

## Aanbesteding schoonmaakdiensten

# Niet klagen, maar poetsen

Voorheen klaagde iedereen altijd over het weer, maar sinds er wordt aanbesteed lijkt de schoonmaak er een patent op te hebben. Het is de hoogste tijd voor een meer constructieve houding van aanbesteder en inschrijver. **SACHA WILDEBOER EN LUDO HUISMAN\***

**A**ls er één dienstverlenende branche is waar het aanbesteden is ingeburgerd, dan is dat wel de schoonmaaksector. Bovendien leent juist deze sector zich door het grote aantal schoonmaakbedrijven, circa 4500 bedrijven van heel groot tot heel klein, voor aanbesteding. Dan zou je ook verwachten dat beide partijen, aanbesteder én inschrijver, goed op elkaar zijn ingespeeld, met elkaar kunnen lezen en schrijven.

### Ach en wee

In de praktijk is dat echter geenszins het geval. Over en weer is het gewee- klaag niet van de lucht. 'De kosten van aanbesteden zijn belachelijk hoog. Door de extreme eisen vallen we altijd buiten de boot. Aanbesteden is één grote loterij. Waar is de mens gebleven? We worden als een citroen uitgeknepen. Alleen de grote jongens krijgen de mooie opdrachten, terwijl wij het met de kruimels moeten doen', dat zijn zo de klachten die je hoort bij de schoonmaakbedrijven. De aanbestedende diensten op hun beurt hebben ook zo hun grieven. 'Inschrijvers lezen de bestekken slecht. Ze doen expres moeilijk over de gestelde eisen. Niet één keer hebben wij een bestek gezien met een echt op onze situatie geschreven tekst. Offertes zijn tenenkrommend knip- en plakwerk. En regelrecht irritant zijn de site visits, waar je er als aanstaande klant gewoonweg als joker bijstaat omdat de verkopers vooral met elkaar bezig zijn.'

### Basisafspraken

Nu is altijd maar klagen niet alleen weinig professioneel, maar ook een verspil-

ling van tijd en energie. Aanbesteders en schoonmaakbedrijven zouden een aantal constructieve basisafspraken moeten maken over de manier waarop ze zaken met elkaar willen doen. Uiteraard geen prijsafspraken, maar gedragsregels waarmee men op een prettige, volwassen manier zaken kan doen en zo een win-winsituatie creëert. Zo zou een uitgangspunt van de aanbestedende dienst kunnen zijn, dat deze de inschrijver niet meer dwingt zich te conformeren aan hobbymatig gefabriceerde calculatiespreadsheets

vol met formulefouten en verouderde kengetallen. Laat het schoonmaakbedrijf zelf zijn calculatiemethode kiezen. De beoordeling kan vervolgens plaatsvinden op basis van een beperkt aantal harde uitkomsten: schoonmaakuren, uren leiding en tarieven. Daarmee krijgen inschrijvers niet alleen meer ruimte om zich te onderscheiden maar maken ze ook minder kosten om een goede offerte op te stellen.

Aan de andere kant krijgen de inkoopers betere aanbiedingen en verbreden zij zo

hun marktkennis. Een voor beide partijen profijtelijke situatie dus. Daarnaast zouden aanbestedende diensten op moeten houden met het hanteren van naar onze mening verzochte beoordelingscriteria, zoals de *proof of concept*. Deze schoonmaaktest geeft toch slechts een momentopname? Tenslotte zou men beter na moeten denken over wat men vraagt. Wie gaat er nu echt een jaarverslag doorworstelen?

### Meer begrip

Een mooi uitgangspunt voor de inschrijvers is dat zij zich eens meer verdiepen in de plichten van de aanbestedende diensten omtrent Europese aanbesteding. Al is het alleen maar om begrip te krijgen voor de eisen die aanbestedende diensten aan hen stellen. Zo is een check op de financiële gezondheid van de inschrijver helemaal niet zo vreemd. Dat doen bedrijven die met elkaar in zee gaan per slot van rekening ook. Er zijn genoeg praktijkvoorbeelden te noemen van schoonmaakdienstverleners die omvallen omdat ze geen gezonde financiële basis hebben. Stelt u zich eens voor dat zoiets gebeurt bij een aanbestedende dienst. Dan is iedereen opeens weer een belastingbetalende burger, en is het geklaag over het geldverspillend gedrag van de overheid niet van de lucht. Als omzetkopers worden geweerd en hun offertes op gelijke basis worden beoordeeld, is dat uiteraard in het voordeel van de financieel solide inschrijver.

### Zelfde schuitje

Waar met name door de schoonmaakbedrijven veel over wordt geklaagd, is het prijskaartje dat aan openbare aanbesteding hangt. 'Te hoog, en niet eerlijk verdeeld', wordt vaak geroepen. Nu gelden het vele werk en de hoge kosten van Europese aanbesteding niet alleen voor de inschrijvers. Ook de aanbestede-

Voor de schoonmaakbedrijven is er veel concurrentie in de kleine vijver met klanten.



dende diensten moeten meer tijd, geld en energie in het inkoopproces steken dan hen lief is. Aanbesteder en inschrijver zitten dus in hetzelfde schuitje. Juist daarom is het maken van goede afspraken over hoe met elkaar om te gaan van belang. Want zo kun je niet alleen effectiever, maar ook efficiënter aanbesteden.

Tot slot nog de veelgehoorde klacht dat aanbestedende diensten zich eenzijdig richten op lage prijzen en de kwaliteit vergeten. U hoort ons niet zeggen dat de balans tussen prijs en kwaliteit altijd perfect is. Maar misschien focussen aanbesteders zich juist wel zo sterk op de factor prijs, omdat vele inschrijvers tegen kostprijs inschrijven en dus zelf bewijzen aan aanbestedende dien-

sten dat het loont om korte termijn contracten af te sluiten. Klagen is menselijk. Aan de andere kant wordt het er voor alle partijen in de markt voor schoonmaakdiensten een stuk aangenamer op als zij samen de verantwoording nemen voor een gezonde branche.

\* Sacha Wildeboer en Ludo Huisman werken bij adviesbureau DPA Conink. Het bureau is gespecialiseerd in inkoopvraagstukken, in het bijzonder de begeleiding van Europese aanbestedingen. DPAConink begeleidt jaarlijks enkele honderden aanbestedingen en vertegenwoordigt uitsluitend de publieke sector als inkoopende partij en is daarom onafhankelijk ([www.dpaconink.com](http://www.dpaconink.com))

### Het aanbesteden van schoonmaakwerk: do's en dont's

#### Aanbesteder

##### Do's

- ✓ Zorg voor goed contractmanagement. Zo niet, dan kost u dat geld
- ✓ Geef de inschrijver de vrijheid om op zijn eigen manier te calculeren
- ✓ Stimuleer duurzaam ondernemen door middel van uw contract

##### Dont's

- ✗ De leverancier prijstechnisch uitkleden. Onthoud: *focus on cost, quality goes down. Focus on quality, price goes down*
- ✗ Zinloze criteria hanteren. Is die *proof of concept* nu wel echt nodig?

#### Inschrijver

##### Do's

- ✓ Bestudeer de offerteaanvraag van de aanbesteder zorgvuldig. Denk marketing-wise: snij de offerte scherp toe op de specifieke situatie
- ✓ Toon begrip voor de positie van de aanbesteder. Deze dient zich te houden aan de Europese richtlijnen

##### Dont's

- ✗ Verantwoordelijkheden afwentelen. De leverancier, en niemand anders, is volgens de wetgeving gewoonweg verplicht het aanwezige schoonmaakpersoneel over te nemen
- ✗ De *site survey* als borreluurtje met uw concurrenten gebruiken. Wie zich zo opstelt, kan beter wegblijven.

Bron: DPAConink, 2008