken op onnodig (rest)afval en indien nodig het afval alsnog op de juiste manier scheiden.
- Spullen voor hergebruik innemen en (uiteindelijk) naar een centrale plek brengen.
- Pandgebruikers helpen het afval in de juiste container te doen.
- De contactpersoon van het project informeren als een container bijna vol is.

Hoeveel collega's met een arbeidsbeperking we precies kunnen inzetten, hangt sterk af van de omvang van de verhuizing en het aantal verhuizingen (over panden heen). Dit is moeilijk in te schatten. Daardoor kunnen we geen hoeveelheden afval noemen die hierbij vrijkomen. Wellicht komt er een dedicated-team om in het hele verzorgingsgebied de verhuizingen te ondersteunen. Dit is niet direct toe te rekenen naar duurzame banen per departement. We onderzoeken nog wat de rol van Binnenwerk kan zijn bij de ontwikkelingen in het kader van Rijksdienst 2022 en het hybride werken. Dit krijgt de komende tijd meer vorm.

Inzet Binnenwerk

Om ervaring op te doen, met elkaar te leren en het proces goed in te richten, start het samenwerkingsverband van RSO, Binnenwerk en FMHaaglanden met de pilot 'Nascheiding afval in De Resident' met de twee departementen VWS en SZW die in dit kantoorpand gehuisvest zijn. In navolging van een eerder experiment bij de Belastingdienst werken we een aantal activiteiten uit om het percentage restafval omlaag te brengen en de kwaliteit van de afvalstromen van beide

departementen te verhogen. Dit in eerste instantie met de inzet van medewerkers van FMHaaglanden en de RSO. Op basis van de eerste ervaringen bezien we waar en hoe inzet van medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt passend is.

We willen hiermee komen tot een structurele inzet van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in relatie tot de afvalstromen van een departement, al dan niet in combinatie met andere facilitaire taken. We kunnen de inzet van Binnenwerk nog niet concreet maken voor de Milieustraat en de pilot Nascheiden restafval.

SZW en VWS hebben samen 17 duurzame banen ingekocht voor De Resident. Deze personen worden in ieder geval al ingezet op de volgende aandachtsgebieden:

- toetsenbordreiniging;
- gebouwassistenten, hospitality;
- stoelreiniging;
- printservice, lichte administratieve ondersteuning.

Daarnaast is er ruimte om deze mensen in te zetten voor pilots met assistentie bij verhuizingen en afvalscheiding.

Vooralsnog voeren dezelfde personen steeds één bepaalde taak uit. We onderzoeken nog of een takenpakket van een persoon uit meerdere aandachtsgebieden kan bestaan. Dan zijn de medewerkers breder en flexibeler inzetbaar. Zo kunnen we makkelijker inspelen op de schommelingen in vraag naar de verschillende taken.

Daarnaast is het de bedoeling dat de pilot een schaalbare aanpak en takenpakket oplevert, toepasbaar bij andere delen van de Rijksoverheid.

Nascheiding afval

Een tweede doel van deze pilot is vermindering van het restafval. Door het nascheiden ontstaat meer inzicht in knelpunten en aangrijpingspunten om afvalscheiding door ambtenaren aan de voorkant beter te laten verlopen.

De Interdepartementale Commissie Huisvesting en Faciliteiten (ICHF) heeft in 2018 de Kritieke Prestatie-Indicatoren (KPI)-restafval goedgekeurd. De doelstelling was dat het percentage restafval (exclusief papier en karton) van de aangesloten rijkskantoren per 31 december 2020 onder de 35% kwam te liggen. Dit percentage is in verband met de coronacrisis (tijdelijk) verhoogd naar 45%. De score van FMHaaglanden bedroeg in november 2020 nog 67%.

Het streven is om eind 2021 de KPI van < 45% restafval in De Resident ruim te halen. De verbetering van de kwaliteit van de afvalstromen kunnen we door gebrek aan inzicht op dit moment nog niet kwantificeren.

3.3.3 Duurzame inzetbaarheid personeel

Doel:

Gezondere, duurzaam inzetbare medewerkers, vergroten van het bewustzijn van gezonde en duurzame voeding op de (thuis)werkplek/het (thuis)kantoor. Meer werknemers eten volgens de Schijf van Vijf.

Draagt bij aan:

Het bereiken van de doelstellingen in het Nationaal Preventieakkoord en aan de duurzaamheidsprogramma's van de rijksoverheid, de individuele gezondheid van de werknemers, het vergroten van de duurzame inzetbaarheid van de werknemers en indirect de verduurzaming van voedsel (eiwittransitie) en van de samenleving (CO₂-uitstoot).

Instrumenten:

Materialen van het Voedingscentrum (Richtlijnen Gezondere Kantines en de daaraan gekoppelde kantinescan, de Eetmeter, de Kies-ik-gezond-app), app van de cateraars - sommigen ontwikkelen een app met gepersonaliseerde voedingsadviezen, preventiemedewerkers bij de departementen, nudging.

Verwachte impact:

Een gezonder en duurzamer voedingspatroon van de werknemers (volgens de Schijf van Vijf) kan een effect hebben op een betere gezondheid, hogere productiviteit en minder ziekteverzuim van de werknemers en een aantrekkelijker werkgeverschap.

Aanpak:

In het kader van het Nationaal Preventieakkoord zetten we in op gezonde bedrijfsrestaurants bij de Rijksoverheid in 2021 volgens de Richtlijnen Gezondere Kantines. Dit traject loopt, maar ondervindt vertraging door het thuiswerken in verband met Covid-19. Door Covid-19 is er ook extra aandacht voor gezond thuiswerken en het gezond inrichten van het thuishkantoor. In dat kader past de inzet van een app of website waarmee thuiswerkers op het thuishkantoor informatie krijgen over het belang van gezonde en duurzame voeding, en handvatten om dit thuis te realiseren.

Cateraars werken met apps en gepersonaliseerde voedingsadviezen, met platforms waar recepten uitgewisseld worden enzovoort. Ons idee is om daar een optie aan toe te voegen om thuis (lunch)pakketten te bestellen. Op die manier willen we de invloed op de leefstijl van collega's verbreden – vrijwillig natuurlijk. Deze ideeën brengen we in bij het traject voor de ontwikkeling van het hybride werken. We onderzoeken of we samen met een cateraar een pilot kunnen inrichten.

3.3.4 Consumptie uit duurzame landbouw

De productie van voedsel heeft impact op de leefomgeving en draagt bij aan negatieve effecten als klimaatverandering, biodiversiteitsverlies, bodemdegradatie, vervuiling van lucht en water en laag dierenwelzijn. De rijksoverheid zet daarom in op de verduurzaming van de landbouw en ons voedselsysteem. Denk bijvoorbeeld aan kringlooplandbouw, biologische landbouw en natuurinclusieve landbouw. Als voedselproducenten meer volgens duurzame principes gaan produceren, is het belangrijk dat de vraag naar dit voedsel ook toeneemt. De verkoopkanalen van voedsel, zoals catering, spelen hier een rol in. Via de catering van de rijksoverheid zetten we in op een verhoging van de consumptie van duurzamer geproduceerd voedsel. Op deze manier dragen we bij aan een zorgvuldiger gebruik van grondstoffen.

Doel:

Een duurzaam, circulair voedselsysteem.

Draagt bij aan:

Verbeteren van de biodiversiteit, reductie van CO₂-uitstoot, eiwittransitie.

Verwachte impact:

Bewustzijn van gasten en verandering van de consumentenvraag. Er zijn nog geen meetinstrumenten of concrete projecten.

Aanpak:

In de komende maanden werken we verder uit hoe we via de catering de consumptie van voedsel dat op een duurzamere wijze is geproduceerd extra kunnen stimuleren. Bijvoorbeeld op het gebied van aanbod en de voedselomgeving, de sociale norm en/of communicatie. Dit kan zowel gaan om business-to-business interventies als om benadering van de gast.

3.3.5 Reductie van afval en voedselverspilling

De hoeveelheid afval brengen we terug door beter in te kopen, minder te verspillen en grondstoffen meer en beter te hergebruiken.

Doel:

Terugdringen van voedselverspilling, verminderen van het gebruik van wegwerpmateriaal.

Draagt bij aan:

Reductie CO₂-uitstoot, circulaire economie

Instrumenten:

Monitoren voedselverspilling (bijvoorbeeld via Orbisk), diverse pilots om wegwerpmateriaal te vervangen door herbruikbare materialen.

Verwachte impact:

Terugdringen van voedselverspilling levert potentieel een grote bijdrage aan het terugbrengen van de CO₂-uitstoot. Per project berekenen we de potentiële en gerealiseerde impact. Of de vervanging van wegwerpbekers door herbruikbare bekens leidt tot een lagere CO₂-uitstoot is al jaren onderwerp van discussie. Desalniettemin heeft de overheid ervoor gekozen wegwerpmateriaal zo veel mogelijk terug te brengen of helemaal te stoppen.

Aanpak:

Op meerdere locaties van de Rijksoverheid zetten we nieuwe apparatuur in om voedselverspilling te meten en te categoriseren. We vergelijken de resultaten en gaan na of daar algemene conclusies uit te trekken zijn. De verwachting is dat de meting en rapportage op zich al zullen leiden tot aanzienlijke vermindering van de voedselverspilling.

De categorie start in 2021 de 'Weg met wegwerp'-campagne om de hoeveelheid wegwerpmateriaal binnen de rijkskantoren drastisch terug te brengen. In eerste instantie richten we ons op het vervangen van de huidige wegwerpkoffiebekers door herbruikbare bekens. We voeren een aantal pilots uit om te beoordelen wat de beste aanpak is. De voortgang en resultaten van de pilots bespreken we met de klantenraad. Deze campagne zetten we samen met de CDV's op onder de vlag van Denk Doe Duurzaam. Dat levert een herkenbare boodschap op.

3.3.6 Overige doelstellingen

Innovatie

Het vijfde thema uit 'Inkopen met impact' is het stimuleren van innovatie en het zijn van launching customer. Bij onze categorie speelt dit onderwerp in alle acties door. Daarbij innoveren we niet om de innovatie, maar gericht op de andere doelstellingen. Zo was het project Circulaire catering één van de 9 launching customer projecten van Rijkswaterstaat.

Er zijn twee benaderingen van innovatie: het inkopen van innovaties en het toepassen van de innovatieve inkoopmethoden om andere resultaten te boeken. Er is een belangrijk verband tussen deze twee benaderingen. Om producten te kopen die nog niet bestaan, moet je ook de inkoopmethode aanpassen, bijvoorbeeld door innovatiepartnership toe te passen. Het IUC RVO heeft een innovation board ingesteld om aanbestedingen te ondersteunen met deze aanpak. We wijzen twee aanbestedingen aan om innovaties uit de markt te halen.

Aanbesteding monostromen

Een goed voorbeeld van innovatieve inkoop is de strategie van Afvalzorg en Grondstoffenmanagement om afvalstoffen transparanter te kunnen verwerken. Daarvoor besteedt de subcategorie alle 40 verschillende (afval)stromen in haar portefeuille aan in verschillende projectfasen per bewerking. Vraagpartijen, overheid en markt zien deze strategie

als een voorbeeld. We constateren wel dat reguliere afvalbedrijven hierin nog worstelen met hun positie.

De nieuwe contracten gaan in per 1 juli 2022. Zie bijlage 2 voor meer informatie voor aanpak en doelen van deze zogeheten aanbesteding monostromen.

Mkb en start-ups

Een andere doelstelling is om meer mkb'ers en start-ups een kans te geven binnen de rijksoverheidscontracten. Omdat de contracten vaak te groot zijn voor zulke bedrijven, zetten we in op samenwerking. Zo zetten we voor de aanbesteding voeding justitiabelen voor DJI in op samenwerking tussen de cateraar en lokale voedselproducenten en gaat het bij de aanbesteding monostromen vaak om kleine bedrijven en start ups. Bij de 'grote' contracten maken we wat vaker gebruik van de mogelijkheden tot verdeling in percelen.

Ten slotte

De doelstelling uit de afzonderlijke categorieplannen blijven van kracht en het is nu zaak om de impact te monitoren en daarover te rapporteren aan de klantenraad en de eigenaar.

4 Organisatie en Governance

4.1 Taakverdeling en inrichting contract- en leveranciersmanagement

Met name de taakverdeling tussen de centrale en decentrale contractmanager (van de deelnemer) leidt vaak tot discussie. Het Rijk heeft verschillende pogingen gedaan om taken en verantwoordelijkheden binnen categoriemanagement in kaart te brengen. Zo bestaan er meerdere RASCI-schema's (Responsible, Accountable, Supporting, Consulted and Informed), en het VTB-overzicht (verantwoordelijkheden, taken en bevoegdheden) van RWS. Voor de categorie Consumptieve Dienstverlening beoordeelt het Inkoop Uitvoerings Centrum (IUC) EZK, in overleg met het CDI Office EZK/LNV, wat de gewenste taakverdeling is. Dit vormt de basis voor de verdeling van de werkzaamheden binnen de categorie.

4.1.1 Inrichting contract- en leveranciersmanagement

De kern van de uitvoering van contractmanagement is monitoring van de prestaties van de leverancier, daarover rapporteren en bijsturen waar nodig. Door goed in kaart te brengen hoe de leverancier presteert op de beleidsdoelstellingen van de categorie is veel winst te behalen. Vaak is het nodig om extra energie te steken in het nakomen van de afspraken/KPI's (key performance indicators) die in de aanbesteding zijn gemaakt: meten = weten.

De contractmanager van de categorie houdt met behulp van scorecards de prestaties bij aan de hand van relevante (K)PI's. Hij maakt daarover tijdens de gezamenlijke implementatie van het contract nadere afspraken met de leverancier en de deelnemer. Het niet nakomen van afspraken kan grote gevolgen hebben. Na de mogelijkheid tot herstel kan dit leiden tot boetes en in uiterste gevallen tot ingebrekestelling en zelfs ontbinding van het contract.

4.1.2 Kader contractmanagement

De categorie Consumptieve Dienstverlening vertaalt de contractdoelen en beleidsdoelen in uniforme uitgangspunten, die terugkomen in alle overeenkomsten. Dit is verder uitgewerkt in de standaard 'Programma's van Eisen (PvE's) voor de verschillende deelgebieden van de categorie. Hierin staan in ieder geval:

- Uniform vastgestelde resultaatgebieden, als basis voor de KPI's.
- Standaardformats voor het aanleveren van managementinformatie.
- Een standaard overleg- en communicatieschema.

De doelen van de categorie, zoals beschreven in hoofdstuk 3 en de verschillende deelplannen, zijn simpel samen te vatten in twee resultaatgebieden:

- 1 Kwaliteit van de dienstverlening: zijn we als opdrachtgever tevreden met de prestaties van de leverancier en komt deze zijn afspraken na.
- 2 Maatschappelijk verantwoord inkopen: draagt het contract bij aan de beleidsdoelen van het Rijk op dit terrein (zie ook bijlage 5).

Voor beide resultaatgebieden stelt de contractmanager een prestatiescore vast. Die is samengesteld uit de informatie van de leveranciers. Deze prestatiescores komen op een categoriedashboard, dat een overzicht geeft voor de categorie als geheel. De contractmanager rapporteert per kwartaal aan de eigenaar en de klantenraad. Deze opzet ontwikkelen we de komende tijd verder.

4.2 Governancestructuur

De governance van de categorie is op hoofdlijnen vastgelegd in Sturing en Organisatie. De plaatsvervangend secretaris-generaal (pSG; ICBR-lid) van het ministerie van LNV is de eigenaar van de categorie. De eigenaar stelt het categorieplan vast en stelt op basis daarvan de benodigde capaciteit (mensen en middelen) ter beschikking. De strategische klantenraad (i.c. de voorzitter) is de opdrachtgever voor de categorie. Inhoudelijk baseren we het categorieplan op de opdrachten van de klantenraad.

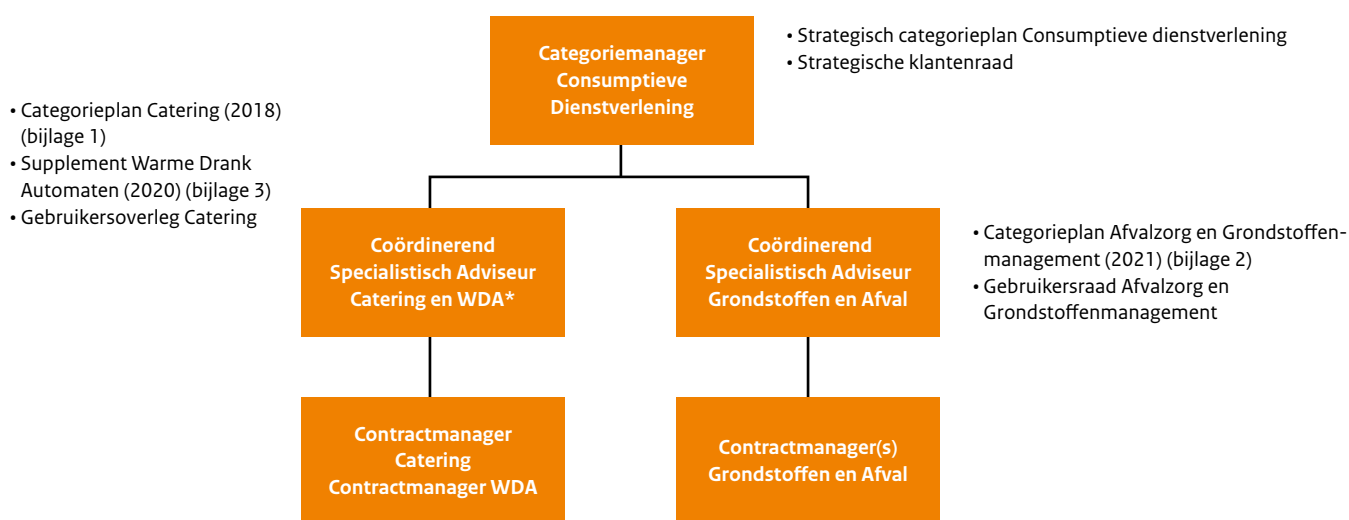
Het eigenaarschap van de nieuwe categorie ligt bij het ICBR lid van LNV, gedelegeerd eigenaar is de CDI van EZK/LNV. De eigenaar heeft de CDI EZK/LNV gemandateerd om namens haar met de categorie afspraken te maken over de uitvoering van het categorieplan. Voorzitter van de klantenraad, dit is het ICHF lid van VWS.

De categoriemanager is opdrachtnemer en uitvoerder van het categorieplan. Hij legt verantwoording over de voortgang af aan de klantenraad en de eigenaar. Bij de uitvoering van aanbestedingen is de categoriemanager opdrachtgever voor het IUC. De categoriemanager stuurt de strategisch contractmanagers op het eigen domein functioneel aan. Omdat de categorie in omvang gegroeid is, zal de categoriemanager meer afstand tot de uitvoering van aanbestedingen en contractmanagement hebben. Hij/zij richt zich naar verwachting meer op de strategische en beleidsmatige aspecten van de categorie. De categoriemanager valt hiërarchisch onder het hoofd IUC EZK/LNV.

De coördinerend specialistisch adviseur is gespecialiseerd in het domein afval en grondstoffen. Hij treedt naar buiten (richting leveranciers en deelnemers) op als verantwoordelijke voor dit domein. Hoewel de eindverantwoordelijkheid onder de categoriemanager valt, kan de coördinerend specialistisch adviseur zelfstandig beslissingen nemen binnen dit domein.

De strategisch contractmanagers vallen onder een teammanager van het IUC. Zij zijn onderdeel van het aanbestedingsteam en vertegenwoordigen daar de categoriemanager en het rijksbrede belang. Daarnaast zijn ze verantwoordelijk voor de weergave van de sturingsstructuur van de contracten na de aanbesteding.

Het IUC levert ondersteuning aan de categorie in de vorm van inkopers en contractmanagers, juridisch advies, inkoopsystemen, contractbeheer en alles wat verder nodig is voor uitvoering van dit plan.



* De categoriemanager vervult ook deze rol

Figuur 4.1: Organisatieschema categorie Consumptieve Dienstverlening

4.2.1 Strategische klantenraad

De klantenraad voor de categorie Consumptieve Dienstverlening is als volgt samengesteld. De samenstelling weerspiegelt de interne organisatieketen van beleid tot eindgebruiker. Ieder lid vertegenwoordigt een deel van de keten en geeft inbreng vanuit het rijksbrede belang. De voorzitter, secretaris en vertegenwoordiger afvalzorg bereiden gezamenlijk de agenda voor. De leden kunnen agendapunten aandragen. De klantenraad ontvangt de stukken voor een vergadering tenminste een week van te voren. De klantenraad komt ongeveer 4 keer per jaar bij elkaar, of zo veel vaker als wenselijk is. Eenmaal per jaar wordt er een gezamenlijke themadag gehouden.

Rol	Organisatie
Voorzitter	VWS
Categoriemanager/secretaris	LNV
Vertegenwoordiger Afvalzorg Rijksoverheid	LNV
Vertegenwoordiger beleid	VWS
Vertegenwoordiger beleid	LNV
Vertegenwoordiger regie/bedrijfsvoering	I&W
Vertegenwoordiger uitvoering	DEF
Vertegenwoordiger LFMO	RWS
(Plv.) vertegenwoordiger LFMO	DJI
Vertegenwoordiger eindgebruikers	EZK/VWS

Figuur 4.1: Organisationschema categorie Consumptieve Dienstverlening

Naast de klantenraad blijven de oude klantenraden (voorlopig) bestaan als gebruikersoverleg Catering en gebruikersraad Afvalzorg en Grondstoffenmanagement. In de bijgesloten deelcategorieplannen staat de samenstelling hiervan. De gebruikersoverleggen ontvangen alle stukken van de strategische klantenraad binnen een maand na de bijeenkomst van de klantenraad of zoveel eerder als de klantenraad daarom verzoekt.

4.3 Communicatie, informatie, rapportages, monitoring, ambassadeurschap

Hieronder wordt eerst ingegaan op de wijze van communicatie, daarna wordt ingegaan op de informatieprocessen en stromen, gebaseerd op de dashboards voor categoriemanagement.

4.3.1 Communicatie

Doelgroepen

In tabel 4.2 staat een overzicht van de doelgroepen voor de categorie, aangepast aan de nieuwe situatie.

Doelgroepen	Nieuwsbrieven	Denkdoeduurzaam
RVO, IUC	X	
Deelnemers, gebruikersoverleg, CDV's	X	
Strategische klantenraad	X	
CDI, eigenaar, CPO	X	
Eindgebruikers gasten		X
Leveranciers, markt		X
Overig		X

Tabel 4.2: Communicatiedoelgroepen

Per doelgroep moet nog een keuze gemaakt worden voor nadere in te zetten middelen. AZ en BZK werken op dit moment aan een nieuw rijksportaal waar inkoop een volwaardige plek op krijgt. Afhankelijk van die uitwerking maken we een keuze voor de andere middelen. De categorie zoekt nog naar ondersteuning (kwalitatief en kwantitatief) voor de communicatie. De categorie zet het gebruik van een nieuwsbrief, zoals de categorie Afvalzorg en Grondstoffenmanagement reeds verspreide, voort. De opzet en indeling van de nieuwsbrieven is afhankelijk van de beoogde doelgroepen.

Hierna beantwoorden we een aantal vragen (7C-methodiek), die de basis vormen voor een communicatiestrategie.

Waar moet communicatie aan bijdragen; informeren, betrekken, consulteren, activeren?

Veel communicatie vanuit de categorie zal vooral gericht zijn op informeren. Antwoord op vragen als: waar houdt de categorie zich mee bezig en wat betekent dat voor u? Omdat ook gedragsbeïnvloeding een belangrijk punt is bij het bereiken van de doelen van de categorie, moet onze communicatie zich daar ook voor een deel op richten.

Hoe stellen we ons op; experts, ambassadeurs?

Verschillende doelgroepen binnen de rijksoverheid vragen van de categorie een expertiserol. Naar de buitenwereld toe vervullen we meer de rol van ambassadeur. We willen laten zien waar we mee bezig zijn en wat we daarin bereiken. We willen anderen meekrijgen op ons pad. Optredens op congressen en in interviews voor artikelen horen daarbij.

Welk frame ondersteunt de communicatie?

Er zijn meerdere invalshoeken. Lekker eten en drinken is een mooi frame om een boodschap in te verpakken. Inkopen met impact biedt ook veel aanknopingspunten. Per onderwerp maken we hierin een duidelijke keuze.

Hoe praat en denkt de doelgroep?

Als het gaat over gezond of duurzaam eten en drinken en consumentengedrag wordt de boodschapper al snel beticht van betutteling. Bij verduurzaming in het algemeen betwisten mensen vaak of een maatregel helpt en of een individuele bijdrage het verschil kan maken. Hier is al veel onderzoek naar gedaan. Voor concrete communicatie-acties op dit terrein schakelen we dan ook experts in. Dat kan overigens ook de leverancier zijn. Een aantal cateraars heeft al iets laten zien op dit front, maar we zijn er nog lang niet.

Welke boodschap vormt de rode draad, het koepelverhaal?

Het verhaal van de circulaire economie is kern van de verbinding tussen de 'oude' categorieën Catering en Afvalzorg. Vermindering van afval en verspilling door de juiste inkoop en hergebruik van ontstaan afval kennen vele toepassingen. Daarbij is het gedrag van onder andere gebruikers, gasten, cateringmedewerkers, schoonmakers, leveranciers een belangrijke succesfactor. Bij de beïnvloeding van deze groepen passen we nudging-technieken toe, om mensen in de

goede richting te bewegen. In de aanbieding van gezonde voeding is deze opzet het meest ontwikkeld. Slogan is daarbij: 'De gezonde keuze is de makkelijke keuze'.

Welke kanalen of middelen zijn er?

- Er komt één nieuwsbrief voor de hele categorie (frequentie 1 keer per 4 maanden?). Deze wordt opgezet met de hulp van communicatie-experts van RVO. Daarnaast blijft de aparte nieuwsbrief voor de eigen doelgroep van AZ&GM met meer specialistische informatie bestaan. Deze is essentieel voor instandhouding van het netwerk.
- Per aanbesteding bepalen we doelgroep en middelen separaat. In sommige gevallen spelen sociale media hier ook een rol, met name LinkedIn.
- Voortgangsrapportage op basis van de dashboards Categoriemanagement en Contractmanagement. De informatie van deze dashboards kunnen we gebruiken om te rapporteren aan de CDI/eigenaar en de klantenraad.
- We richten een samenwerkingsruimte in, waarop we nieuws en actualiteiten kunnen delen.

Wie is de afzender, in veel gevallen niet de categorie

De afzender bij communicatie naar eindgebruikers is vrijwel nooit de categorie. De klant (deelnemer, CDV) bepaalt de communicatie naar haar gebruikers. Dat kan, afhankelijk van de cultuur en timing, verschillen. De categorie vult aan en geeft advies over de implementatie van het beleid. Dat betekent samen werken aan een eenduidige boodschap. Kortom verantwoording communicatie van de klant naar de gebruikers is geen taak van de categorie.

Welke mijlpalen zijn er, kalender van belangrijke momenten?

De mijlpalen sluiten aan bij de afzonderlijke projecten en strategische thema's. Daarnaast gaan we communiceren over belangrijke politieke en beleidsmatige ontwikkelingen die de categorie raken. Op de samenwerkingsruimte zal een item 'nieuws' of 'actueel' beschikbaar zijn.

De ICIA heeft besloten dat alle nieuwe categorieplannen openbaar worden gemaakt. Met behulp van deze plannen kunnen marktpartijen zich voorbereiden op de strategie en werkwijze van de categorie. Op 22 april 2021 heeft ICIA een handreiking hiervoor vastgesteld.

De rijksaanbestedingskalender (RAK) wordt per kwartaal gepubliceerd. Daarop staan de aanbestedingen die de komende 18 maanden in de planning zitten. In de bijlagen staat een overzicht van de huidige contracten en een mogelijke doorkijk van komende aanbestedingen. De inkoopstrategie zoals beschreven in dit plan is op deze aanbestedingen van toepassing. Daarbovenop kunnen de deelnemende organisaties extra wensen of eisen stellen. Dit verschilt per onderwerp en aanbesteding.

Communicatieteam en financiële middelen

Communicatie over en vanuit de categorie loopt via de eigenaar en wordt dus verzorgd door het ministerie van LNV. Er wordt onderzocht of het mogelijk is om afspraken te maken over een vast aanspreekpunt voor de communicatie, waarop de categorie ook regelmatig een beroep kan doen ('trekkingsrecht'). In de begroting is een post opgenomen voor algemene kosten, zoals communicatie.

4.3.2 Rapportages, monitoring, informatiestructuur

Het Directoraat-generaal Overheidsorganisatie (DGOO) heeft opdracht gegeven tot de opzet van een dashboard Contractmanagement. Daarnaast is in opdracht van de DGOO de opzet en het gebruik van het dashboard Categoriemanagement geëvalueerd. Beide spelen een rol in de informatiestructuur van de nieuwe categorie. De categorie neemt actief deel aan de werkgroep voor het dashboard Contractmanagement en wordt opgenomen in de volgende fase van het dashboard.

BZK/DGOO werkt ook aan het dashboard Duurzaamheid, voornamelijk om de doelstellingen uit 'Inkopen met impact' op rijksniveau te monitoren. Voor afval is bijvoorbeeld de KPI restafval een

element uit het dashboard. Bij catering wordt nog gewerkt aan KPI's, bijvoorbeeld met betrekking tot de CO₂-uitstoot van voedsel.

De categorie gebruikt het rijksinkoopregister (RIR) om contracten in te plaatsen en aanbestedingen te vermelden. Van die laatste publiceren we ieder kwartaal een samenvatting. Sinds 1 juli 2020 zijn ook de contractdocumenten in het RIR te uploaden. Voor zover wenselijk maakt de categorie daar gebruik van.

4.4 Capaciteit en budget

Categoriemanagement wordt uitgevoerd met gesloten beurzen, zo is vastgelegd in de ICBR. De eigenaar is verantwoordelijk voor de beschikbaarheid van de benodigde financiële middelen. Het categoriehoudend IUC levert de benodigde ondersteunende capaciteit. Ook de categoriemanager valt hiërarchisch binnen het IUC, maar heeft een onafhankelijke positie, zoals vastgelegd in Sturing en Organisatie.

In tabel 4.3 staan de benodigde capaciteit en kosten. Deze zijn gebaseerd op de middelen van de oude categorieën.

Bezetting en kosten categorie	FTE	Kosten
Categoriemanager	1	
Coördinerend specialistisch adviseur	1	
Contractmanager	3	
Senior inkoopadviseur	4	
Contractbeheerder	0,2	
Contractbegeleider	1	
Aanbestedingsjurist	0,5	
Totaal	10,7	
Personele kosten		€ 1.296.310
Materiële kosten categorie (afval en grondstoffen)		€ 65.000
Materiële kosten categorie (warme dranken en catering)		€ 35.000
Materiële kosten gedeeld met andere categorieën (landsadvocaat)		€ 50.000

Tabel 4.3: Formatie en financiën categorie Consumptieve Dienstverlening

4.5 Randvoorwaarden en risico's

In deze paragraaf bespreken we welke randvoorwaarden vervuld moeten zijn om het categorieplan succesvol te kunnen uitvoeren. Ook melden we welke risico's daarbij bestaan, bijvoorbeeld juridische en organisatorische risico's. En welke maatregelen te nemen zijn om zich eventueel voordoende risico's te voorkomen of te mitigeren.

4.5.1 Randvoorwaarden

Naast het creëren van een nieuwe (fusie)categorie, moet het gewone werk van de afzonderlijke deelcategorieën door blijven gaan. De winkel blijft open tijdens de verbouwing.

Randvoorwaarde is dan wel dat er voldoende capaciteit beschikbaar is voor beide taken.

De nieuwe categorie vraagt een andere verdeling van taken tussen de categoriemanagers en contractmanagers. Er moet ruimte zijn om hier op een goede manier invulling aan te geven.

Verder is een randvoorwaarde dat de ondersteuning vanuit het IUC op voldoende niveau ingevuld blijft.

4.5.2 Risico's en beheersmaatregelen

Het grootste risico voor de categorie is op dit moment de coronacrisis. Naast de enorme teruggang in omzet voor de cateraars en koffieleveranciers, blijft het toekomstperspectief en een goed doordachte toekomstverwachting uit. Op zowel de korte als de middellange termijn is niet helder hoe we met deze diensten om willen gaan. Voor iedereen is wel duidelijk dat we ook in de toekomst minder op kantoor en meer thuis gaan werken. We zullen vooral op kantoor komen om onze collega's te ontmoeten en dat willen we doen in een inspirerende omgeving, met lekkere koffie en catering.

In de speciale coronabijlage bij dit plan presenteren we enkele 'noodgrepen'. Deze zijn te zien als beheersmaatregelen voor zowel aanbestedingen als contractmanagement.

In de klantenraad zijn de volgende risico's besproken:

- Blijvende omzetsdaling vormt een risico voor de contracten en inzet cateraar. Dit vraagt blijvend aandacht van de categorie.
- Duurzame catering komt onder druk te staan. Zo ja, hoe signalen opvangen/acties ondernemen?
- Gebruik (extra) verpakkingsmiddelen vanwege hygiëne kan vragen oproepen met betrekking tot duurzaamheid.
- Afname aanbod vormt een risico voor monostromen van afvalverwerkers, willen zij meer afval verbranden? De contracten zijn momenteel ingericht op het aanbod zonder beperkingen en/of verplichtingen.
- Extra disposables verstrekken (vanwege corona) zal leiden tot hogere afvalkosten en extra kosten voor de schoonmaak (ophalen, transporteren, aanbieden). Het is wenselijk zo veel mogelijk het herbruikbare servies en bestek te blijven gebruiken.

Afvalzorg Rijksoverheid is verantwoordelijk voor al het rijksafval. 91% daarvan komt niet uit de consumptieketen. Doordat Afvalzorg opgaat in deze nieuwe categorie bestaat het risico dat het de link met de andere categorieën gaat missen. Daardoor kan het mogelijk geen invloed meer uitoefenen op andere categorieën en IUC's om duurzamer in te kopen. Dat zou er toe kunnen leiden dat het verwerken van het rijksafval de enige prioriteit wordt.

Dit is te ondervangen door regelmatig afvalrapportages en aanbevelingen in de klantenraad te bespreken. Indien nodig zijn deze door te spelen naar het LFMO, de ICHF en de overleggen van de portfolio's. Ook de nieuwsbrief afvalzorg kan andere categorieën tips geven om meer circulair in te kopen.

Inkoopuitvoeringscentrum voor Economische Zaken en
Klimaat en Landbouw Natuur en Voedselkwaliteit,
Rijksdienst voor ondernemend Nederland (RVO)

Juni 2022