

Op de goede weg

Een rondetafelgesprek over (Europese) aanbestedingen in de schoonmaakbranche

Aanbestedingen. Europees of niet, iedereen heeft er de mond vol van. Of de buik van vol, dat kan ook. Maar wat zou er moeten veranderen, wil het in de toekomst beter worden? Of is het goed zoals het is? PS organiseerde een rondetafelgesprek met als gespreksleider Sjaak van 't Wout, die de deelnemers een aantal stellingen over aanbesteden voorlegde.



Sjaak van 't Wout: 'Kortdurende contracten leiden tot kwaliteitsverlies: de aannemer heeft geen baat bij het leveren van kwaliteit, hij raakt de opdracht toch weer kwijt.'

Octavia Siertsema, inkoper bij gemeente Amersfoort is het daar niet volledig mee eens. Siertsema: 'Het is mede afhankelijk van wat je "kort" noemt. Bij de gemeente zijn we verplicht een contract vijf jaar te laten duren. Ik vind dat in principe niet kort. Maar ik verwacht wel vanaf dag één kwaliteit geleverd te krijgen, daar betaal ik voor. Wij zullen daarom ook nooit een contract aangaan voor de laagste prijs – dan kun je geen kwaliteit verwachten.'

Meia Meegens, hoofd Facilitaire Dienst bij Rivas, vindt contracten van vijf jaar ook niet kort. 'Een contract van een of twee jaar zou ik "kort" willen noemen. Dan zou het kunnen dat bedrijven onder de prijs gaat zitten, waardoor je minder kwaliteit geleverd krijgt. Als dat echter voor vijf jaar gebeurt, is het wat minder leuk.' Ron Steenkuijl, directeur Marketing en Sales bij Asito, is het ook niet geheel eens met de stelling van Van 't Wout. Wel begrijpt hij waarom de verleiding misschien groot is voor schoonmaakbedrijven om minder hun best te doen. 'Het huidige aanbestedingsprincipe maakt dat bij een hergunning de relatie tussen opdrachtgever en schoonmaakbedrijf er niet meer toe doet. Je hebt maar twintig procent kans dat je een heraanbesteding gegund krijgt en dat is dan afhankelijk van het feit of je in het bezit

bent van de juiste dossiers. Daarom zou het kunnen dat een schoonmaakbedrijf bewust slechter gaat leveren. Maar daar sta ik absoluut niet achter.'

Niels Staverman, manager aanbestedingen bij Hectas vertelt dat Hectas niet meedoet aan aanbestedingen met een contractduur van twee jaar en korter. 'Ik kom regelmatig aanbestedingen tegen met een contractduur van één à twee jaar. Aan aanbestedingen van zo'n korte duur doen wij niet mee. In zo'n korte periode is het moeilijk je investeringen voor materialen en machines terug te verdienen.' Steenkuijl knikt: 'Ik vind een schoonmaakcontract van vier vaste contractjaren de beste vorm.' Staverman is het hiermee eens en prefereert naast vier vaste contractjaren ook minimaal twee optiejaren.

Van 't Wout: 'De juridisering van aanbestedingen is een slechte zaak.'

Steenkuijl onderschrijft deze stelling. 'Aanbesteden is als een proefwerk maken. Je moet gewoon zorgen dat je alle vragen "goed" beantwoordt. Daarom zie je het vaak gebeuren dat als een schoonmaakbedrijf een opdracht niet gegund krijgt, zij op zoek gaat naar een mogelijke fout die de aanbestedende dienst heeft gemaakt in de gehele procedure. Ook bij Asito bekijken wij bij substantiële aanbestedingen met onze juristen of de aanbestedende dienst fouten gemaakt heeft om te bezien of wij dit vervolgens willen aanvechten. Vooral bij bestaande

opdrachtgevers.' Hij vervolgt: 'Wij vinden dit zeker niet leuk om te doen, maar grote opdrachten verliezen terwijl je wel een goede prijs en kwaliteit aanbiedt, maar verliest op basis van de weging van gunningscriteria, is ook niet echt prettig.'

Siertsema haakt hier op in: 'Ik snap dat bij grote schoonmaakbedrijven dit soort juridische afdelingen zijn ontstaan, maar eigenlijk vind ik het een slechte zaak. Ik denk dat het een betere oplossing zou zijn als er minder wet- en regelgeving zou komen. Nu komen er zelfs alleen maar meer voorschriften bij, die ons van de regen in de drup helpen.'

Van 't Wout: 'Het fenomeen aanbestedingen is in principe in het leven geroepen om te zorgen dat er meer "transparantie" in de markt zou komen. Maar gaat het hier niet gewoon om het geld?'

Meegens schudt stellig haar hoofd. 'Nee, ik ben van mening dat de aanbestedingen er zijn voor de transparantie van de markt. Je bent immers verplicht om goede gunningcriteria neer te leggen, anders komt er niets op gang.' Steenkuijl vult aan: 'In eerste instantie is er niets mis met de Europese aanbestedingen, maar doordat de gunningcriteria zó zijn gespecificeerd, gaan de bedrijven strategisch inschrijven. Door deze enorme verfijning duw je schoonmaakbedrijven gewoonweg in een fuik.' Steenkuijl kan uit eigen ervaring vertellen dat Asito op een gegeven moment ook gedwongen werd daaraan toe te geven. 'In het begin weigerde Asito aan deze praktijken mee te doen. Totdat we

inzagen dat daardoor alle opdrachten naar onze concurrenten gingen. Toen hebben we ons beleid omgegooid en ondertussen is de hele sector bezig met "strategisch inschrijven". We hebben elkaar in de wurggreep.'

Van 't Wout filosofeert hier op door: 'Hoe is het zo gekomen? Wie stellen deze regels op? Zijn dat de klanten, vaak bijgestaan door de adviesbureaus? Gaan de makelaars dan teveel uit van theoretische modellen en zijn daarmee schone werkplekken niet meer bereikbaar?'

Deze mening deelt Steenkuijl absoluut niet. 'De gemiddelde makelaar heeft een realistisch beeld van wat wel en wat niet kan en daarom stellen ze ook goede bestekken op. Alleen de opkomst van de gunningcriteria – dat is geen goede ontwikkeling. Hoewel ik moet toegeven dat de laatste tijd, gelukkig, de aanbestedende diensten hun gunningcriteria iets bijstellen.'

Van 't Wout: 'Meestal zijn die offertes één grote brei van verhalen. Er wordt veel toegezegd, maar wordt er uiteindelijk gecontroleerd of het schoonmaakbedrijf zich hier wel aan houdt?'

Volgens Steenkuijl hangt dit van het schoonmaakbedrijf af. 'Als schoonmaakbedrijf kan je ook met je klant om tafel gaan zitten met de managementrapportage en vragen: "Op welke punten kunnen wij de dienstverlening verbeteren?". Dan is het niet de



bedoeling dat het gaat over details als een “overgeslagen prullenbak op de derde etage”, maar meer dat er bijvoorbeeld wordt gekeken naar het ziekteverzuim. Of een overweging om een aantal taken over te hevelen naar de dagschoonmaak of dat sommige regietaken in het vaste budget opgenomen worden.

Van 't Wout: ‘Waarom lukt het dan niet om de aanbestedingsregels te vereenvoudigen?’

Siertsema: ‘Het is lastig om wet- en regelgeving te veranderen. Ik denk dat de schoonmaakbedrijven onderling eens moeten gaan kijken. Ze gunnen elkaar het licht in de ogen niet en dat is geen goede zaak.’ Steenkuijl valt haar bij: ‘Door de manier waarop de gunningcriteria nu worden opgesteld, worden de schoonmaakbedrijven wel gedwongen strategisch in te schrijven. We lopen elkaar voor de gek te houden. De opdrachtgevers zouden het ons makkelijker moeten maken door minder regels op te stellen.’

Van 't Wout: ‘Het huidige aanbestedingsbeleid is indirect discriminerend voor het middenbedrijf - het overgrote aantal gunningen gaat naar de grote organisaties, vooral omdat de middenbedrijven niet aan de gestelde criteria kunnen voldoen.’

‘Schoonmaakbedrijven gunnen elkaar het licht in de ogen niet’

Door deze onverkort te handhaven, ook als het niet zinvol of noodzakelijk is, discrimineren de aanbestedende diensten de kleinere bedrijven.’

Siertsema denkt daar anders over: ‘In het geval van de gemeen-

te Amersfoort is het niet zo dat al het schoonmaakwerk naar één (groot) schoonmaakbedrijf gaat. Wij hebben ook panden aan enkele kleinere schoonmaakbedrijven gegund.’ Steenkuijl vraagt zich af waar de ‘discriminatie’ begint: ‘Als je als aanbestedende dienst om (te) grote referenties vraagt kan een mkb-bedrijf hier vaak niet aan voldoen, wat indirect discriminerend kan zijn voor het mkb-bedrijf. Dat is namelijk vaak niet haalbaar. Maar wat Europese aanbestedingen betreft: het is een feit dat kleine bedrijven meestal onvoldoende capaciteit hebben om op een goede intensieve wijze met Europese aanbestedingen bezig te zijn. Asito heeft bijvoorbeeld zelfs tekstschrijvers in dienst die de aanbestedingenvragen op exact de juiste en gevraagde manier kunnen beantwoorden. Voor een mkb-bedrijf is dat te duur en eigenlijk is dat jammer.’

Siertsema: ‘Ik denk dat het ook wel met de aanbestedende dienst te maken heeft. Als zij wil, kan zij natuurlijk de criteria naar beneden bijstellen zodat je een klein schoonmaakbedrijf wél kan bereiken.’ Meegens is het daar mee eens: ‘Als een

aanbestedende dienst hiertoe niet bereid is, kan het ook een excuus zijn om zo van het schoonmaakbedrijf “af te komen.” Met andere woorden: de relatie schoonmaakbedrijf – opdrachtgever is toch van fundamenteel belang, in tegenstelling misschien tot de opmerking die wij eerder in dit gesprek hoorden. Uiteindelijk zijn het ook de opdrachtgevers die een beslissing nemen en niet, waar sommigen zich nog wel eens achter verschuilen, de adviesbureaus.’

Staverman denkt dat het niet aan de adviesbureaus ligt, dat mkb-bedrijven vaak de opdracht niet gegund krijgen. ‘Meestal draait het om de gunningcriteria. Deze zijn niet op die manier opgesteld dat ook kleine schoonmaakbedrijven een kans krijgen. Zij doen slechts een aantal keer paar jaar mee en kunnen zodoende niet sturen op benchmarking en analyses, wat de grote schoonmaakbedrijven wel kunnen.’ Steenkuijl: ‘Het kan natuurlijk gebeuren dat je afgaat op het advies van de makelaar. Daar is een adviesbureau natuurlijk voor en veel schoonmaakbedrijven hebben deze expertise zelf niet in huis. Maar wat ik wel merk, is dat er een verschuiving optreedt. Het gaat nog niet helemaal soepel, maar adviesbureaus gaan nu zelf nadenken wat ze aan het probleem van de gunningcriteria kunnen doen. Ik durf wel te stellen dat het einde van het strategisch

‘Het einde van het strategisch inschrijven is in zicht’

inschrijven in zicht is.’ Staverman: ‘Ik hoop het. Maar ik denk dat je wel gelijk hebt. Een aantal adviesbureaus begint de strategie te veranderen. Ik vind dit een positieve ontwikkeling voor de markt. Als schoonmaakbedrijf hebben

wij regelmatig het initiatief genomen om in gesprek te gaan met adviesbureaus en ideeën te bespreken om het anders te doen. En inderdaad, er valt langzamerhand een nieuwe tendens te bespeuren.’

Steenkuijl: ‘Dat klopt. Je ziet het bijvoorbeeld al aan het groeiend aantal open vragen dat wordt gesteld bij het gunningsdeel.’ Wat de toekomst betreft hoopt Steenkuijl dat het ‘aan de bovenkant van de branche’ er wat minder ingewikkeld aan toe zal gaan. ‘We maken uiteindelijk nog steeds gewoon schoon. Dat we zo ingewikkeld bezig zijn met aanbestedingen – daar moeten we mijns inziens vanaf.’ Hij vervolgt: ‘Ik denk ook, door een mogelijk tekort aan personeel in de toekomst, dat schoonmaakbedrijven bij een blijvende prijsdruk meer en meer gaan bepalen, waarze willen gaan schoonmaken. We kiezen dan liever voor bedrijven die bereid zijn een faire prijs te betalen, dan bijvoorbeeld voor een opdrachtgever met veel dislokaties die voor de laagste prijs wil inkopen. Dat is in relatie tot de prijs organisatorisch dan niet interessant.’