

## STUDY TIRZA VOSS

+ TEKST JAN BOM + FOTOGRAFIE YONG SRENG EN P+ PEOPLE PLANET PROFIT

# Klimaatneutrale koffie

Mijlpalen kunnen onopgemerkt blijven. Daarom een prijs voor Tirza Voss, die in haar thesis beschreef hoe in Nederland voor het eerst klimaatneutrale koffie op de markt kwam. Van deze innovatieve cross-sectorale aanpak kan iedereen leren.

**W**aar staat die klimaatneutrale koffie dan? Het moet een huismerk van Jumbo zelf zijn. Maar dus niet bij de cups voor de Nespresso-machine. Niet bij de pads. Niet bij de gemalen of ongemalen bonen. Nog een keer de hele rij af. Ineens valt ons oog op de bovenste plank waar twee variëteiten biologische koffie staan. De merknaam van de supermarktketen is heel bescheiden, kleiner nog dan een hele rits aan duurzame keurmerken onder op het pak. Fairtrade staat erbij! Pas op de achterzijde van het pak komt de bevestiging, op een enkele regel: "CO<sub>2</sub>-reductie in de koffieketen en compensatie met emissierechten van Fairtrade boeren."

Ook al is het product nog beter verstopt dan paaseieren in de ballentent van Ikea, Jumbo voert deze bijzondere koffie nog steeds in het assortiment. Net als koffiebrander Peeze, zo blijkt op de website die onderaan het koffiepak staat vermeld. Ook supermarktketen Plus heeft zich inmiddels bij het initiatief aangesloten.

**Met terugwerkende kracht** blijkt de thesis 'Partnering up for Fairtrade Climate Neutral Coffee' die Tirza Voss (1990) over de totstandkoming van een bijzondere partnerschap schreef, in tegenspraak te zijn met een populair vooroordeel: wetenschappers bewijzen wat iedereen allang weet. In het geval van deze prijswinnende scriptie loopt de studie juist



Tirza Voss: "De koffieboeren krijgen een extra vergoeding voor hun koffie om te gaan koken met kooktoestellen die 90 procent minder CO<sub>2</sub> veroorzaken."

flink vooruit op een duurzame praktijk waarin bedrijven, ngo's, overheden en wetenschappers gezamenlijk een nieuw businessmodel ontwikkelen.

De klimaatneutrale koffie mag dan bij de introductie in 2014 misschien geen groot mediaspektakel hebben opgeleverd, de minutieuze beschrijving van de hele operatie die hieraan voorafging is een must voor elk bedrijf dat "branchevreemd" gaat en partnerschappen aangaat met de wil te leren en duurzaam te innoveren.

**Tirza Voss pakt** haar onderzoek naar de klimaatneutrale koffie op bij het proces van ideevorming, beschrijft vervolgens het ont-

wikkelen van een programma tot aan de implementatie en uiteindelijk de fase van commercialisatie. In elke fase krijgt de rol van de van elkaar steeds meer lerende partners aandacht, ook de middelen die ze ter beschikking stellen en het gewicht dat ze in de schaal leggen om deze cross-sectorale samenwerking tot een succes te maken. "Het was voor iedereen een nieuwe stap, ook voor de Fair Trade-organisaties. Er zit nog heel veel potentie in", vindt ze.

**Het zou veruit** het makkelijkste zijn om Tirza zelf te ontmoeten, maar dat is even lastig. Ook tijdens de uitreiking van de KMPG-RSM Sustainability Master Thesis Award kon ze de eerste prijs niet komen ophalen. Nadat ze was

“Er bestond nog geen klimaatneutrale koffie. Dat alleen al was de studie waard”

afgestudeerd stapte ze in het vliegtuig naar Phnom Penh, Cambodja, om verder te werken aan haar eigen ngo, de Stellar Child Care Organization. Ze biedt onderdak aan kinderen in krottenwijken die geen thuis hebben. Bovendien zet ze onderwijsprogramma's op voor kansarme kinderen en hun families. Maar skypen kan altijd, als we er even rekening mee houden dat wanneer het hier 10 uur 's ochtends is, Tirza al om 15.00 uur 's middags leeft. Vanuit Zuidoost-Azië geeft ze aan wat ze toen zo bijzonder vond aan deze casus: “Er bestond nog geen klimaatneutrale koffie. Dat alleen al was de studie waard. Maar vooral de manier van compenseren vond ik interessant. Het werd geen afkoop geregeld met een bedrag ter compensatie aan een of andere organisatie, maar een deel van de opbrengst ging terug naar de koffieboeren zelf. ICCO speelt daarin een belangrijke rol. Deze ontwikkelingsorganisatie coördineert het koffiebos-programma. Dat bestaat onder andere uit de distributie van efficiënte kooktoestellen aan koffieboeren van de Fair Trade koffiecoöperatie OCFUCU. Hiermee wordt de CO<sub>2</sub>-uitstoot met 90 procent verminderd in vergelijking met gewone houtvuurtjes. Door gebruik te maken van het Fair Climate Fund wordt het koffiebosprogramma gefinancierd en de gegenereerde eerlijke carbon credits verkocht. Koffiebranders investeren op hun beurt een bedrag van 0,03 cent per geleverde kilo koffie om de CO<sub>2</sub>-emissies in hun keten te compenseren. Zo doen alle schakels in de keten mee.”

Er is een naam voor deze wijze van compensatie van CO<sub>2</sub>-uitstoot: ‘carbon insetting’, dus compensatie binnen de keten zelf, waarbij de koffieboeren carbon credits verdienen. Voss: “Een ander deel van het koffiebosprogramma bestaat uit bosbescherming. Al met al is het een programma dat zowel sterke sociale als milieucriteria heeft.”

De ngo's Max Havelaar en ICCO konden het over dit plan snel eens worden, maar het bedrijfsleven meekrijgen kostte wat meer moeite. De levensmiddelenmarkt in Nederland heeft nog niet of nauwelijks ervaring met CO<sub>2</sub>-gecompenseerde producten. Voss: “Koffiebrander Peeze werkte van het begin af aan mee. Het bedrijf bedient de zakelijke markt, cafés, hotels, B2B. Er moest een partij bij die de consumentenmarkt bediende. Dat is Jumbo geworden. Dat proces duurde best wel lang, totdat er een reis naar Ethiopië werd gemaakt. De echte situatie van de koffieboeren met eigen ogen zien zorgde voor enthousiasme en een enorme versnelling. In heel korte tijd kon de koffie toen op de markt komen. Max Havelaar verzorgde de meeste publiciteit.” Die bestond uit een koffiekar voor de ingang van de Persgroep (Volkskrant, Trouw, Parool) en Sanoma, die onder andere de Linda, Libelle en Margriet uitgeeft.

**Met haar studie leverde** Tirza de winnende scriptie van MSc-studenten van de Rotterdam School of Management (RSM). Jan van den Herik, voorzitter van de jury en directeur van strategie en innovatie bij KPMG, onderstreepte het belang van de thesis van Voss: “Dit is echt belangrijk voor verdere duurzame ontwikkelingen. De volgende stap in de verbetering van de duurzaamheid zal niet binnen een bedrijf of sector te vinden zijn, maar tot stand komen door samenwerking van verschillende sectoren door middel van cross-sector partnerschappen. Dit proefschrift biedt een solide basis voor partijen om nieuwe sector overschrijdende samenwerkingsverbanden te verkennen en te leren van de handige, uitgebreide en praktische checklists.” ■

[tirza.voss@gmail.com](mailto:tirza.voss@gmail.com)  
[www.rsm.nl/sustainability-forum](http://www.rsm.nl/sustainability-forum)  
[www.maxhavelaar.nl/wat\\_is\\_klimaatneutrale\\_koffie](http://www.maxhavelaar.nl/wat_is_klimaatneutrale_koffie)



## WAT ZEGT DE WETENSCHAP OVER CROSS-SECTORALE SAMENWERKING?

In haar thesis verzamelde Tirza Voss heel zorgvuldig bevindingen van wetenschappers over cross-sectorale coalities. De toegevoegde waarde van Voss: hoe leiden zulke samenwerkingsverbanden van bedrijven, ngo's en overheden tot duurzame innovatie?

“Toegang tot bronnen van kennis en input van lokale expertise zijn de belangrijkste voordelen van cross-sectorale partnerschappen.”  
 Huijstee et al, 2007

“Het is belangrijk een cross-sectorale samenwerking te beginnen met een gedeelde visie.”  
 Gray & Stites, 2013

“In vergelijking met gewone innovaties is het hebben van een netwerk voor eco-innovaties erg belangrijk, vooral voor de ontwikkeling en het succes in de markt.”  
 Halila en Rundquist, 2011

“Door cross-sectorale partnerschappen kan het nastreven van een duurzame impact en het bereiken van een transformatie, het hoofddoel van deelnemende ngo's, ook een centrale strategie voor deelnemende bedrijven worden.”  
 Austin en Seitandini, 2012

De thesis is te downloaden van de website van P+ [www.p-plus.nl](http://www.p-plus.nl) (zoekfunctie: Tirza Voss)

## NAAR HET RSM SUSTAINABILITY FORUM 2017?

Ook volgend jaar wordt tijdens het RSM Sustainability Forum weer een thesis bekroond. Het Forum is een jaarlijks evenement over duurzaam ondernemen van de Rotterdam School of Management (RSM), de bedrijfskundige opleiding van de Erasmus Universiteit. Deelnemers zijn bedrijven, ngo's en overheden, plus natuurlijk studenten, wetenschappers en alumni. Geïnteresseerde organisaties of individuen kunnen contact opnemen met dr. Frank Wijen. [fwijen@rsm.nl](mailto:fwijen@rsm.nl)