



Wageningen Economic Research | White paper

# Op weg naar duurzame en inclusieve koffieaanbestedingen

10 tips op basis van interviews met pioniers en leveranciers, inkopende partijen en experts binnen de koffiesector

Maartje de Jong en Miriam Vreman  
Juni 2024

## Inhoud

<b>Zuivere koffie op de werkplek?.....</b>	<b>2</b>	Tip 6: Laat ruimte voor inschrijvers om te onderbouwen op welke manier zij aantoonbaar voldoen aan duurzame gunningscriteria.....	5
<b>10 tips voor duurzamere en inclusievere koffieaanbestedingen.....</b>	<b>3</b>	Uitvoeren .....	5
Vorbereiden.....	3	Tip 7: Faciliteer samenwerking tussen inschrijvende partijen.....	5
Tip 1: Doe vooronderzoek en neem de tijd om aanbestedingen vorm te geven.....	3	Tip 8: Beperk, waar mogelijk, de administratieve last in aanbestedingsprocedures .....	6
Tip 2: Betrek expertise bij het formuleren van de uitvraag en de beoordeling van de inschrijvingen .....	3	Tip 9: Blijf doorlopend communiceren over afspraken (prijs, volumes en impact) gedurende de contractduur.....	6
Tip 3: Besteed ingrediënten en services los aan om mogelijkheden te creëren voor mkb en innovatieve samenwerkingen .....	3	Tip 10: Zie aanbestedingen als een mogelijkheid om de impact van duurzame koffie te vergroten.....	6
Uitvragen.....	4	Publicaties van Wageningen Economic Research over verduurzaming in de koffiesector.....	7
Tip 4: Formuleer concrete duurzame gunningscriteria .	4		
Tip 5: Maak een weloverwogen afweging van de gunningscriteria en hun onderlinge weging .....	4		

---

## Zuivere koffie op de werkplek?

### **Koffie is misschien wel het meest exemplarische voorbeeld van een 'office essential'.**

Zolang de koffiemachine werkt, is er niets aan de hand, maar als de koffie op is, niet lekker smaakt, of de machine stuk gaat, dan gaan de alarmbellen af. Juist omdat de beschikbaarheid van koffie meestal als vanzelfsprekend wordt geacht, wordt er vaak niet stilgestaan welke route de koffie heeft afgelegd voordat hij in de koffiemachine terecht is gekomen.

### **De manier waarop koffie geproduceerd, verhandeld en ingekocht wordt, heeft belangrijke consequenties voor de 'eerlijkheid' en 'duurzaamheid' van de koffie op de werkplek.**

Koffie wordt geproduceerd in de tropen in meer dan 50 landen. Tien landen zijn verantwoordelijk voor meer dan 80% van de wereldwijde koffieproductie. Koffie wordt veelal geproduceerd op kleine schaal (door *smallholder* boeren) maar er bestaan ook grootschalige plantagesystemen. De productie en vooral de oogst van koffie zijn arbeidsintensief; veel productiestappen gebeuren nog handmatig. Ook ontstaan er in de verwerkingsstappen die volgen grote hoeveelheden restproducten. De prijzen die boeren doorgaans voor hun koffie ontvangen zijn sterk variërend en relatief laag. Onbedoeld kan het dagelijkse kopje koffie daarom bijdragen aan kinderarbeid, dwangarbeid, of armoede, en aan een hoge afvalberg, CO<sub>2</sub>-uitstoot of ontbossing.

### **Door duurzame koffie in te kopen via aanbestedingen, kan op schaal positieve impact gemaakt worden binnen de toeleveringsketens.**

Als koffie in grote hoeveelheden wordt ingekocht door de overheid of publiekrechtelijke instellingen, gebeurt dit door middel van een aanbesteding. Bij opdrachten boven bepaalde drempelbedragen dient er een aankondiging gedaan te worden, en dient aanbesteed te worden op Europees niveau. Aanbestedende partijen kunnen sturing geven aan de duurzaamheid van ingekochte producten en diensten door specifieke gunningscriteria te hanteren. Maatschappelijk Verantwoord Opdrachtgeven en Inkopen (MVOI) is een belangrijke manier om negatieve externaliteiten te voorkomen en positieve veranderingen te stimuleren. Het houdt in dat aanbestedende partijen verder kijken dan alleen prijs en kwaliteit. Bovendien kan een meerjarige aanbesteding de boer een afnamegarantie bieden waardoor de boer over meer (financiële) ruimte beschikt om verder te investeren in de bedrijfsvoering. Daarnaast vereist nieuwe wetgeving, zoals de *Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)*, *Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD)*, en *EU Deforestation Regulation (EUDR)*, meer inzicht in en communicatie over de sociale en milieurisico's en impact van ingekochte producten.



---

**Om aanbestedingen duurzamer en inclusiever te maken, is ruimte voor een open dialoog nodig, en is het van belang dat er mogelijkheden zijn zodat inschrijvers zich kunnen onderscheiden op duurzaamheidsaspecten.**

Door middel van doorlopende open communicatie over inhoud, impact, kansen en belemmeringen binnen de looptijd van een contract, kunnen dynamischere samenwerkingen tot stand komen. Dit geldt zowel voor samenwerking tussen opdrachtgever en opdrachtnemer(s), als tussen partners van inschrijfcombinaties. Verder biedt het opnemen van

specifieke gunningscriteria een kans voor inschrijvers om zich te onderscheiden op duurzaamheidsaspecten van hun product en bedrijfsvoering. Deze publicatie bevat tien tips om koffieaanbestedingen duurzamer en inclusiever te maken. De tips bouwen voort op de publicatie [Aangescherpte criteria voor de inkoop van koffie namens Nederlandse universiteiten](#) en zijn aangevuld met geleerde lessen uit interviews met koffiepioniers (veelal mkb), koffieleveranciers, inkopende partijen en sectorexperts. De tien tips zijn gerelateerd aan het *voorbereiden*, *uitvragen* en *uitvoeren* van aanbestedingen.

---

## 10 tips voor duurzamere en inclusievere koffieaanbestedingen

### Vorbereiden

#### **Tip 1: Doe vooronderzoek en neem de tijd om aanbestedingen vorm te geven**

Allereerst is het van belang om ervoor te zorgen dat er bij de inkopende organisatie intern voldoende draagvlak is om sociale en milieuduurzaamheidsaspecten mee te laten wegen in de uiteindelijke gunning van een aanbesteding. Zonder dit draagvlak zullen dit soort duurzaamheidsaspecten minder in de uitvraag worden opgenomen. Hierdoor wegen economische criteria (prijs, volume, services) mogelijk zwaar(der) in de beslissing en worden inschrijvende partijen met een specifiek duurzaam profiel minder snel gecontracteerd.

Om inzicht te krijgen in de meest relevante externaliteiten die aan een bepaald product verbonden zijn, is een zorgvuldige verkenning van de markt en toeleveringsketens nodig. Vervolgens is het zaak om opgedane inzichten op te nemen in gunningscriteria, wat vraagt om een doordachte formulering. Hoewel vooronderzoek tijd kost, maakt de inhoud en specifieke formulering van de uitvraag uiteindelijk het verschil hoe aantrekkelijk het is voor potentiële opdrachtnemers om in te schrijven (zie ook tip 4).

*'Ik denk dat je als opdrachtgever je uitvraag zo goed mogelijk in de markt moet zetten zodat ook de duurzame bedrijven een kans maken.'*

#### **Tip 2: Betrek expertise bij het formuleren van de uitvraag en de beoordeling van de inschrijvingen**

De toeleveringsketens van koffie zijn complex: producerende en importerende landen bevinden zich op verschillende continenten en verschillende actoren spelen een rol, zoals boeren, coöperaties, importeurs,

handelaren etc. Deze ketens zijn ook lang niet altijd transparant, en de onderliggende sociale of milieuproblematiek behoort vaak niet tot de algemene kennis. Experts met sector kennis kunnen helpen om de meest relevante externaliteiten voor specifieke productieketens en productielanden te identificeren, zodat deze vertaald kunnen worden in gunningscriteria. Daarnaast kunnen sectorexperts bijdragen aan de beoordeling van de inschrijvingen, bijvoorbeeld als lid van beoordelingscommissies. Zo kunnen inschrijvingen op waarde geschat worden en kan greenwashing tot op zekere hoogte worden voorkomen.

#### **Tip 3: Besteed ingrediënten en services los aan om mogelijkheden te creëren voor mkb en innovatieve samenwerkingen**

Het is gebruikelijk om warme drankenautomaten en ingrediënten (zoals koffie, thee en cacao) in één keer aan te besteden. Veelal worden in dezelfde aanbesteding ook de zogeheten services opgenomen; hieronder vallen het onderhoud, bijvullen, en repareren van machines. Slechts een beperkt aantal aanbieders kan dit gehele pakket van producten en services leveren. Veel midden- en kleinbedrijven (mkb) focussen op één of enkele producten, bijvoorbeeld koffiemelanges of apparaten, waardoor het moeilijk is om het totaalpakket aan te bieden. Daarentegen kan het mkb zich wel onderscheiden op het gebied van duurzaamheid en innovatieve samenwerkingen.

Door bijvoorbeeld het voorfinancieren van koffieapparaten kan het mkb soms alsnog deelnemen aan aanbestedingen, maar het leveren van meerdere diensten kan ook extra financiële risico's met zich meebrengen. Voorbeelden zijn de benodigde voorfinanciering en eventuele boeteclausules indien reparaties niet binnen een vastgestelde termijn worden uitgevoerd. Dit is een behoorlijke aanslag op het budget

van de gemiddelde mkb'er, en daardoor vaak een reden om niet voor een aanbesteding in te schrijven. Door benodigde producten en services los aan te besteden, kunnen diverse partijen deelnemen die zich ieder onderscheiden op specifiek productniveau. Echter, er zal wel een vorm van coördinatie nodig zijn vanuit de opdrachtgever. Een alternatieve mogelijkheid is het stimuleren van samenwerkingsverbanden (zie tip 7).

*'Een 'full operating' eis sluit het mkb bij voorbaat uit.'*

## Uitvragen

### Tip 4: Formuleer concrete duurzame gunningscriteria

Door uit te vragen hoe leveranciers aantoonbaar werken aan het verminderen van negatieve externaliteiten kan een beeld gevormd worden van duurzaamheidsprestaties. Dit kan door te vragen naar de 'echte prijs' (true price) van de koffie, maar in praktijk blijken deze prijzen nu nog lastig onderling vergelijkbaar. Een andere mogelijkheid is om te vragen naar onderbouwing van duurzaamheidsstrategieën en interventies, gericht op het voorkomen en mitigeren van specifieke externaliteiten zoals kinderarbeid en armoede.

#### Voorbeelden van concrete duurzaamheidscriteria

- Vraag inschrijvers naar koopcontracten, waarmee langetermijnrelaties met producenten aantoonbaar zijn.
- Vraag inschrijvers naar de prijsopbouw van de koffie, en naar de aantoonbare prijs die aan de boer betaald wordt.

De concrete verwoording van de uitvraag van de aanbesteding kan bepalen welke aanbieders inschrijven, en hoe zij zich profileren. Het gericht uitvragen van duurzaamheidsaspecten op het niveau van de beoogde duurzaamheidsimpact, biedt pioniers een mogelijkheid om zich te onderscheiden. Door ambitieuze duurzaamheidscriteria op te nemen in de uitvraag, zijn zij in de gelegenheid om duurzaamheid in te zetten als factor voor productdifferentiatie. Te generieke duurzaamheidscriteria kunnen daarentegen greenwashing in de hand werken. Als onduidelijk is welke specifieke duurzaamheidsaspecten belangrijk zijn voor de aanbestedende partij, kunnen inschrijvers duurzaamheidsthema's naar keuze beschrijven. Inschrijvers kunnen bijvoorbeeld refereren naar

certificaten en samenwerkingen gerelateerd aan milieupact, terwijl andere thema's, zoals eerlijke vergoedingen, niet beschreven of geadresseerd worden. Formuleer daarom gunningscriteria op het niveau van de gewenste impact.

*'Je ziet het aan de uitvraag. Aan hoe ze zo'n aanbesteding wordt uitgeschreven, zie je wat voor zo'n [partij] de belangrijke issues zijn.'*

### Tip 5: Maak een weloverwogen afweging van de gunningscriteria en hun onderlinge weging

De verhouding tussen de verschillende gunningscriteria geeft de inschrijver inzicht in het profiel waarnaar een aanbestedende partij op zoek is. De verhouding tussen prijs- en duurzaamheidsgerelateerde gunningscriteria bepalen voor een belangrijk deel welke partijen zich inschrijven voor een bepaalde aanbesteding. Een eerlijke prijs voor duurzaam geproduceerde koffie betekent veelal een hogere prijs dan de reguliere marktprijzen. De manier waarop de diverse gunningscriteria onderling gewogen worden in de aanbesteding heeft daarom impact op dit onderscheidende vermogen. Bij aanbestedingen waarbij het 'prijs'-criterium voor circa 70% meegewogen wordt in de uiteindelijke beoordeling wordt het voor duurzame koffiepieniers vrijwel onmogelijk om te concurreren. Voor veel mkb'ers in de koffiesector geldt dat deelname aan een aanbesteding een aanzienlijke (financiële) investering vereist. Gebaseerd op de match tussen hun onderscheidend vermogen en de aanbestedende tekst, maken zij vooraf een afweging van de kansen die zij hebben om een specifieke aanbesteding te winnen.

Naast de verhouding tussen de gunningscriteria zijn er ook andere manieren om bepaalde gunningscriteria extra kracht bij te zetten in een aanbesteding. Uit de interviews kwamen verschillende mogelijkheden naar voren, denk hierbij aan criteria als knock-outeis te stellen of het hanteren van een fictieve inschrijfprijs. Dit laatste betekent dat door aan duurzaamheidscriteria te voldoen een fictieve korting behaald kan worden. Deze korting wordt vervolgens in mindering gebracht op de inschrijfprijs van de koffie. De opdracht kan zo gegund worden aan leveranciers met de laagste fictieve inschrijfprijs. Een ander voorbeeld dat genoemd werd is het hanteren van een plafondbedrag voor de koffie: hierdoor verschuift de focus naar andere criteria. Het is van belang dat de aanbestedende partijen een weloverwogen afweging maken hoe zij (ambitieuze) duurzaamheidscriteria integreren in hun gunningscriteria om hiermee de juiste leveranciers te bereiken.



### **Tip 6: Laat ruimte voor inschrijvers om te onderbouwen op welke manier zij aantoonbaar voldoen aan duurzame gunningscriteria**

Verschillende respondenten gaven aan dat gunningscriteria vaak als een soort check-box worden gebruikt. De eisen zijn zo opgesteld dat je wel of niet voldoet. Een veel aangehaald voorbeeld is de vraag naar certificering en keurmerken als proxy voor duurzaam ingekochte koffie. Certificering is echter niet altijd een garantie voor duurzaam en eerlijk geproduceerde koffie. Er zit een aanzienlijk verschil in inhoud en kwaliteit van verschillende certificeringsstandaarden. Bovendien is het laten certificeren van koffieproductie relatief duur: voor koffieproductie op kleinere schaal is dit niet rendabel. Koffiepieniers die aantoonbaar streven naar verduurzaming, voldoen niet altijd aan het certificeringcriterium, terwijl zij wel stappen ondernemen om de situatie van producenten te verbeteren. Het ontbreken van certificering kan in sommige gevallen betekenen dat zij niet in aanmerking komen voor aanbestedingen. Door ruimte te laten voor onderbouwing van verschillende duurzaamheidsstrategieën en interventies, kan deelname aan aanbestedingen inclusiever gemaakt worden.

*'[Je moet vooraf] investeren in het schrijven en loopt het risico dat je, ondanks een goed verhaal, toch de boot mist omdat je niet over de gecertificeerde keurmerken beschikt.'*

Het is aan te raden dat aanbestedingen via meerdere kanalen aangekondigd worden dan alleen via Tendersnet. Voorbeelden van andere kanalen zijn LinkedIn, aanbestedingskalender.nl, (vak)bladen of andere websites. Op die manier is er een grotere mogelijkheid dat aanbestedende partijen met de duurzame koffiepieniers in contact komen, en ze elkaars duurzaamheidsambities kunnen versterken.

## **Uitvoeren**

### **Tip 7: faciliteer samenwerking tussen inschrijvende partijen**

Indien een aanbesteding meerdere producten en services omvat, kan het nodig of voordelig zijn dat verschillende partijen samenwerken. Voorbeelden hiervan zijn samenwerkingen tussen leveranciers van koffiebonen en melanges, en partijen die koffiemachines en bijbehorende services verschaffen. Dit kan in Europese aanbestedingen door gezamenlijk in te schrijven als combinatie met één penvoerder, of door middel van onderaannemer(s). Sommige financiële voorwaarden, zoals indexeringsbepaling, kunnen samenwerkingen echter belemmeren.

Door dit in overweging te nemen en aanbestedingen open te stellen voor samenwerkingsverbanden en consortia, zijn innovatieve samenwerkingen mogelijk. Verschillende marktpartijen kunnen samen voldoen aan de uitvraag, het financiële risico spreiden en bovendien kan dit bijdragen aan transparantere communicatie tussen alle betrokken partijen.

---

## Tip 8: Beperk, waar mogelijk, de administratieve last in aanbestedingsprocedures

Voor aanbestedingen gelden vastgestelde procedures, die gepaard gaan met een bepaalde mate van bureaucratie. Hoewel dit tot doel heeft dat de procedures zo rechtvaardig mogelijk verlopen, en oneerlijke concurrentie wordt beperkt, kan dit ook belemmeringen opleveren. Inschrijvers kunnen uitgesloten worden wanneer zij de gevraagde documentatie niet volledig of op de juiste manier invullen. Daarnaast vraagt het een bepaalde schriftelijke finesse om onderscheidende kenmerken helder te communiceren in een vooraf vastgesteld formulier. In tegenstelling tot grote marktpartijen heeft het mkb hier doorgaans geen personeel voor in dienst. Voor partijen met beperkte ervaring met aanbestedingsprocedures vereist dit een aanzienlijk investering, en vormt dit daarmee ook een financieel risico. Aanbestedingsprocedures kunnen inclusiever gemaakt worden door, waar mogelijk, de administratieve last te beperken (zie ook: [Aanbesteden op 3 A4](#) van PIANOo). Een investering in vooronderzoek (tip 1) en het actief onderling uitwisselen van kennis en ervaringen met aanbestedingsprocedures kunnen ook van pas komen.

## Tip 9: Blijf doorlopend communiceren over afspraken (prijs, volumes en impact) gedurende de contractduur

De gemiddelde contractduur van aanbestedingen voor warme dranken is ongeveer 5 jaar, waarbij er soms mogelijkheden tot verlenging bestaan. In deze periode kan aan zowel de vraag- als aanbodzijde veel veranderen. Een hardnekkige aanname is dat het mkb niet in staat is om grotere hoeveelheden koffie te leveren (die aan kwaliteitseisen voldoet). Omdat zij vaak directere relaties onderhouden met hun toeleveranciers, en ze daarmee ook een kleiner aantal toeleveranciers hebben, vergt het enige tijd om leveringshoeveelheden op te schalen, indien daar vraag naar is. Dit kan namelijk inhouden dat er contact gelegd moet worden met nieuwe coöperaties van boeren, en dat er tijd nodig is om de benodigde controles uit te voeren, en tot koopovereenkomsten te komen. Anderzijds kan het mkb juist wendbaarder zijn als het bijvoorbeeld gaat om het produceren van nieuwe koffiemelanges, om aan te sluiten bij specifieke behoeften van afnemers.

Ook kunnen de kostprijs en/of de marktprijs van koffie variëren. Door het vaststellen van onwrikbare prijsafspraken, kunnen leveranciers in de knel komen. Een voorbeeld hiervan is de situatie die ontstaat

wanneer er een maximumprijs geldt die een aanbestedende partij uitbetaalt, terwijl de prijs die aan de boer betaald wordt, verhoogd wordt, naar aanleiding van hogere productiekosten. Een open dialoog ondervangt kwetsbaarheid; hierdoor kan worden voorkomen dat er situaties ontstaan waarin het mkb plotseling niet aan de vraag kan voldoen, of dat marktveranderingen de bedrijfsvoering of het beoogde duurzaamheidsimpact ondermijnen. Doorlopende communicatie kan wederzijds begrip vergroten, zodat samen naar oplossingen voor veranderende omstandigheden gezocht kan worden.

## Tip 10: Zie aanbestedingen als een mogelijkheid om de impact van duurzame koffie te vergroten

Aanbestedingen bieden een kans om de maatschappelijke impact van duurzame en eerlijke koffie te vergroten. Deze conclusie werd zowel door de koffiepioniers (leveranciers) als de inkopende partijen onderschreven. Een meerjarige samenwerking tussen leveranciers en aanbestedende partijen biedt een mate van zekerheid dat bepaalde volumes gedurende een langere periode afgenomen worden. Bijvoorbeeld, bij directe relaties tussen leveranciers en producenten (boeren of coöperaties) zorgen inkoopcontracten ook voor een afnamegarantie aan de aangesloten boeren. Deze afnamegarantie biedt hen vervolgens de mogelijkheid om te investeren in verbetering en/of verduurzaming van de bedrijfsvoering.

Door directe relaties tussen de boeren en de koffieleverancier is deze laatstgenoemde ook in staat een terugkoppeling te geven aan de aanbestedende partij van deze gerealiseerde impact. Op die manier is er over het algemeen beter zicht op onder andere de herkomst van de (ingekochte) koffie, en op de prijs die de boer hier voor ontvangen heeft. Hierdoor hebben aanbestedende partijen meer vertrouwen in de maatschappelijke impact die hun inkoopkeuzes kunnen maken. Duurzame aanbestedingen vereisen een vorm van een overeenkomst tussen de inkopende partij, koffieleverancier en -producenten, waarin samengewerkt wordt om een product te leveren dat aansluit bij de behoeften van alle drie de partijen.

*'We zitten in de impact business, dus hoe meer we weghalen uit onze productielanden, hoe beter. Aanbestedingen zijn daarom interessant en je hebt [voor] een bepaalde termijn zekerheid.'*

---

# Publicaties van Wageningen Economic Research over verduurzaming in de koffiesector

- Jong, M.V. de, Nannes, J.E., Rijn, F.C. van, Vos, B.I. de en Waarts, Y.R. (2023). *Aangescherpte criteria voor de inkoop van koffie namens Nederlandse universiteiten*. (Wageningen Economic Research / White paper; No. 2023-085). Wageningen Economic Research. <https://edepot.wur.nl/633121>.
- Naranjo Barrantes, M.A., Rahn, A.K.K., Arets, E.J.M.M., Berg, J. van den en Berkhout, E.D. (2023). *Deforestation and forest degradation in coffee supply chains*. Wageningen Economic Research. <https://edepot.wur.nl/630209>.
- Vos, B.I. de (2019, Apr). *How to improve sustainability in the coffee supply chain*. Wageningen University & Research. <https://edepot.wur.nl/500258>.
- Vos, B.I. de, Sankara Subramaniam, M.B en Meeusen, M. (2024). *Towards a more sustainable coffee sector: The role of true price and beyond. Identification of the main social and environmental social externalities, as well as recommended interventions that could internalise the externalities*. Wageningen Economic Research. Report 2024-070.
- Waarts, Y.R., Janssen, V., Ingram, V.J., Slingerland, M.A., Rijn, F.C. van, Beekman, G., Dengerink, J., Vliet, J.A. van, Arets, E.J.M.M., Sassen, M., Guijt, W.J. en Vugt, S.M. van (2019). *A living income for smallholder commodity farmers and protected forests and biodiversity: how can the private and public sectors contribute? White Paper on sustainable commodity production*. (Wageningen Economic Research; No. 2019-122). Wageningen Economic Research. <https://edepot.wur.nl/507120>.

Lopend project waarin land, regio- en productspecifieke risicoscores ontwikkeld worden voor 15 mensenrechten en milieuthema's. Het project beslaat 10+ agri-foodketens en >80% van de mondiale productie: [Wageningen Food Views](#).

## Dankbetuiging

We willen onder andere de volgende partijen bedanken voor hun bijdrage aan deze publicatie: MVO Nederland, Gemeente Wageningen, Italian Coffee Company, Zwartekoffie, This Side Up, en Selecta.

Deze studie is uitgevoerd in kader van de publiek-private samenwerking (PPS) *True Price - Van Inzicht naar Actie*.

Dit project ontvangt financiële steun van de Topsector Agri & Food en de Topsector Tuinbouw & Uitgangsmaterialen. Binnen de Topsector Tuinbouw & Uitgangsmaterialen werken bedrijfsleven, kennisinstellingen en de overheid samen aan innovaties op het gebied van duurzame productie van gezond en veilig voedsel en de ontwikkeling van een gezonde, groene leefomgeving.

Foto credits: Shutterstock

---

## Contact & informatie

Maartje de Jong  
T +31 (0)317 48 29 40  
E [maartje.dejong@wur.nl](mailto:maartje.dejong@wur.nl)

Miriam Vreman  
T +31 (0)30 335 82 65  
E [miriam.vreman@wur.nl](mailto:miriam.vreman@wur.nl)

[www.wur.nl/economic-research](http://www.wur.nl/economic-research)

2024-094

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 7.200 medewerkers (6.400 fte) en 13.200 studenten en ruim 150.000 Leven Lang Leren-deelnemers behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.