

Keuze intermediair bepaalt schoonmaakkosten!?

Wie verwacht dat de offertes van schoonmaakbedrijven in een Europese aanbestedingsprocedure op basis van dezelfde uitgangspunten gelijk zijn, komt in de praktijk vaak bedrogen uit. Hoewel de Europese wetgeving op het gebied van aanbesteding zou moeten voorzien in transparantie, volkomen concurrentie en dus gelijke prijzen van schoonmaakbedrijven, blijkt dit in de praktijk niet het geval te zijn. Het is mogelijk dat bij een Europese schoonmaakaanbesteding op basis van dezelfde uitgangspunten, zoals gebouwgrootte en schoonmaakprogramma's, er toch nog prijsverschillen van schoonmaakbedrijven optreden tot wel 20 procent! **JAN HALFMAN***

Oorzaak hiervan is niet zozeer het kwaliteitsverschil tussen de meedingende schoonmaakbedrijven, maar het feit dat er nog steeds schoonmaakadviesbureaus zijn die de gunning baseren op een voorcalculatie. En dat is volgens jurisprudentie van de Europese wetgeving - het Hof van Leeuwarden heeft daar onder andere een uitspraak over gedaan - niet toegestaan. Tijd om de noodklok te luiden.

Onerlijke concurrentie

Een toenemend aantal schoonmaakbedrijven neemt de gelegenheid te baat om bij afwijzing in een aanbestedingsprocedure te reclameren bij het schoonmaakadviesbureau dat de aanbesteding begeleidt: drie jaar geleden wensten slechts twee tot drie van de vijftien partijen na een afwijzing een persoonlijke toelichting op de beoordeling. Nu zien we dat dertien van de vijftien inschrijvers uitleg willen hebben. Op zich is daar niets mis mee, want ieder schoonmaakbedrijf wil

graag weten waarom de keus uiteindelijk niet op hem is gevallen. Dus is het logisch dat je informeert naar de reden waarom je op bepaalde onderdelen minder heb gescoord dan het bedrijf die de opdracht uiteindelijk gegund is.

Wat opdrachtgevers zich niet goed realiseren, is dat het verstrekken van die informatie door adviesbureaus, de schoonmaakbedrijven in de kaart spelen. Want met die informatie kunnen ze hun kansen vergroten om bij de volgende Europese aanbesteding beter te scoren. Op basis van de informatie die schoonmaakbedrijven van het adviesbureau krijgen, kunnen schoonmaakbedrijven vrij gemakkelijk een inschatting maken wat de prijs zou moeten zijn op basis van de voorcalculatie. Schoonmaakbedrijven proberen hun kansen om de opdracht te verwerven te maximaliseren. Op zich een logische manier van werken. Dit maakt echter dat de keuze van het adviesbureau bepalend is voor de prijs die de opdrachtgever moet betalen voor schoonmaak!



Jan Halfman, directeur van Masterkey-Plus: 'Doordat alle gegevens geautomatiseerd worden verwerkt, kunnen inschrijvers volstaan met maximaal 5 A4'tjes om hun aanbieding in juridisch opzicht dicht te timmeren in plaats van meterslange dossiers.'

De meeste opdrachtgevers realiseren zich niet, dat met de keuze van het adviesbureau, de prijs van de schoonmaakdiensten al grotendeels is bepaald!

Eigen gunningcriteria

Wij zijn van mening dat opdrachtgevers en adviesbureaus de markt zijn werk moeten laten doen, want de belangrijkste uitgangspunten van Europese aanbesteding zijn immers vrije marktwerking en non-discriminatie. Adviesbureaus zouden er daarom ook beter aan doen de gunningcriteria door

de opdrachtgever, op basis van een aanbesteding van gebouwen met een oppervlakte van 40.000 vierkante meter, gemakkelijk 80.000 euro kunnen besparen. Tel uit je winst. Opdrachtgevers zouden zich dus veel geld kunnen besparen door het goede adviesbureau te selecteren.

Open en transparant

Veel opdrachtgevers realiseren zich niet dat de keuze van het adviesbureau bij voorbaat van invloed is op het uiteindelijke bedrag dat opdrachtgevers voor schoonmaakdiensten moeten betalen.

Schoonmaakbedrijven proberen hun kansen om de opdracht te verwerven te maximaliseren

de opdrachtgevers te laten bepalen, waardoor de voorspelbaarheid van de wijze van gunning wordt geminimaliseerd. Alleen op die manier krijg je een transparante markt. Het voordeel hiervan is bovendien dat je echte prijsconcurrentie krijgt.

Rekenvoorbeeld.

Op basis van hun eerdere ervaringen weten aanbidders precies hoe de verschillende adviesbureaus inschrijven. Stel dat voorcalculatie in het verleden heeft opgeleverd dat het gemiddelde schoonmaakuurtarief (verreken tarief) voor de aanbesteding 20 euro bedraagt. Dan kan het schoonmaakbedrijf, naar aanleiding van de informatie die het heeft vergaard bij het adviesbureau, hier heel gemakkelijk op inspelen. De aanbieder kan zijn winstkansen zelfs spreiden, door bij het ene adviesbureau in te schrijven voor het bedrag van de voorcalculatie, waarbij dat bij een ander adviesbureau niet kan. Bij een voor iedereen even transparante markt kan het wel eens zo zijn, dat er schoonmaakbedrijven zijn die inschrijven voor een uurtarief dat ruim onder het tarief van de voorcalculatie ligt. Uitgaande van een verschil van 20 procent tussen een aanbesteding door adviesbureau A en adviesbureau B (op basis van dezelfde uitgangspunten) zou

Dit is voornamelijk het geval wanneer een adviesbureau het systeem van voorcalculatie hanteert, waardoor de uurtarieven en daarmee ook de totaalprijzen substantieel hoger uitvallen dan wanneer de markt haar werk doet. Dat laatste is voor ons als intermediair ook de belangrijkste reden geweest om een geavanceerder beoordelingstechniek te ontwikkelen: een systeem dat de opdrachtgevers volledige vrijheid biedt in de keuze van beoordelingselementen en de weging die men aan deze onderdelen wenst mee te geven. In het bestek worden alle beoordelingscriteria vermeld, waardoor iedere inschrijver vooraf weet waarop hij beoordeeld wordt en optimale transparantie is gegarandeerd.

Om de marktwerking volledig tot zijn recht te laten komen, zal de beoordeling en uiteindelijk ook de gunning volgens dit systeem afhankelijk zijn van de aanbiedingen van de verschillende schoonmaakbedrijven. Het systeem is gebaseerd op een open en transparante beoordeling. Bij iedereen die zich inschrijft zijn de gunning- en beoordelingscriteria vooraf bekend. Voor aanbidders heeft het dan ook niet zo veel zin om achteraf een evaluatiegesprek met opdrachtgever of adviesbureau te houden. Extra bijkomstig-

heid is dat opdrachtgevers dan ook geen vergoeding voor extra dagdelen verschuldigd is.'

Effect goed adviesbureau

In opdracht van aanbestedende organisaties kunnen wij de beoordeling van inschrijvers zowel procesmatig als softwarematig dusdanig efficiënt verwerken, dat de opdrachtgevers geen onnodige tijd kwijt zijn aan het beoordelen van de kwaliteit van de meedingende partijen. We zijn dan ook van mening dat de toegevoegde waarde van een schoonmaakadviesbureau ligt in haar vakspecifieke expertise. En niet om inschrijvende partijen te beoordelen of met hen te corresponderen over de gunning.

Juist doordat alle gegevens geautomatiseerd worden verwerkt, kunnen inschrijvers volstaan met maximaal 5 A4'tjes om hun aanbieding in juridisch opzicht dicht te timmeren in plaats van meterslange dossiers aan te leggen. Zelf investeren we als adviesbureau ook veel tijd in het bestuderen van alle aanwezige jurisprudentie op het gebied van het aanbesteden van schoonmaakprojecten. De adviseurs gaan iedere maand op cursus om de jurisprudentie in het vakgebied bij te kunnen houden. In Europese aanbestedingstrajecten worden, zonder dat opdrachtgevers daar weet van hebben, veel procedurefouten gemaakt. Dat kan je als opdrachtgever duur komen te staan. Tel daarbij op dat deze ook nog eens een heleboel geld kan besparen door zelf de gunningcriteria op te stellen en het effect van een goed adviesbureau is zonneklaar. " "

*drs G.J. Halfman is directeur van Masterkey-Plus BV, Apeldoorn

(Advertentie)

DE STANDAARD IN MICROVEZEL



GREENSPEED®

Voor België BOMA 03 - 231 33 89 www.boma.be