



Wouter Stapel

Het meeste denk-, regel- en uitzoekwerk voor riolering en stedelijk water wordt door gemeenten en waterschappen zelf gedaan - en dat is ook logisch. Een deel wordt aan 'de markt' overgelaten, omdat tijd of specifieke kennis en ervaring te kort schieten. Goed aanbesteden van dat (advies)werk is bepalend voor het eindresultaat. Hoe doe je dat?

Aanbesteden

Als het project alleen om 'productie draaien' gaat, is aanbesteden niet zo ingewikkeld. Spannender zijn de projecten waarbij het eindresultaat niet van tevoren vast staat. Waarbij je soms pas onderweg duidelijk krijgt wat je kan en wil bereiken. Maar waar je vanuit je (aanbestedende) organisatie wel te maken hebt met kaders qua budget en planning. Voldoende stof om boeken over vol te schrijven. Hieronder in het kort wat handvatten.

Accepteer onzekerheid

Het ene project kent meer onzekerheid dan het andere. Alles tevoren dichttimmeren in de uitvraag is niet altijd de juiste weg. Je neemt bepaalde risico's weg, maar introduceert juist het risico dat kansen worden gemist. Een strak pad nodigt uit tot oogkleppen opzetten. Dit kan uiteindelijk duur uitpakken. De kunst is dus om de juiste balans te vinden tussen wat je vastlegt en wat je openlaat. Ruimte om onderweg budget en planning bij te stellen, is belangrijker naarmate de onzekerheid groter is.

Ga sparren

Twee weten meer dan een. Sparren met een collega of buurgemeente helpt om een scherper beeld te krijgen van wat en hoe. Al vóór de uitvraag met een of meer adviseurs overleggen mag vaker gebeuren. Soms leidt die kleine investering tot een andere insteek voor het (advies)traject en een beter eindresultaat. Transparantie hierbij is natuurlijk belangrijk.

1 op 1 is niet gemeen

Soms is een klus gewoon niet geschikt voor aanbesteding in concurrentie. Er zijn teveel onzekerheden. Of het voortraject, om te komen tot een goede uitvraag, kost meer tijd (en dus kosten) dan reëel is in verhouding tot het project zelf. Tel daar nog bij de offertekosten van elk adviesbureau - al gauw tien procent bij een niet-standaard project. Het is dan goed uit te leggen dat je met één partij in zee gaat om een optimaal resultaat te bereiken. Ook aan je bestuur, als je daarvoor moet afwijken van de aanbestedingsregels.

Geef kwaliteit een kans

Allemaal vinden we kwaliteit belangrijk. Maar het is nog niet eenvoudig om bij een aanbesteding in concurrentie

die kwaliteit de doorslag te laten geven. Pas op voor de valkuilen:

- scoren op een schaal van 1 tot 10 leidt vaak tot een bandbreedte van 6 tot 8 punten. We geven niet zo gauw een 5 of een 9. Probeer als alternatief eens kiezen tussen 1, 3, 6 of 9 punten;
- middelen van scores van projectgroepen leidt tot nivellering, waardoor kwaliteitsscores nóg dichter bij elkaar liggen;
- planning' en 'team' zijn weinig onderscheidend als kwaliteitsaspect als je vooral toetst of de deadline wordt gehaald en als elk bureau een 'sterrenteam' aanbiedt.

Als kwaliteitsscores hierdoor dicht bij elkaar liggen, kan de prijs ook de doorslag geven als de kwaliteit voor zestig of zeventig procent meetelt. Dit is extra zonde als de investering in de adviessom slechts een fractie betreft van de uitgaven en opbrengsten waarover wordt geadviseerd.

Weeg prijsevenwichtig

Ook de formule waarmee je de punten voor 'prijs' bepaalt, kan doorslaggevend zijn. Hoe pakt die uit als de prijzen dicht bij elkaar liggen? Of als er juist één aanbieder is met een veel hogere prijs dan de anderen? Maak altijd wat verkennende sommetjes met fictieve scores om daar gevoel voor te krijgen.

Of: leg de prijs vast

Alle discussie over kwaliteit-prijs-verhouding draai je de nek om door tevoren de adviessom vast te leggen en alleen op kwaliteit te beoordelen. Dan weet je zeker dat degene de klus krijgt waarvan je de kwaliteit het hoogst beoordeelt. Het risico van een 'duiker' die je de klus moet gunnen, ondanks de matige aanpak, ben je kwijt. De kans dat het ook goedkoper had gekund, weegt vaak ruimschoots op tegen het betere eindresultaat waarmee je jaren en miljoenen vooruit kan.

Gedeeld belang

De uitdaging is om de modus te vinden waarin ieder de beste bijdrage kan leveren. Uiteindelijk willen adviseur en opdrachtgever immers hetzelfde: Samen werken aan een mooi project met een mooi resultaat voor klant en maatschappij.